

KOIRA KIINTYMYKSEN JA KULUTUKSEN KOHTEENA

Ihmisen ja koiran suhde kulutuksen kontekstissa

Anni Jaaranen

Pro Gradu

Sosiologia

Yhteiskuntatieteiden laitos

Itä-Suomen yliopisto

Toukokuu 2018

Itä-Suomen yliopisto

Tiedekunta Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden	Laitos Yhteiskuntatieteiden laitos	
Tekijä Anni Jaaranen		
Työn nimi Koira kiintymyksen ja kulutuksen kohteena: Ihmisen ja koiran suhde kulutuksen kontekstissa.		
Oppiaine Sosiologia	Ohjaaja Leena Koski	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika Toukokuu 2018	Sivumäärä 122 + liitteet 12	
Tiivistelmä - Abstract		
<p>Tässä tutkimuksessa tarkastellaan koiranomistajan ja koiran suhdetta kulutuksen kontekstissa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää millaisena ihmisen ja koiran suhde määrittyy sekä miten koirasuhde vaikuttaa koiraan liittyvään kulutukseen. Tutkimuksen teoreettisen viitekehys nojaa yhteiskuntatieteelliseen eläintutkimukseen ja kulutuksen sosiologiseen tutkimukseen.</p> <p>Tutkimuksen kohderyhmä oli koiranomistajat. Aineisto kerättiin internetkyselyllä, johon vastasi 183 koiranomistajaa. Aineisto analysoitiin sekä aineistolähtöisen että teoriasidonnaisen sisällönanalyysin menetelmällä.</p> <p>Tutkimuksen perusteella koiranomistajan ja koiran suhde perustuu kiintymyssiteeseen. Tutkimuksessa tarkasteltiin koirasuhdetta kolmen eri kiintymyssiteen voimakkuuden kautta: heikon, kohtalaisen ja vahvan kiintymyksen muodossa. Koiranomistajan kiintymys koiraan kohtaan rakentuu vastavuoroisesti jaetun elämän ja koirasta muodostetun käsityksen yhteisvaikutuksessa. Koirasuhteessa koira nähdään luonnollisena eläimenä, seuraeläimenä tai ihmisen kaltaisena arvostettuna toisena. Emotionaalista sidettä vahvistetaan yhteisellä harrastuksella, lahjoilla ja juhlilla. Koiranomistaja tasapainottelee tulkitun koiran aseman ja tunteiden välillä, joten ihmisen ja koiran suhde on moniulotteinen suhde, jonka ytimessä on kiintymys.</p> <p>Tulosten perusteella kiintymysside ohjaa koiraan liittyvää kulutusta, joka kohdistuu tarpeeseen, koiran hyvinvointiin ja tunteiden osoitukseen. Mitä vahvempi kiintymysside, sitä enemmän koiraan liittyvä kulutus pohjautuu emotionaalisuuteen. Koira osallistuu kulutuspäätöksiin kansakuluttajana ja aktiivisena subjektina. Tutkimus avaa uutta keskustelua ihmisen ja koiran suhteesta yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen kentällä ja uutta näkökulmaa ihmisen ja koiran suhteesta lemmikkeihin liittyvän kulutuksen sisällä.</p>		
Asiasanat yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus, kiintymysside, ihminen-eläin-suhde, kulutus		
Säilytyspaikka	Itä-Suomen yliopiston kirjasto	
Muita tietoja Liitteet: kyselylomakkeen runko, tutkimuskutsu, kyselyvastaajien taustatiedot, ryhmittely koirasuhteesta, ryhmittely kulutuksesta		

University of Eastern Finland

Faculty Faculty of Social Sciences and Business Studies	Department Department of Social Sciences
Author Anni Jaaranen	
Title Dog as subject of attachment and consumption: Human and dog relationship in the context of consumption.	
Academic subject Sociology	Type of thesis Master's thesis
Date May 2018	Pages 122 + appendixes 12
Abstract <p>This research explores dog owner and dog relationship in the context of consumption. The purpose of this research was to find out how human–dog relationship is defined and how human–dog relationship affects on dog-related consumption. The theoretical framework of the study leans on human–animal studies and sociological research on consumption.</p> <p>Target group of this research was dog owners. Data was collected with internet survey and received answers from 183 dog owners. Data was analyzed by data-oriented and theory-bound content analysis method.</p> <p>According to the findings dog owner and dog relationship is based on attachment bond. This research explored human–dog relationship through three different attachment bond intensities: in forms of weak, moderate and strong attachment. Dog owner's attachment towards the dog is based on joint effect of mutually shared life and attitude of a dog. In the human–dog relationship the dog is seen as natural animal, companion animal or human-like recognized other. Emotional bond is being strengthened with shared hobby, gifts and celebrations. Dog owner is balancing between interpreted status of a dog and emotions, thus human–dog relationship is multidimensional relationship with attachment in it's heart.</p> <p>According to the results attachment bond directs dog-related consumption which focus on need, dog's well-being and displays of emotion. The stronger the attachment bond, the more dog-related consumption is based on emotionality. The dog involves in consumption decisions as a co-consumer and an active subject. This research opens new dialogue of human–dog relationship in the field of human–animal studies and new perspective of human–dog relationship within pet-related consumption.</p>	
Keywords human–animal studies, attachment bond, human–animal relationship, consumption	
Archive location	University of Eastern Finland Library
Additional information Appendixes: survey questionnaire frame, research invitation, background information on survey respondents, grouping of dog relationship, grouping of consumption	

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
1.1 Tutkimuksen lähtökohdat	1
1.2 Koiria ja kulutusta koskeva aiempi tutkimus	2
1.3 Tutkimuskysymykset	4
1.4 Tutkimuksen rakenne.....	5
2 YHTEISKUNTATIEETEELLINEN ELÄINTUTKIMUS JA KULUTUS SOSIOLOGIAN KENTÄSSÄ	6
2.1 Yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus.....	6
2.1.1 Sosiologinen eläintutkimus	10
2.1.2 Tarkastelussa eläinsuhde	13
2.1.3 Ihmisen suhde seuraeläimeen	15
2.1.4 Koiran ja ihmisen läheinen suhde.....	17
2.1.5 Antropomorfismi	21
2.2 Kulutus sosiologian tutkimuskohteena	23
2.2.1 Kulutuksen valintamekanismit	24
2.2.2 Koiraan liittyvä kulutus	26
3 INTERNETKYSELY JA SISÄLLÖNANALYYSI.....	31
3.1 Tutkimuksen metodologiset lähtökohdat.....	31
3.2 Puolistrukturoitu internetkysely	32
3.2.1 Kyselylomakkeen muotoilu.....	33
3.2.2 Tutkimusaineiston hankinta	35
3.2.3 Kyselyvastaajien kuvaus	37
3.2.4 Metodien arviointi	39
3.3 Sisällönanalyysi aineiston lähestymisen menetelmänä	42
3.3.1 Analyysimenetelmän tarkastelu	42
3.3.2 Analyysin toteutus	43
4 KOIRANOMISTAJAN JA KOIRAN VÄLINEN SUHDE	46
4.1 Kiintymyssiteen voimakkuudet koirasuhteessa	46
4.1.1 Heikko kiintymys: ”koira on koira, ei lapsi”	47
4.1.2 Kohtalainen kiintymys – koira seuraeläimen roolissa	50
4.1.3 Vahva kiintymys ja inhimillistäminen	53

4.2 Emotionaalisen kiintymyksen osoittamisen tapoja.....	57
4.2.1 Lahjojen antaminen	58
4.2.2 Koira osana perheen rituaaleja	60
4.2.3 Koiran yksilöllinen arvostaminen	63
4.3 Koirasuhdetta syventävä harrastus.....	64
4.4 Yhteenveto: koiran emotionaalinen merkitys omistajalle.....	66
5 KOIRASUHDE KULUTUKSEN KONTEKSTISSA	69
5.1 Kulutusvalintojen taustalla vaikuttavat koirasuhteen muodot	69
5.2 Heikko kiintymys: hankinnat tarpeen mukaan	70
5.3 Kohtalainen kiintymys: ”välillä pitää hemmotella”	73
5.4 Vahva kiintymys: ”lellin tietoisesti”	75
5.5 Yleisiä kulutuksen kohteita	78
5.5.1 Ruokinnan merkitys koiran hyvinvoinnille	79
5.5.2 Koiran vaatetus	81
5.5.3 Palvelut koiran hyvinvoinnin tukena.....	84
5.5.4 Koiraharrastus.....	88
5.6 Koiran vaikutus kulutuspäätöksiin	89
5.7 Yhteenveto: tunnesiteen vaikutus kulutukseen	92
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	97
6.1 Ihmisen ja koiran suhde	97
6.2 Kiintymyssidos kulutuksen muokkaajana.....	100
7 LOPPUPOHDINTA	103
7.1 Eettisyys ja tutkijan asema.....	103
7.2 Tutkimuksen arviointi ja luotettavuus.....	105
7.3 Tutkimuksen anti	107
7.4 Jatkotutkimusehdotuksia	108
LÄHTEET.....	110
LIITTEET	123

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Lemmikkieläimien omistavien kotitalouksien prosenttiosuudet vuosina 2012 ja 2016 (SVT 2016)	28
TAULUKKO 2. Lemmikkieläinmenot kotitaloutta kohti vuoden 2016 hinnoin ja prosentuaalinen muutos 2012–2016	28
TAULUKKO 3. Lemmikkieläinmenot vuosina 2012 ja 2016 ja prosentuaalinen muutos 2012–2016	29
TAULUKKO 4. Vastaajien ikä- ja sukupuolijakauma luokitellun aineiston mukaan ...	37
TAULUKKO 5. Vastaajien kotitalousrakenteet luokitellun aineiston mukaan	39
TAULUKKO 6. Koirasuhteen muodot kiintymyssiteen vahvuuden mukaan.....	47
TAULUKKO 7. Koirasuhteen muodon vaikutus koiranomistajan kulutuskäyttäytymiseen	70

1 JOHDANTO

"Kaikki lemmikit pitävät seuraa, mutta vain koira on ystävä." – Konrad Lorenz

Koirilla on keskeinen osa ihmisten maailmassa ja sydämissä. Moni meistä – kuten tämän tutkielman kirjoittaja – kokee syviä ja merkityksellisiä suhteita koirien kanssa eikä voi kuvitella maailmaa ilman niitä. Koira on riippuvainen ihmisen hoivasta ja tarjoamista resursseista, mutta vastineeksi hännänheiluttaja tuntuu tarjoavan ehdotonta rakkautta ihmiselle. Koiran hankinnan jälkeen omistaja on velvollinen ostamaan eläimelle tarpeelliset hankinnat ja ruokaa, mutta toki niille saatetaan hankkia muutakin kuin arjessa tarvittavat välttämättömimmät tarvikkeet ja palvelut. Tämän tutkimuksen lähtökohdat saivat alkunsa ihmetyksestä kahta ilmiötä kohtaan, jotka kietoutuvat osaksi koiranomistajan elämää. Tutkimuksessani tarkastelen siis koiran ja koiranomistajan suhdetta kulutuksen kontekstissa, jolloin tutkimukseni yhdistää kiinnostukseni sekä koirasuhteen että kulutuksen osalta.

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Sosiologia tutkimusalana antaa vapauden valita itseään kiinnostavan tutkimusaiheen, joten pystyin yhdistämään omakohtaisen kiinnostukseni tähän alati muuttuvaan, ja ajankohtaiseen tutkimusaiheeseen. Tutkimusaiheen taustalla epäilemättä vaikutti henkilökohtainen kiinnostukseni koiriin ja kokemuksiini kahden koiran omistajana. Olen rakastanut eläimiä niin kauan kuin kykenen muistamaan ja erityinen paikka sydämessäni on varattu ihmisen parhaalle ystävälle eli koiralle. Kodissani asuu kaksi karvaista tutkimusassistenttiani, harrastuskaveriani ja ystävääni, jotka tutkielman ajatus- ja kirjoitusprosessin lomassa muistuttivat hellästi kuonoillaan tärkeästä toimestani raporttelijana. Suhde koiriini on tiivis niin kotioloissa kuin harrastuksissa. Ihmetystä riittää joka ikinen päivä siinä, kuinka paljon itse välitän koiristani, ja kuinka koirani puolestaan tuntuvat välittävän minusta. Joskus ne tuntuvat välittävän minusta jopa enemmän kuin itsestään.

Tällaisen emotionaalisen, molemmille osapuolille merkittävän suhteen tarkastelu tieteelliseltä pohjalta tuntui valtavan kiinnostavalta ja toisaalta luontevalta yhdistää kulutuksen teeman kanssa, sillä kulutus kietoutuu arkielämään. Koiraan liittyvästä kulutuksesta minulla on omakohtaista kosketuspintaa, koska koirani hankittua olen sitoutunut hankimaan niille vähintään päivittäiseen elämiseen tarvittavat asiat. Kulutuksen osalta minua kiinnostaa, miten koiriin kohdistuvaa kulutusta perustellaan ja vaikuttaako koirasuhde omistajan kulutukseen? Tutkimusta ohjaavista kysymyksistä kerron tarkemmin myöhemmin. Pysin kartoittavaan ja kuvailevaan tutkimukseen Sirkka Hirsjärven, Pirkko Remeksen ja Paula Sajavaaran (1997, 136) ajatuksia mukailien. Toivon löytäväni tutkitavasta aiheesta uusia näkökulmia ja hahmottamaan aiheen näkyvimpiä ja keskeisimpiä piirteitä.

Tutkimukseni teoreettisessa viitekehyksessä yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus keskustelee kulutuksen sosiologisen tutkimuksen kanssa. Yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus tutkii ihmisen ja eläimen välistä suhdetta sekä eläinten kietoutumista ihmisten elämään. Sovellan eläintutkimuksen kirjallisuudessa käytyjä keskusteluja ja niissä käytettyä käsitteistöä, kuten seuraeläintä, antropomorfismia ja ihmisen ja eläimen välistä sidettä. Kulutuksen osalta tarkastelen muun muassa kulutuksen valintamekanismeja ja koiraan kohdistuvan kulutuksen aspektia. Tutkimuksen aineisto koostuu 183 koiranomistajan kirjallisista vastauksista, jotka on kerätty internetkyselyn avulla. Aineiston analyysin toteutin sisällönanalyysin keinoin.

1.2 Koiria ja kulutusta koskeva aiempi tutkimus

Eläimiä, koiria ja lemmikkejä tutkitaan monitieteellisesti niin maailmanlaajuisesti kuin Suomessa. Käyn seuraavassa läpi, miten aihetta on käsitelty sekä kulutustutkimuksen että yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen piirissä ja miten oma tutkimukseni asettuu tieteenkentälle.

Aiemmat tutkimukset lemmikkikulutuksesta ovat keskittyneet käsittelemään kuluttajan ja lemmikin välistä suhdetta ja sen kokemista (Jyrinki 2010; Syrjälä ym. 2014). Koiraan liittyvää kulutusta ovat tutkineet esimerkiksi Annamari Vänskä (2014, 2016), joka on tutkitut koirien huippumuodin kulutusta ja koiranomistajien kulutusvalintoja on sel-

vittänyt Suvi Nuutinen (2014) Pro gradu -tutkielmassaan. Koiranomistajien kulutuskäyttäytymistä on tarkastellut Katja Nortunen (2013), ja koiranomistajien ostokäyttäytymistä on tutkinut Pia Satopää (2013) opinnäytetöissään.

Eläintutkimuksen piirissä on tutkittu enimmäkseen ihmisen ja kotieläimen suhdetta (esim. Ruonakoski 2011; Kaarlenkaski 2012) ja eläimiin liittyviä yhteiskunnallisia kysymyksiä (esim. Ratamäki 2009a; Kupsala ym. 2011; Schuurman 2012). Kulttuurintutkimuksen alalta Päivi Pennala (2018) tutki ihmisen ja koiran arkea kodin tilassa. Ihmisen ja eläimen välistä suhdetta on tutkittu myös psykologian alalla (Honkanen 2013). Sosiologian Pro gradu -tutkielmia on lähestytty eläintutkimuksen aihepiireistä esimerkiksi suurpetokeskustelusta, eläintuotannosta kuluttajakonstruktioiden, eläinten yhteiskunnallisesta merkityksestä, ihmisten ja eläinten välisestä suhteesta, koiran merkityksestä omistajan arjen hyvinvoinnille sekä koiran ja ihmisen suhteen representaatiosta. Kaupunkikoiran ja koiranomistajan välistä suhdetta on tarkastellut Leena Kaukio (2002) Pro gradu -tutkielmassaan.

Aiemmat aihepiiristä tehdyt tutkimukset toimivat oman tutkimukseni lähteinä ja taustoittajina, joihin voin peilata omaa aineistoa. Oma tutkimukseni asettuu lemmikkiin liittyvän kulutuksen ja eläintutkimuksen kentille. Kohdistan tässä tutkimuksessa näkökulman koiran ja ihmisen väliseen suhteeseen sekä koiraan kohdistuvaan kulutukseen. Ihmisen ja koiran suhteen näkökulmasta on toistaiseksi vähän tutkimuksia Suomessa, ja sosiologian alalla ei tietääkseni ole tehty lainkaan koiriin liittyvää tutkimusta kulutuksen näkökulmasta.

Bryant (1979) on jo 1970-luvulla väittänyt, että muut eläimet täyttävät tärkeitä rooleja yhteiskunnassa, ja siksi on asiaankuuluvaa tutkia niitä. Vaikka eläimiä on viime vuosikymmeninä tutkittu enenevässä määrin, eläimien tutkiminen on edelleen ajankohtaista, koska niistä ei tiedetä kaikkea. Tutkitun tiedon myötä ymmärrys eläimistä laajenee, mutta monelta osin on tarpeen tutkia sekä uusia näkökulmia että päivittää vanhaa tietoa. Edellä mainituista asioista johtuen koen, että tutkimuksellani on perusteltu paikkansa tieteenalan tutkimuskentällä. En pyri tekemään tutkimukseni pohjalta yleistyksiä, mutta toivon tarjoavani lisää tietoa koiran ja omistajan keskinäisestä suhteesta, koiriin liittyvistä käsityksistä sekä kulutuksesta, joka kohdistuu koiriin.

1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimukseni selvittää kulutuksen näkökulmasta koiran ja koiranomistajan välistä suhdetta ja koiran merkitystä omistajalleen internetkyselyn tuottamassa aineistossa. Kulutuksen näkökulmasta minua kiinnostaa millainen rooli koiralla on omistajansa kulutukseen eli mikä merkitys koirasuhteella on koiranomistajien arkisissa kulutus päätöksissä? Tarkoitukseni on selvittää, kuinka koira-omistaja -suhdetta representoidaan ja rakennetaan aineiston valossa, ja miten suhde vaikuttaa koiraan kohdistuvaan kulutukseen. Tarkasteluni kohdistuu siihen, millaisia merkityksiä koira saa kirjoittajien kuvauksissa. Aineiston tekstejä lähestyn kielellisinä tulkintoina koiriin liittyvistä käsityksistä, mielikuvista ja kokemuksista.

Analyysiani ohjaavat seuraavat tutkimuskysymykset: ensiksi kysyn *millaisena ihmisen ja koiran suhde määrittyy kulutuksen kontekstissa* ja toisella keskeisellä kysymyksellä selvitän, *millaisena kulutus näyttäytyy koirasuhteessa ja miten koirasuhte vaikuttaa omistajan kulutusvalintoihin*.

Lähestyn kysymyksiä koiranomistajan ja koiran suhteen kautta niiden ihmisten kokemuksissa, joilla on arkinen suhde omistamiinsa koiriin. Tutkiessani koiran ja omistajan suhdetta, tarkastelen koirasuhdetta teoreettisen viitekehyksen ja omistajien kertomien merkitysten tulkintojen kautta. Merkityksen käsitteen voi lyhyesti ymmärtää jonkin asian ”tarkoituksena”. Termiä käytetään kuitenkin monessa merkityksessä ja melko väljästi. Merkityksen käsitteellä voidaan viitata symboliikkaan, jota toimintoihin tai objekteihin liitetään (Alasuutari 1994, 50). Ensimmäiseksi keskityn koiran ja omistajan suhteen avaamiseen vastaajien kuvausten kautta ja tämän jälkeen siihen, kuinka suhdetta syvennetään kulutuksella. Kulutuksella tarkoitan tutkimuskysymyksissäni koiratuotteiden, -palveluiden ja -ruoan ostamista, niiden käyttöä ja kulutuskokemuksia. Toisen tutkimuskysymykseni siivittämänä arvioin millä eri tavoilla koiriin kulutetaan, miten kulutusta perustellaan ja miten koirasuhte vaikuttaa taustalla koiranomistajan kulutuskäyttäytymiseen.

Tässä tutkimuksessa en ole kiinnostunut siitä, millaisia summia omistaja-kuluttajat käyttävät tuotteisiin, vaan enemmän omistajien kulutuksen ja kokemusten piilevistä

merkityksistä, kun he jakavat elämänsä koiransa kanssa. Näen asian niin, että koiran ja omistajan jokapäiväinen jaettu elämä lävistää myös kulutustottumukset ja siten vaikuttaa kulutusvalintojen taustalla, ja lopulta kulutustapahtumissa. Outi Ratamäki (2009b, 42) on väittänyt, että eläimet vaikuttavat omalla käyttäytymisellään ihmisen ajatteluun ja toimintaan tiedostamattaan. Siispä ihmisen kodissa ja arjessa asuva koira voi tämän ajatuksen pohjalta vaikuttaa omistajansa kulutuskäyttäytymiseen. Tutkimusta ohjaavilla kysymyksillä pyrin pohtimaan aineiston valossa, mikä merkitys koiralla on kulutusvalintoja ohjaavana tekijänä eli näkyykö koirasuhteessa ja omistajan kulutuksessa koiran rooli aktiivisena toimijana ja subjektina passiivisen objektin sijaan. Tarkastelun kohteena on eläimelle annettu merkitys ja se, miten ihmisen suhde koiraan vaikuttaa hänen kulutuspäätöksiin. Erityisesti pohdin sitä, millainen rooli koiralla itsellään on kulutuksen prosessissa.

1.4 Tutkimuksen rakenne

Kerron seuraavaksi tarkemmin tutkimuksen rakenteesta. Lyhyesti eriteltynä tutkimus koostuu teoreettisten käsitteiden ja kontekstin tarkastelusta, aineiston ja menetelmien esittelystä sekä empiirisestä analyysistä. Esittelen luvussa kaksi keskeisimmät tutkimukseen liittyvät teoreettiset näkökulmat ja käsitteet yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen ja kulutuksen sosiologian piiristä. Seuraavaksi kerron luvussa kolme aineiston keruumenetelmästä, tutkimuksen metodisista valinnoista ja analyysiprosessista. Tämän jälkeen raportoin analyysin tulokset ja niistä johtamani yhteenvedot. Johtopäätösluvussa pohdin koirasuhteen ja kulutuksen yhteen kietoutumista analyysitulosten valossa. Loppupohdinnassa arvioin tutkimuksen eettisyyttä, käyttämieni menetelmien ja kerätyn aineiston laatua, tutkimuksen antia ja lopuksi ehdotan jatkotutkimusaiheita.

2 YHTEISKUNTATIEETEELLINEN ELÄINTUTKIMUS JA KULUTUS SOSIOLOGIAN KENTÄSSÄ

Tutkielmassani kulutustutkimus keskustelee yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen kanssa. Tutkimuksen tarkoituksena on kuvailla koiranomistajan ja koiran suhdetta kulutuksen kontekstissa, joten tärkeimpinä teoriakattoina tutkimuskysymyksien selvittämiseen tulen käyttämään ihmisen ja eläimen välisen suhteen teoriaa sekä kulutuksen valintamekanismeja ja koiraan liittyvää kulutuksen teoriaa. Keskeisinä teoria-konteksteina hyödynnän siis ihmis–eläinsuhdetta, eläinsosiologiaa, kulutuksen sosiologista tutkimusta. Seuraavissa luvuissa käyn läpi eläintutkimusta sosiologisen linssin kautta ja kerron tarkemmin ihmisen ja eläimen suhteesta sekä seuraeläimen ja kintymyssiteen käsitteestä. Tutkimusaiheeni vuoksi kartoitan lisäksi koiran erityistä suhdetta ihmiseen. Sitten otan huomion kohteeksi antropomorfismin käsitteen. Kulutustutkimuksen osalta tarkastelen kulutusta sosiologisen tutkimuksen kautta, kulutusvalintoihin sisältyviä näkökulmia ja koiraan liittyvää kulutusta.

2.1 Yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus

Elämme eläinten ympäröimänä. Emme ainoastaan ole itse eläimiä (tiukan biologisesta näkökulmasta) vaan muodostamme lisäksi läheisiä suhteita eläimiin ja otamme niitä kotiimme. Voidaan siis sanoa, että inhimillisestä yhteiskunnasta suurin osa rakentuu vuorovaikutuksessa eläinten kanssa tai vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa koskien eläimiä (DeMello 2012, 4–5). Eläimet lomittuvat osaksi ihmiselämää monin tavoin (Aaltola & Keto 2015, 9), mutta erityisesti minua kiinnostaa, miten eläimet – etenkin koirat tutkimusnäkökulmani vuoksi – lomittuvat elämään sosiaalisesti eli vastavuoroisesti. Lähestymistapani tutkielmassa kytkeytyy monitieteelliseen yhteiskuntatieteelliseen eläintutkimukseen, joten käsittelen tutkielmassani tutkimusalan keskeisimmät sisällöt ja käsitteet.

Yhteiskuntatieteilijät ovat tuoneet eläimen mukaan keskusteluun enemmän viime vuosina. Perinteisesti yhteiskuntatiede, kuten sosiologia on sivuuttanut eläimet (Birke & Hockenhull 2012, 16; Taylor 2012), mutta tutkimuksien myötä on alettu ymmärtää

eläimet tietoisina toimijoina (esim. Bekoff 2002) ja sosiaalisina ja kulttuurisina toimijoina (esim. Carter & Charles 2011b; Birke & Hockenhull 2012). Suomessa eläintutkimus on alkanut kiinnostaa laaja-alaisemmin yhteiskuntatieteilijöitä 2000-luvun alusta alkaen (Kupsala & Tuomivaara 2004). Tutkimusarvoa ja mielenkiintoa eläimiä kohtaan on lisännyt moderni eläinkäsitys, jossa eläintä ajatellaan toimijana sekä tietoisena, oivaltavana ja tuntevana yksilönä (Shepard 1998; Sarmicanic 2007; Ratamäki 2009b, 49). Monet tutkijat uskovat, että ymmärtämällä yhteytemme ei-inhimillisten eläimien (*non-human animals*), ja erityisesti seuraeläimien (*companion animals*)¹ kanssa, laajentaa se näkökulmaamme maailmaan sekä emotionaalisesti että sosiologisesti (Sarmicanic 2007, 164). Diane Dutton (2007a, 931) tiivistää ajatuksen siitä, että suhteessamme eläimiin pääsemme lähimmäksi ymmärrystä niiden subjektiivisesta näkökulmasta ja kokemuksista, kuten myös ihmisistä sosiaalisina olentoina (Arluke & Sanders 1996, 4).

Varhaisissa tutkimuksissa havaittiin ihmisten ja eläinten välinen vahva psykologinen ja emotionaalinen kiintymys. Myöhään 1970-luvulla syntyi poikkitieteellinen liike, jonka kiinnostuksen kohdetta ja eläimien roolia elämässämme kuvaa tieteellisessä ja julkisessa sanastossa yleisesti vakiintunut termi *Human–Animal Bond* (HAB eli ihmisen ja eläimen välinen side). Konrad Lorenz ja Boris Levinson olivat luultavasti ensimmäisiä tutkijoita, jotka tutkivat ihmisen ja eläinten välistä suhdetta 1970-lukua aiemmin (Hines 2003; Beck 2007). Ihmisen ja eläimen välistä vuorovaikutusta (*Human–Animal Interaction*) koskevaa tutkimusalaa kutsutaan nimellä *Human–Animal Studies*² (HAS) tai suomeksi ihmisten ja eläinten välisten suhteiden sosiologiaksi eli ies–sosiologiaksi

¹ Termille ”non-human animals” (näkee käytettävän myös termiä ”other animals”) ei ole suomenkielistä vakiintunutta termiä. Tutkimuksissa on käytetty nimityksiä, kuten ”ei-inhimillinen eläin”, ”toislajinen eläin” tai ”vieraslajinen eläin” (Ruonakoski 2011; Kaarlenkaski 2012; Aalto & Keto 2015). Non-human animal -termin suomennoksen vakiintumattomuuden ja tutkimusekonomian vuoksi käytän tutkielmassa tästä eteenpäin pääsääntöisesti arkikielen mukaista *eläin* -termiä, vaikka oletan ihmisen olevan myös eläin eikä tarkoituksenani ole korostaa ihmisen ja eläimen erilaisuutta. Seuraeläin-käsitteestä kerron tarkemmin sivulla 15.

² Eläintutkimuksesta käytetään useita englanninkielisiä nimityksiä, kuten esimerkiksi animal studies, companion animal studies, anthrozoology, posthumanism, animal humanities ja critical animal studies (Bekoff 2007a; DeMello 2012; Waldau 2013). Suomenkielistä vakiintunutta termiä HAS-tutkimusalalle ei ole, mutta siitä on käytetty nimityksiä, kuten yhteiskunta- ja kulttuuritieteellinen, ihmistieteellinen, sosiologinen tai yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus (Kaarlenkaski 2012, 12). Päädyin tutkimuksessani käyttämään viimeiseksi mainittua termiä, koska koen nimikkeen kuvaavan parhaiten eläintutkimuksen poikkitieteellistä tutkimusalaa oman alan lähtökohdista käsin.

(Jyrinki 2010; ks. myös Kupsala & Tuomivaara 2004). HAS-tutkimusala tutkii muun muassa eläinten monimuotoisia todellisuuksia, jotka kietoutuvat ja heijastuvat ihmisten elämään sekä yrittää ymmärtää kuinka eläimet ovat sosiaalisesti rakennettuja (DeMello 2012, 10; Waldau 2013, 3). Yhteiskuntatieteelliselle eläintutkimukselle on perusteita, koska sen avulla voidaan ymmärtää yhteiskunnan ja yksilön välisiä prosesseja (Arluke & Sanders 1996, 2–5).

Alkuun HAS-tutkimusperinteessä painotettiin eläinten tuomia fyysisiä ja psyykkisiä terveysvaikutuksia (esim. Cusack 1988; Beck & Meyers 1996) ja myöhemmin mielenkiintoa on kohdistettu myös muun muassa ihmisten ja eläinten välisiin suhteisiin, eläinten hyvinvointiin, eläintenoikeuksiin, eläinten representaatioihin, eläinten toimijuuteen ja eläinten asemaan sekä merkityksiin kulttuurissa ja yhteiskunnassa (Jyrinki 2010; Kaarlenkaski & Ung-Lanki 2013). Ihmisen ja eläimen suhdetta on lähestytty tutkimalla myös eläimiin kohdistuneita asenteita (esim. Taylor & Signal 2005; Kupsala ym. 2016), eläinten käyttöä opetuksen ja terapian tukena (esim. Katcher 2002; Hemingway, Meek & Ellis-Hill 2015; Levinson ym. 2017) sekä eläinten persoonallisuuden tutkimuksella (esim. Dutton 2007b, 140; Taylor 2007). HAS-tutkimusalan piiristä kumpuavista havainnoista käy ilmi, että eläimet parantavat ihmisten hyvinvointia ja hyödyttävät ihmisiä emotionaalisesti monin tavoin, kuten esimerkiksi nostattavat positiivisia tunteita, vähentävät yksinäisyyttä ja stressiä sekä tarjoavat lohtua ja tukea surussa (Hart 1995; ks myös Sable 1995).

Ihmisen ja eläimen välisen suhteen tutkiminen on sosiaalitieteiden parissa nousussa, ja valtaamassa siten alaa ympäristöpainotteiselta tutkimukselta. Ihmisen ja eläimen suhdetta ei enää nähdä ainoastaan dikotomisesti kulttuuri (ihminen) ja luonto (eläin) -suhteena tai eläintä pelkästään ihmisten alistamana ja hyväksikäytettynä (esim. Franklin 1999; Taylor 2012; Carter & Charles 2016), vaikka ihminen–eläin -dikotomiaa pyritäänkin pitämään vastapareina jatkumon sijaan (Kupsala & Tuomivaara 2004; Tuomivaara 2015, 63). Modernin ajan suhtautuminen eläimiin ja luontoon näyttäytyy usein välineellisenä (Kaarlenkaski & Ung-Lanki 2013), mutta tutkimukset ovat kuitenkin paljastaneet, kuinka ihmisen ja eläimen suhde kietoutuu monikerroksisena sosiaalisiin verkostoihin (Birke & Hockenhull 2012, 23). Ihmisten kanssa läheisesti oleskelevat eläimet, etenkin lemmikkieläimet, ovat jälkimodernin pyörteissä lähentyneet ihmistä. Eläimistä tekee

erityisiä ja sosiaalisesti ainutlaatuisia niiden mahdollisuus olla ihmisen kaltaisia, ja siten hämärtää kategorista rajaa ihmisten ja eläinten välillä. (Franklin 1999, Fudge 2008.) Rajat rikkoutuvat helposti etenkin silloin, kun lemmikit konstruoidaan lapsiksi, toisin sanoen toimijoiksi sosiaalisissa verkostoissa (Charles & Davies 2011, 85).

Ihmisen erottaminen eläimistä on keskeinen pulmakysymys eläintutkimuksen alalla, vaikka ihminen on myös biologisesti eläin, kuten aiemmin jo totesin. Kay Peggs (2011, 133–134) väittää, että kaikkien eläinten, ihminen mukaan lukien, välillä esiintyy orgaanisia eroja, mutta päällimmäinen syy ihmisten ja eläinten jaotteluun perustuu tieteellisiin kategorisointeihin hierarkkisista eroista, jotka juontavat juurensa esitykseen ihmisen indentiteetistä. Tästä syystä ihminen nähdään eläintä ylempiäarvoisena (Peggs 2012, 36). On huomattu, että hierarkkiset eronteot ”niihin” ja ”meihin” syntyvät pikemminkin käsityksistä ja valinnoista kuin luonnollisten tosiasioiden kautta (Peggs 2011, 134). Lyhyesti ilmaistuna jaottelu ihmisiin ja muihin eläimiin on sosiaalisesti tuotettua (DeMello 2012, 33; Peggs 2012, 29) ja valvottua, jolloin kategorioita on pyritty pitämään puhtaina huolimatta siitä, että ne ovat tekstuaalisia kuvitelmia (Taylor 2012, 38–39). Tekemämme rajat ihmisten ja eläinten välillä usein määrittävät suhteiden laadun, joita muodostamme niiden kanssa. Toisin sanoen ihminen–eläin -suhteen laatu ja tyyppi rakentuvat sen pohjalle, kuinka ihmiset tulkitsevat eläinten käytöstä ja luonnetta. (Dutton 2007b, 142.) Havainnoin aineistostani näitä eri suhteen laatuja kuin myös edellä mainittua erontekoa, jolloin koira nähdään ihmisestä erillisenä eläimenä.

Ihmisen ja eläimen välisiä rajoja siis tehdään, haastetaan, mitätöidään ja tehdään uudelleen jatkuvasti. Eläimiin liittyen käydään myös eettisiä, moraalisia ja eläinsuojelullisia keskusteluja, koska eläimet yleensä asetetaan eriarvoiseen asemaan suhteessa ihmisiin. Varsinkin tuotantoeläimet pidetään omassa selkeässä kategoriassaan ihmisistä erillään (Hamilton & Taylor 2013, 91–92). Ihmisen asettaminen eläimen edelle nähdään jopa luonnollisena eläinkielteisen ajattelun mukaan (Laitila 2009, 55). Suurin osa kesytetyistä eläimistä ovat silti jossain määrin ihmisen tekoa, koska ne osoittavat hoitajaansa kohtaan kiintymystä sopivissa oloissa. Eläimen kiintymys, uskollisuus ja läheisyyden lämpö luovat ihmissuhteen kaltaisen tilan, jossa eläydytään toisen lajin tilanteeseen. Ihmisen ja eläimen suhde pohjautuu symbioottisen suhteen mahdollisuudelle. (Sepänmaa 2009a; ks. myös Knuutila 2009, 114.) Tämänkaltaisen ihmi-

sen ja eläimen ”luonnollisen” ja ehdottoman eron kyseenalaistaminen kuuluu eläinmyönteiseen ajatteluun (Laitila 2009, 55).

Posthumanismin paradigmatlta ei voida välttyä silloin, kun reflektoidaan suhdetta eläimiin 2000-luvulla. Posthumanismi kritisoi ihmiskeskeistä ajattelutapaa, vastakohtaisuutta muihin eläimiin sekä ihmisen oikeutta luonnollisen maailman ”hallitsijana” alistaa kuriton ”toinen” eli eläimet (Taylor 2012, 37; Tuomivaara 2015, 68). Ihminen onkin pyrkinyt pakenemaan tai tukahduttamaan eläimellistä alkuperäänsä ihminen–eläin-dikotomian taakse. Posthumanistinen ajattelu kuitenkin haastaa pohtimaan kapeita määritelmiä mitä on olla ihminen tai eläin. (Wolfe 2010, xv, xxv.) Ei-inhimillisiä eläimiä pyritään ymmärtämään ihmisen kanssa kanssakäymisessä olevina itseisarvoisina toimijoina, ei pelkästään kulttuurisina representaatioina (Wolfe 2003a). Tutkimuksessani eläimiä ei arvioida ainoastaan ihmisten tuottamien kulttuuristen konstruktioiden perspektiivistä vaan käsittän eläimet HAB-tutkimusalan ja posthumanistisen ajattelun mukaan aktiivisina toimijoina, jotka omalla toiminnallaan vaikuttavat ihmis–eläin suhteisiin ja eläimistä tehtäviin käsityksiin. Seuraavaksi kerron tarkemmin sosiologisesta eläintutkimuksesta.

2.1.1 Sosiologinen eläintutkimus

Käsittelen seuraavaksi tarkemmin sosiologisen eläintutkimuksen piirteitä, joiden avulla laajennan tutkimuksen sosiologista taustaa. Tässä kappaleessa syvennän näkemyksiä yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen piiristä sosiologian lähestymistapaan tutkia ihmisen suhdetta eläimiin.

Suomalaisessa yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa eläimet ja niihin liittyvät aihealueet ovat muotoutuneet erityiseksi tutkimuskohteeksi 2000-luvun aikana (Kaarlenkaski & Ung-Lanki 2013). Sosiologia muiden tieteenalojen joukossa on alkanut tunnustaa eläinten paikan sosiaalisissa verkostoissa ja sisällyttää niitä tieteelliseen puheeseen (Wolfe 2003b; Latour 2004). Sosiologia tavallisesti tutkii ihmistä yhteiskunnissa, joten ihmisten suhteen tutkiminen muihin eläimiin on ollut marginaalista (Peggs 2012, 5–6). Sosiologian haluttomuus tutkia ihmisen ja eläimen välisiä suhteita juontaa historialliset

juurensa lajisuuden ja ihmiskeskeisyyden³ läpituokeviin teoreettisiin olettamuksiin (Fitzgerald 2007, 956; ks. myös Peggs 2012) ja haluun tutkia ainoastaan ihmisiä tai sosiaalista⁴ (Cerulo 2009; Taylor 2012, 41). Kasvavassa määrin sosiologian tutkimusala on kuitenkin laajentunut eläintutkimuksen osalta, jolloin sosiologit pyrkivät ymmärtämään ihmisen ja eläimen vuorovaikutuksen eri ulottuvuuksia eli sitä, kuinka ihmisen ja eläimen suhde muotoutuu asenteiden, sosiaalisten voimien, rakenteiden ja instituutioiden myllerryksessä (DeMello 2012; Waldau 2013, 203).

Sosiologian alalla ihmisen suhdetta muihin lajeihin on lähestytty muun muassa funktionalismin, sosiaalisen konfliktiteorian ja symbolisen interaktionismin paradigmojen kautta (Joseph 2010; DeMello 2012). Esimerkiksi symbolinen interaktionismi tarjoaa teoreettisen paradigman tutkia ihmisen ja eläimen välistä sidettä, ihmisen kommunikaatiota muiden lajien kanssa sekä kulttuurisia identiteettejä ja merkityksiä, joita ihmiset antavat eläimille (Arluke & Sanders 1996, 9; Joseph 2010; Shapiro 2010). Konfliktiteoriaa voidaan soveltaa silloin, kun tarkastellaan eläinten hyödyntämistä ekonominen hyödyn nimissä. Funktionalismin avulla voidaan analysoida eläinten rooleja ihmisten yhteiskunnissa ja ihmisten asenteiden lähtökohtia eläimiä kohtaan. (DeMello 2012, 20.) Nik Taylor (2012, 48) kritisoi takertumista puhtaiden tieteenalojen rajojen ylläpitoon tai traditionaalisiin metodeihin, koska ne eivät parhaiten sovellu ihmisen ja eläimen suhteen kietoutumisen tutkimiseen. Tästä syystä sosiologisen tutkimuksen piirissä on eriytynyt tutkimusala, joka pyrkii tarkemmin selittämään ihmisen ja eläimen välistä suhdetta kuin aiemmin käytetyt paradigmat.

Sosiologinen eläintutkimus on sosiologian erityisala, joka paikantaa yksilöiden eläimiin liittyviä kokemuksia ja merkityksiä yhteiskunnalliseen kontekstiin. Tutkimusala kartoittaa esimerkiksi eläinsuhteiden muutoksia, eläinten asemaa ihmiseen nähden ja lajien

³ ”Lajisuudella” (speciesism) tarkoitetaan uskomusta yhden lajin luontaisesta ylemmyydestä muita lajeja kohtaan. ”Ihmiskeskeisyydellä” (anthropocentric) viitataan eläinten pois sulkemiseen ajattelusta. (Fitzgerald 2007, 956; Moore 2013.) Ihminen nähdään eläimistä poikkeavana ja erilaisena siksi, että ihminen on yhtä aikaa biologinen ja kulttuurinen olento; kehollinen organismi ja mielen omaava henkilö, jolloin ihmisyyden ydin ylittää luonnon (Ingold 1994, 4). On kuitenkin muistettava, että tutkimukset aloitetaan ja tehdään ihmisten toimesta. Siinä mielessä eläimiä tutkittaessa ei voida kokonaan paeta ihmiskeskeisyyttä.

⁴ Sosiologit uskovat, että suhteet vaativat toisten ymmärtämistä ja itsetietoisuutta, ja riippuvat suullisista kyvyistä ja kielen käytöstä (Arluke & Sanders 1996, 2). Eläinten ymmärtäminen järjestelmiksi olennoiksi, jotka eivät kommunikoivat vain koska niillä ei ole puhuttua kieltä ihmisen tapaan, on sekin sosiaalista tulkintaa (Sanders & Arluke 2007, 67).

välistä vuorovaikutuksen käsitteellistämistä. (Kupsala & Tuomivaara 2004.) Eläintutkimus on viime vuosina kokenut muutoksen ilmapiirin. Tutkimusalalla on muuttumassa eläinkäsitys, jonka osana käsitetään affektiivisuus eli tunneperäinen suhtautuminen eläimeen. Eläimiin yhdistetään inhimillisiä piirteitä, joten ne otetaan osaksi valintoja ja identiteetin rakentamista. (Mustonen 2012.) Sosiologisen eläintutkimuksen kentällä tutkitaan lisäksi sitä, kuinka eläimiä on sosiaalisesti sovitettu moderneihin ihmisten projekteihin: esimerkiksi identiteetti- ja kansallisuuskysymyksiin, moraalisiin ja eettisiin keskusteluihin sekä kuinka eläinten kategorioita käytetään osoittamaan makua, kuuluvuutta ja eroa (Franklin 1999).

Kay Peggs (2012, 20) kirjoittaa siitä, miten sosiologit aiemmin ovat olettaneet, ettei muilla eläimillä todellisuudessa ole tärkeää roolia ihmisten kulttuureiden muovaamisessa, saati omaa kulttuuria tai ajattelua⁵. Kuitenkin sosiologisen mielikuvituksen ja tutkimusten kautta on nähtävissä, että muut eläimet ovat juurtuneet ihmisten kulttuuriin ja näin ollen ero ihmisten ja eläinten välillä on myös kulttuurinen. Peggs vie ajatusta pidemmälle väittämällä, että eläimillä on oma kulttuurinsa⁶ ja oma ”minuutensa”. Saatavilla olevan tiedon mukaan joillakin eläimillä, kuten delfiineillä, simpansseilla ja koirilla on havaittu jonkinasteinen tietoisuus itsestään, kyky ymmärtää itsensä ja muiden toimijoiden emotionaalisia kokemuksia sekä suunnitella toimintaansa (Arluke & Sanders 1996, 45–46; Bekoff 2002). Clifton Flynn (2000) väittää, että eläimet ovat älyllisiä (minded) ja emotionaalisia olentoja, jotka kykenevät symboliseen vuorovaikutukseen ihmisen kanssa. Eläimillä havaitut tunteet ja älyllisyys viittaavat niiden subjektiivisuuteen Leslie Irvinen (2004, 9) mukaan. Tutkimukset osoittavat, että monet eläimet tekevät tulevaisuudensuunnitelmia ja tuntevat iloa, mielihyvää, surua ja kipua (Bekoff 2002, 189–190, 219). Tutkimustulokset tukevat tässä työssä ilmenevää käsitystä eläimistä toimijoina, jotka tuovat näitä tunteita mukaan suhteisiinsa ihmisiin, jolloin ihmisellä on mahdollisuus vastavuoroisesti vastata emotionaalisesti eläimiin.

⁵ Esimerkiksi George Herbert Mead (1972, 168) on väittänyt, että eläimillä ei ole mieltä tai ajattelua ja siten niiden käytöksellä ei ole merkitystä tietoisessa tai itsetietoisessa merkityksessä (significant or self-conscious sense). Meadin ja monen muun sosiologin käsityksien mukaan eläimet siis toimivat ainoastaan viettiensä varassa ja elävät nykyhetkessä vailla käsitystä itsestään. Tällöin ihmiset jo lähtökohtaisesti arvioivat eläinten toimintaa antropomorfisesti.

⁶ Graham Harvey (2005, 102) väittää, että viestiessään ruoan saannista tai reviiireistä, eläimet eivät pelkästään toimi vaistonvaraisen tai kaavamaisen pakon edessä vaan silloin ne toimivat keskinäisessä kulttuurissa.

Vähitellen yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen piirissä eläimiä on siis alettu ymmärtää mielellisinä sosiaalisina toimijoina (Arluke & Sanders 1996). Sosiologiassa toimijuus (*agency*) määritellään olennoiksi, joilla on haluja, aikomuksia ja tahtoja. Tällöin määritelmä soveltuisi joihinkin ei-ihmis eläinlajeihin, varsinkin domestikoiduihin eläimiin⁷, kuten tutkimuksessani tarkasteltuihin koiriin. Erityisesti domestikoiduilla eläimillä on havaittu olevan ”käsitys minuudesta” (*sense of selfhood*). (Cudworth 2011, 158.) Ne voivat valita ja kommunikoida ihmisten ja muiden lajien kanssa muiden toimijaolentojen tapaan (Irvine 2004, 128–130), vaikkakin eläimien kommunikoinnin sisältö on tulkinnoille avoin.

Kuitenkin on kritisoitu sitä, voiko eläin olla sosiologisen toimijuuden käsitteen mukainen toimija, koska toimijuus on sosiaalisesti rakennettu ja siten toimijan vaihtoehdot sosiaalisten suhteiden muokkaamia. Eläinten osalta on otettava huomioon niiden rajallinen kommunikaatiokyky ja ihmiskeskeisten resurssien suhteen alakynnessä olevan asema, joten niillä nähdään olevan enemmän rajoitettu toimijuuden muoto elinpaikkansa sosiaalisissa suhteissa. (Carter & Charles 2011a; Cudworth 2011.) Eläimet voitaneen silti nähdä toimijoiksi erityisessä sosiologisessa mielessä, koska eläimet ovat tahtonsa vastaisesti sijoitettuina jäseneltyihin sosiaalisiin suhteisiin; toiseksi toimijuus on itsessään seurausta eläinten syvästä vaikutuksesta suhteissa ihmisiin, ja kolmanneksi ihmisen ja eläimen väliset suhteet ovat mahdollisia merkityksellisen viestinnän ansiosta (Carter & Charles 2011b). Sosiologisen eläintutkimuksen anti tälle tutkimukselle on käsitys koirista aktiivisina toimijoina, jotka vuorovaikutuksella ja tunteiden ilmaisulla vaikuttavat tulkintaansa niistä itsestään, että suhteestaan ihmisomistajiin. Seuraavaksi käänän huomion eläinsuhteen piirteisiin.

2.1.2 Tarkastelussa eläinsuhde

⁷ Domestikoitu eläin ei tarkoita samaa kuin kesy eläin. Domestikoidut lajit lisääntyvät vankeudessa helposti, niiden tulee selviytyä ruoalla, jonka ne saavat ihmisen läheltä tai ihmiseltä suoraan – ei siis pitää ihmistä ruokalajinaan; niiden tulee olla hyväluontoisia ja mielellään tottuneita toimimaan hierarkisissa sosiaalisissa ryhmissä. Kesy eläin voi edelleen palata luonnolliseen, raivokkaaseen käytökseen. Domestikoituja lajeja on 14 kappaletta. (Anderson 2008, 2–4.) Esimerkiksi koira ja kissa lukeutuvat domestikoituihin lajeihin.

Tutkielmassani kartoitan koiran ja koiranomistajan suhdetta yhtenä teema-alueena, joten alustan siihen liittyen yleisesti yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen antia ei-inhimillisen eläimen ja ihmisen suhteen tutkimuksesta.

Eläinsuhde käsitteenä kuvaa yksilön tai yhteiskunnan suhdetta eläimiin ja käsitystä eläimistä. Eläinsuhdetta voidaan arvioida esimerkiksi välineellistävänä, tieteellistävänä, emotionaalisenä tai inhimillistävänä. Eläinsuhteessa on yleisellä tasolla nähty muutos välineellistävästä emotionaaliseen suuntaan. (Franklin 1999.) Jälkimodernissa yhteiskunnassa lisääntyi tietoisuus eläinten tietoisesta ja tuntevasta puolesta (Irvine 2004, 62), jolloin eläimistä tuli välittämisen, suojelunhalun ja inhimillisen rakkauden sijaiskohteita sekä kumppaneita, joiden kanssa oli mahdollista luoda vastavuoroisia riippuvuuteen pohjautuvia suhteita (Pivetti 2005, 47). Arkinen eläinsuhde on muuttunut välineellistämisen sijaan tunnepitoiseksi suhteeksi. Lemmikit ovat vahvistaneet ihmisten käsitystä eläimistä huolenpitoa vaativina, tuntemiskykyisinä ja yksilöllisinä olentoina. (Kupsala & Tuomivaara 2004, 317.)

Suhteemme eläimiin voidaan ajatella olevan ristiriitainen, sillä jotkin eläimet ovat ihmiselle objekteja niiden käytettävyyden vuoksi ja joillekin eläimille taataan subjektin asema, koska ne osallistuvat elämäämme emotionaalisesti (Morgan & Cole 2011, 112; ks. myös Dawson 2012, 122). Tällaisessa ajattelussa eläimiä kategorisoidaan käytön mukaan, mutta eläinsuhteen monikerroksisuuden vuoksi eläimiä harvemmin voidaan lokeroida joko subjektiksi tai objektiksi. Tätä ajatusta myös Yrjö Sepänmaa (2009b, 229) pohtii kirjoittaessaan, että ”eläin on toisaalta subjekti, itsenäinen toimija, toisaalta objekti, jolle ihminen tekee jotakin ja jota hän käyttää hyväkseen. Subjektina eläin tekee jotakin itsenäisesti itselleen ja joskus ihmiselle.” Toisaalta esimerkiksi lemmikit nähdään sekä ”ihmisinä” että ”eläiminä”: ”ihmisinä” niitä arvostetaan yksilöllisinä perheenjäseninä ja ”eläiminä” puolestaan vaistojen osalta, ja siten pohjimmiltaan ihmisistä erilaisina (Charles & Davies 2011, 73).

Käsitän tutkimuksessani eläimet subjekteina, jolloin ne ovat itsenäisiä toimijoita, vaikkakin edelleen ihmisistä erilaisina. Aktiivisina toimijoina eläimet vaikuttavat omalta osaltaan suhteisiinsa ihmisiin (Crist 1999), luoden ihmisen ja eläimen välistä merkityksellistä suhdetta. Nora Schuurman (2012, 17) katsoo, että eläimet voivat vaikuttaa

ihmisten käsityksiin ja toimintaan subjektiroolinsa kautta. Subjektirooli ilmenee arkisten kokemusten tulkinnoissa Schuurmanin mukaan, joten seuraan samaa ajatusta tutkimuksessani siten, että hahmotan koirat tiedonantajista erillisinä itsenäisinä toimijoina ja subjekteina, jotka vaikuttavat omistajiensa toimintoihin ja tunteisiin (ks. esim. Haraway 2008). Ajatusta eteenpäin viemällä koirat voivat tällöin vaikuttaa omistajiensa kulutusvalintoihin, joita tutkin myöhemmin analyysiosiossa.

2.1.3 Ihmisen suhde seuraeläimeen

Yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus kattaa kaikki yhteiskunnassamme elävien eläinten kirjon. Koiralla on merkittävä rooli sekä yhteiskunnassa että tässä tutkimuksessa, joten siksi kartoitan tässä kappaleessa ihmisen suhdetta lemmikkiin eli seuraeläimeen, joka on keskeinen käsite tälle tutkimukselle.

Ihmisen ja seuraeläimen side on ollut olemassa tuhansia vuosia (Sarmicanic 2007, 165), mutta lemmikkieläinten pitäminen on saanut merkittävän jalansijan yhteiskunnassa 1960-luvulta lähtien ja jatkaa kehityskulkuaan (Franklin 1999, 89). Lemmikillä tarkoitetaan eläintä, jota pidetään ensisijaisesti tunneperäisistä tai sosiaalisista syistä, ei niinkään taloudellisista syistä (Serpell & Paul 1994; Bekoff 2002). Lemmikin arvostus ja omistamisen palkinto kumpuavat suhteesta itsestään ja lemmikin kyvystä täyttää sosiaalisia ja emotionaalisia tarpeita ihmiskumppaneiden tapaan. Lemmikeistä käytetään myös vaihtoehtoisia termiä *seuraeläin*⁸ kuvaamaan sitä tarvetta, jonka vuoksi lemmikkejä pidetään. (Serpell 1986; Serpell & Paul 1994.) Seuraeläimen käsite korostaa vastuuroisuutta (Fudge 2008, 88) ja syventää eroa ihmisten suhteisiin kesytettyihin eläimiin sekä niihin eläimiin, jotka ihminen valitsee sydämiinsä ja koteihinsa. Useimmiten

⁸ HAS-tutkimusalan keskeinen julkaisu *Society & Animals –lehti* (2017) suosittelee julkaisuohjeissaan kunnioittamaan eläimiä siten, että lemmikin sijaan käytettäisiin terminä seuraeläintä tai ei-inhimillistä eläintä. Sanoihin ”pet” ja ”lemmikki” suhtaudutaan yleensä epäilyksellä, koska ne esittävät ei-inhimillisen eläimen hellittelyn kohteena ja ihmisen omaisuutena (Ruonakoski 2015, 263) tai elävinä leluina, ihmisen viihdykkeinä ja sääntöjä noudattavina olentoina (Irvine 2004, 34, 64). En itse yhdistä sanoihin negatiivisia konnotaatioita, mutta käytän tässä tutkielmassa pääsääntöisesti poliittisesti korrektimpaa seuraeläin –sanaa, ja paikoin lähdemateriaalien mukaan lemmikki –termiä. Vaikka Ruonakosken mukaan lemmikki –sanalla on yhteys sanaan ”lempi” eli rakkaus, mikä puolestaan yhdistää ajatuksen lemmikistä sekä seuralaisena että rakkautemme kohteena (Ruonakoski 2015), seuraeläimen käsite antaa eläimelle vahvemman toimijuuden ihmisen rinnalla elämiseen.

seuraeläin on omistajalleen ystävä, perheenjäsen, lapsen korvike tai suorastaan lapsi. Seuraeläimistä huolehditaan samaan tapaan kuin lapsista. (Beck & Katcher 1983; Serpell & Paul 1994, 130; Sarmicanic 2007.) Perheissä seuraeläimestä huolehtiminen on tyypillisesti naisen tehtävä (Sarmicanic 2007, 166).

Seuraeläimen ainoa tehtävä on olla ihmisen seuralainen. Seuraeläimet saattavat näyttää viltteiltä, mutta niiden tulee osata käyttäytyä kunnolla muiden perheenjäsenten tapaan, koska ne asuvat ihmisten kodeissa. (Irvine 2004, 56.) Kaikkiaan 75 % ihmisistä pitää seuraeläintä perheenjäsenenä (Anderson 2008, 66). Tutkimusten mukaan enemmistö länsimaisista lemmikinomistajista pitää lemmikkejään perheenjäseninä, ystävinä, sukulaisina ja sosiaalisina toimijoina: niille jutellaan, niihin luodaan merkityksellinen suhde, niiden syntymäpäiviä juhlitaan ja poismenoa surraan (Serpell & Paul 1994; Arluke & Sanders 1996; Charles & Davies 2011). Seuraeläinten hankkiminen nautinnon vuoksi on maailmanlaajuinen ilmiö ihmisyyhteisöissä (DeMello 2012, 147). On havaittu, että osa ihmisistä hankkii lemmikin eläinrakkauden ja hoivavietin tyydyttämisen perusteella (Turunen 2011, 131). Seuraeläimiä hankitaan muun muassa erilaisten ihmissuhteiden korvikkeiksi: sisarusten rooliin, menetetyn kumppanin tilalle tai lasten paikalle perheeseen (Archer 1997; Franklin 1999; Flynn 2000; Sarmicanic 2007). Seuraeläimet täyttävät korvikkeenomaisen roolin lisäksi muita rooleja, joilla ne vaikuttavat merkittävästi ihmisten elämään. Seuraeläimet toimivat muun muassa ystävinä, sosiaalisen tuen ja yhteyden mahdollistajina, työtovereina ja lasten leikkitovereina. (Anderson 2008, 67–72.) Lapsille ja nuorille, etenkin tytöille lemmikkieläimellä on kasvatuksellinen ja emotionaalinen merkitys (Laitinen & Shemeikka 2003).

Ihmisen ja seuraeläimen välinen suhde eroaa muista ihmisen ja eläimen välisistä suhteista siinä, että se ei perustu ainoastaan hyötyyn vaan se on kaksisuuntainen suhde, jossa suhteen molemmat osapuolet sekä ihminen että eläin toimivat yhtä suurissa rooleissa - yksilöinä. Ideaalitapauksessa suhde seuraeläimeen ei muodostu ainoastaan ihmisen mielenkiinnon kohteiden ja tarpeiden mukaan vaan yhtä lailla myös eläimen. (DeMello 2012, 155.) Suhde lemmikkiin on läheisin ja inhimillisin ihmis-eläin -suhteista; yksilöllinen ja henkilökohtainen monella tapaa. Lemmikkiin voi muodostaa syvän ja pitkäaikaisen suhteen muuten sirpaleisen ja epävarman elämän keskellä. Lemmit toisaalta asettavat muutamia vaatimuksia omistajilleen, mutta silmännähtävä rak-

kaus niiden omistajia kohtaan on ehdotonta, vakaata ja kestävä. Lemmikit vaikuttavat tarvitsevan ihmistä yhtä paljon kuin ihminen niitä. (Franklin 1999, 84–86; Sarmicanic 2007.)

Arvellaan, että seuraeläimet eivät ainoastaan tarjoa kumppanuutta itse vaan mahdollistavat myös ihmisten välistä kumppanuutta perheissä, yhteisöissä ja muualla (Wood ym. 2007; Charles & Davies 2011). Koirat ja varsinkin pennut toimivat ”sosiaalisina katalysaattoreina”, jolloin ne helpottavat ihmisten välisten suhteiden muodostumista ja kehittymistä (Wells 2004, 2007). Tällaisia sosiaalisia verkostoja, joita eläimet auttavat luomaan ja joissa ne toimivat aktiivisesti, voidaan käsitteellistää sosiaalisen pääoman sitomiseksi Robert Putnamin (2000) *bonding social capital* -termiä soveltaen. Tämän tutkimuksen sisällä näen eläimen sekä vuorovaikutuksen yhtenä osapuolena että vuorovaikutuksen välittäjänä myös ihmisten välisissä suhteissa ja verkostoissa. Koiran ja ihmisen suhde on tämän tutkimuksen ytimessä, joten siirryn seuraavaksi kartoittamaan tätä erityislaatuista suhdetta.

2.1.4 Koiran ja ihmisen läheinen suhde

Olen tähän mennessä tarkastellut yleisesti ihmisen ja eläimen suhdetta yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen, sosiologisen eläintutkimuksen ja seuraeläimen käsitteen kautta. Tämän tutkielman keskiössä on kuitenkin koiranomistajan⁹ ja koiran suhde, joten esittelen tässä kappaleessa tarkemmin juuri ihmisen ja koiran suhdetta, jonka piirteitä käyn läpi myös analyysissäni. Kartoitan tässä työssä *koirasuhdetta*, jonka olen muuntanut eläinsuhteen käsitteestä vastaamaan tutkimukseni kohdetta. Koirasuhteella käsitan yksilön eli koiranomistajan suhteen koiraansa ja suhtautumisen siihen.

⁹ Society & Animals –lehti (2017) suosittelee käyttämään omistajan sijaan ”huolehtijan” (caretaker) tai ”pitäjän” (keeper) nimikkeitä, jotka ovat kunnioittavampia ilmauksia. Myös ”huoltajan” (guardian tai caretaker) termiä käytetään, koska omistajan käsite nojaa konseptiin eläimistä omaisuutena tai orjan kaltaisena olentona (Anderson 2008, xix). En silti välttele hierarkisoivaa ilmausta ”koiranomistajasta”, koska sana kuvastaa myös yhtä puolta ihmisen ja ei-inhimillisen eläimen välisestä suhteesta eli valtasuhteesta Ruonakosken (2015, 263) mukaan. Omistaja -sana ei ole siis ongelmaton, mutta mainittakoon, että jo tutkielman alkuvaiheessa päädyin omistajan nimikkeeseen, koska kielipoliittiset ongelmat eivät olleet minulle silloin selviä, mutta jatkan silti silloin valitsemallani linjalla.

Koira on yksi suosituimmista seuraeläimistä maailmassa. Koira kesytettiin ihmisen metsästyskumppaniksi tuhansia vuosia ennen yhtäkään ruoaksi domestikoitua eli kesytettyä eläintä. Koira domestikoitiin ainakin 15 000 vuotta sitten, ja joidenkin tutkimusten mukaan jopa 30 000 vuotta sitten (Vilà ym. 1997; DeMello 2012, 50, 85.) Täten ihmisellä oli tuhansia vuosia aikaa rakentaa kumppanuussuhde koiraan, jolloin koira on lajiutunut tiiviiksi osaksi ihmisten yhteisöä, ja siten koiran ”luonnollinen” elinympäristö on ihmisperhe (Määttänen 2014, 277). Mikään muu eläin ei ymmärrä ihmisten sanallista ja sanatonta viestintää, mielialoja ja tapaamme elää niin kuin koira, kuten Thomas Daniels (2007, 1114) tiivistää ihmisen suhteen koiraan. Koira näyttää muihin eläinlajeihin verrattuna olevan taitavampi asettumaan rakastaviin ja emotionaalisesti tukeviin rooleihin (Lakatos & Miklósi 2012, 189). Ihmisellä ja koiralla on monia yhteisiä piirteitä ja ominaisuuksia, jotka mahdollistavat yhteyden löytämisen ja ylläpidon. Ihmiselle ja koiralle yhteistä ovat lajienvälinen sosiaalinen elinympäristö (Topál & Gácsi 2012, 164), kompleksinen ja joustava viestintäjärjestelmä sekä vastavuoroinen signaaliston oppiminen (Lakatos & Miklósi 2012, 191). Kenties koirien sosiaalisen elämän hätkähdyttävien piirre on se, että ne näyttävät suosivan ihmisryhmään liittymistä oman lajinsa si- jaan, ja se tekee koirasta erityisen ihmisen näkökulmasta (Topál & Gácsi 2012, 164).

Kodeissa asuvia koiria otetaan huomioon tietyllä itsestään selvällä tavalla. Tavallisesta koiranpennusta muuntuu erityinen perheenjäsen, kun sille annetaan nimi. Nimi identifioi koiran, ja antaa sille perheenjäsenen statuksen. Koiraan kohdistetaan tunteita, joiden syvyys voi yllättää perheenjäsenet, vaikka se on ”vain eläin”. Koiraan muodostuu läheinen yhteys, jota tuodaan esille myös perheen ulkopuolisille henkilöille. (Arluke & Sanders 1996, 10-11, 2007, 951.) Modernin yhteiskunnan jäsenenä koira on eläin, mutta sillä on oikeus tilaan, koulutukseen ja sosiaalisiin suhteisiin ihmisyhteisössä. Koulutuksella koirasta kehitetään yhteiskuntakelpoinen. (Koski 2006, 54, 59). Toisin sanoen koira sosiaalistetaan ympäristöönsä ja ihmisten yhteiskunnallisiin järjestyksiin jo pentuna syntymästä lähtien (esim. Birke & Hockenhull 2012, 18). Luultavammin koirien kyky yhteistyöhön ihmisen kanssa ja sosiaalinen älykkyys (Bradshaw 2013) auttavat niitä sopeutumaan hyvin perheisiin, yhteiskuntiin ja ihmiskunnan muutoksiin. Jos sosiaalisia kykyjä arvostetaan paljon, koiran voisi väittää olevan jopa kaikkein sosiaalisen eläin, koska ne asettuvat ihmisperheen jäseneksi paljon helpommin kuin ihminen koiraryhmän jäseneksi (Waldau 2013, 195; ks. myös Anderson 2008, 23).

Koirat ovat olennainen osa elämäämme, ja monelle maailma ilman koiraa on absurdi ajatus. Lemmikkien, varsinkin koirien omistajat väittävät koiriensa olevan emotionaalisesti läheisempiä läheisiä kuin ystävät ja perhe, ja lisäksi he ovat vakuuttuneita koirien kyvystä ymmärtää heidän syvimmat ajatuksensa (Daston & Mitman 2005). Koiraihmissen sanotaan tietävän jotain ”koiruudesta” (*doghood*), koska he elävät ja ovat arkisessa vuorovaikutuksessa koiriensa kanssa. Odotuksien ja elämien kietoutumisen seurauksena koiraihmisset ”tietävät” seuraeläimiensä olevan tietoisia olentoja. Vuorovaikutus sisältää ajatuksen siitä, että osapuolet ovat tietoisia muiden tarkoituksista ja toiveista kommunikoida; tässä ihmiset ja koirat ovat varsin tehokkaita emotionaalisesti läheisen suhteensa ansiosta. Koirat ovat eteväitä lisäksi seuraamaan huoltajansa huomion suuntaa, kuten myös ohjaamaan sitä. (Birke & Hockenhull 2012, 17, 23–27.) Olen kiinnostunut aineistossani tutkimaan koirasuhteessa ilmenevää emotionaalista läheisyyttä, jota arvioin myös kulutukseen vaikuttavana tekijänä.

Koiran ja ihmisen läheisen suhteen keskiössä havaitaan kiintymys (Siniscalchi, Stipo & Quaranta 2013), jota tässä tutkimuksessakin tarkastelen keskeisenä käsitteenä. József Topál ja Márta Gácsi (2012) avasivat tutkimuksessaan, että koiran ja omistajan välillä havaitaan täsmällisiä läheisyyden ja kontaktin ottamisen tapoja, kuten eroahdistusta ja käyttäytymisen muutoksia eron jälkeisessä tilanteessa tietyille yksilölle ja kiintymyksen kohteelle. Läheinen side tulee näkyväksi käytöksessä, kuten subjektin pysyessä lähellä kiintymyksen kohdetta, subjekti etsii turvaa ja lohtua suhteesta sekä tuntee surua tai ahdistusta erotettaessa vastentahtoisesti kumppanistaan. Tätä emotionaalisesti kiinnittymisen konseptia Topál & Gácsi kutsuvat *attachment bond* käsitteellä (emt., 165–167), jonka suomennan *kiintymyssiteeksi*. Kiintymyksen vahvuus riippuu ihmisen ja koiran ominaispiirteistä, mutta suhde voi olla molemmille osapuolille ikään kuin ”turvasatama”, jolloin sekä ihminen että koira voivat hakea tukea toisiltaan esimerkiksi stressaavissa tilanteissa. Koirat näyttävät kiintymyksen merkkejä sekä emotionaalisesti että käytöksellisesti ihmisiä kohtaan. Ihminen tulkitsee lajienväliset suhteet kiintymyssiteiksi, mutta kokee ne psykologisenä yhteydellisyytenä (emt., 181–182).

Koiran ja omistajan välisen kiintymyksen lisäksi hahmottelen tässä tutkimuksessa koiranomistajan eri suhtautumistapoja koiriinsa. Ihmisen suhtautuminen eläimeen ja sen

paikka ja asema ihmisen rinnalla riippuvat eläimen fyysisistä piirteistä, käyttäytymisestä ja muista ominaisuuksista. (Ratamáki 2009b, 38–39). József Topál ja Márta Gácsi (2012, 168–169) esittävät kolme erilaista suhtautumistapaa koiraan: koira voidaan lähestyä antropomorfiseen tapaan ystävänä, vauvamorfisesti vanhempi–lapsi -suhteen kaltaisena sekä lupomorfisesti susien sosiaalisen maailman hierarkisten sääntöjen mukaan ihminen alfa-suden roolissa¹⁰. Näitä edellä mainittuja suhtautumistapoja katson aineistossa ilmenevien tulkintojen pohjalta.

Suhdettamme koiraan voidaan kuvailla myös kumppanuutena, joka kehittyy kunkin kumppanin erityisien kykyjen avulla ja kautta (Higgin 2012, 74). Koirat omaavat monia ihmismäisiä käytösmalleja ja emotionaalisia reaktioita, jotka mahdollistavat vuorovaikutuksen sosiaalisina kumppaneina, kuten perheenjäsenenä (Topál ja Gácsi 2012, 170). Kumppanuus ei kuitenkaan ilmesty tyhjästä vaan se on riippuvainen osapuolten keskinäisestä pitkäaikaisesta vuorovaikutuksesta (Lakatos & Miklósi 2012, 188). Molempipuolinen kyky tulkita toisen tunnetiloja mahdollistaa luottamuksen, kommunikaation ja vuorovaikutuksen ihmisen ja koiran välillä (Koski 2006, 65). Ystävänä ja perheenjäsenenä koira rakentaa erityislaatuista suhdetta omistajaansa ja kuuluu osana ihmisen elämää. Koiran ja ihmisen sekä koiran ja yhteiskunnan suhteet limittyvät ongelmallisesti: yhtä aikaa koira on osa luontoa mutta läheisessä suhteessaan ihmiseen koira etäännyy luonnosta. Koira on tällöin eräänlainen hybridi Bruno Latourin (1993, 10–11) ajatuksia soveltaen. Yhtä lailla koira on lähellä ihmistä, mutta kaukana ihmisen maailmasta (Bäcklund ym. 2014, 286). Koira on siten yhtä aikaa kesyn eli yhteiskunnan ja perheiden sisällä elävä jäsen ja toisaalta villin, viettiensä varassa elävän eläimen välimuoto, ihmisen muovaama kulttuurin tuote.

Tähän mennessä on muodostunut kuva siitä, että eläimet ”tekevät” asioita, kuten vaikuttavat käytökseemme ja tunteisiimme. Eläimet voidaan nähdä sosiaalista elämää edistävinä ja emotionaalista tukea antavina. Seuraeläimiin muodostetut kiintymyssiteet edistävät emotionaalista ja sosiaalista hyvinvointia koko elämämme ajan, kuten Elizabeth Anderson (2008, 36) toteaa. Eläinten läsnäolo yhteiskunnassa näkyy ihmisen asettaman hallinnan ja representaatioiden muodossa, mutta toisaalta myös eläinten it-

¹⁰ Teoriat koirasta suden kaltaisena laumaeläimenä eli tiukan johtajuuden ja auktoriteetin alaisena ovat tekemässä tilaa näkemykselle siitä, että kesyyntymisprosessin seurauksena koira ja susi näyttäytyvät laumakäyttäytymiseltään erilaisina eläiminä (Raevaara 2011, 204–205).

sellisyyden muodossa (Aaltola & Keto 2015). Eläin asetetaan tiettyyn kulttuuriseen kontrolliin, mutta eläin myös itse vaikuttaa ja toimii suhteessaan ihmiseen. Ihminen–eläin –erottelua pyritään kaventamaan tutkimuksilla ja näkemään eläimet itsenäisinä toimijoina, jollaisina käsitän koirat tässä tutkimuksessa. Käsittelen seuraavassa kappaleessa hieman sitä, mitä ihminen puolestaan tekee, kun hän yrittää ymmärtää eläimen piirteitä tai tapoja tehdä asioita antropomorfoimalla.

2.1.5 Antropomorfismi

Yleinen tapa kuvata eläimiä niin arkisessa kuin tieteellisessä kielenkäytössä on esittää ne ihmisen kaltaisina (Kaarlenkaski 2012, 64), josta käytetään käsitettä *antropomorfismi*. Tässä tutkimuksessa käytän myös nimikettä *inhimillistäminen*. Antropomorfismilla tarkoitetaan ”inhimillisten ominaisuuksien, käyttäytymisen ja motivaatioiden liittämistä”, kuten ominaisuuksia ja henkisiä tunteita eläimiin ja muihin asioihin, jolloin niille annetaan ihmisille tunnusomaisia piirteitä (Serpell 2005, 123; Horowitz 2007, 60; Ruonakoski 2011, 141; Bradshaw 2013, 178–179). Alexandra Horowitzin (2007, 64) mukaan yleensä antropomorfisoidaan sellaisia ei-inhimillisiä eläimiä, jotka muistuttavat kasvojen piirteiltään ja liikkeiltään ihmisiä, kuten apinaeläimet ja koirat. Antropomorfismilla tehdään eläinten maailmat, kuten tunnetilat paremmin ymmärrettäväksi itsellemme ja muille ihmisille. Eläimen käytöksen kuvailu tai selitykset siitä, mitä tapahtuu eläimen mielessä, rajoittuvat kieleen, jolla puhumme asioista yleensä. (Bekoff 2002, 120.) Eläimet eivät voi itse puhua, joten ihmisen on pakko tulkita niiden käytöstä (DeMello 358), ja siksi antropomorfisointia ei voida kokonaan välttää Leslie Irvinen (2004, 68) mukaan.

Antropomorfismin väitteet ovat usein päätelmiä esimerkiksi mielentiloistamme. Historiallisesti antropomorfismilla on pyritty avaamaan ihmisille tuntemattomia alueita, kuten eläimen subjektiivista kokemusta. (Horowitz 2007, 65.) Antropomorfismin ajatus on kuitenkin kritiikin kohteena, koska se ei perustu tieteeseen (Daston & Mitman 2005, 3; Horowitz 2007, 65), ja koska eläinten ajattelusta ei saada varmaa tietoa (Schuurman 2010). Joidenkin tutkimusten mukaan eläimet kokevat ja kykenevät tuntemaan iloa, onnea, hämmästyksiä, kurjuutta tai surua (esim. Crist 1999, 36), joten kaikki ihmisten henkiset kyvyt eivät kuulu yksinomaan ihmisille. Jotkut tutkijat puolustavat sitä,

etteivätkö ”varovainen antropomorfismi” tai antropomorfiset termit voisi varovasti sovellettuna selittää ja tulkita eläinten käytöstä. (Horowitz 2007, 62–63; DeMello 2012, 358.) Eläimet eivät kuitenkaan tunne täsmälleen samoilla tavoilla kuin ihmiset, joten antropomorfismi voi auttaa selittämään niiden käytöstä ja tunne-elämää (Bekoff 2002, 120–123).

Ihmisenkaltaisina olentoina esimerkiksi koiria saatetaan kohdella kuin niillä olisi ”mielet”, tunteita, uskomuksia ja aikomuksia; pidemmälle vietyinä kohtelu muuttuu antropomorfisoinniksi. Ihmisaivot muodostavat johdonmukaisia ja jatkuvia representaatioita ulkopuolisesta maailmasta täyttäen todellisuudessa esiintyviä aukkoja, joten antropomorfismin yhdistettynä lemmikkeihin on mahdollista muodostaa suhteita, jotka muistuttavat suhteita muiden ihmisten kanssa ja olla vuorovaikutuksessa niiden kanssa kuin ne olisivat ihmisiä. (Archer 1997, 252.) Ihmisellä on kyky yhdistää itsensä ja ei-inhimillisten eläinten välinen aukko puheella ja ajatuksella (Archer 1997, 254).

Leslie Irvine (2004, 68–69; vrt. Crist 1999) muistuttaa, että antropomorfismin ongelma on enemmän seuraus ihmiskielen käytöstä ja sen rajoista kuin itse eläinten käytöksen kuvailusta. Tästä syystä tutkijat ovat päinvastaisista ponnistuksista riippumatta antropomorfisoineet tutkimuskohteitaan (Ruonakoski 2011, 141). Tämä voi johtua siitä, että eläinten käyttäytyminen kiinnostaa maailmanlaajuisesti ja eläimistä keskustelun vetovoimaa lisää ihmisille tuttujen termien käyttö (Bekoff 2002, 123). John Bradshaw (2013, 178–179; ks. myös Serpell 2005) väittää, että antropomorfismi kuuluu oleellisena osana ihmisluontoa. Koiran ja sen omistajan tunnesiteeseen liittyy yleensä inhimillisiä piirteitä, joten antropomorfisointia tapahtuu ikään kuin luonnostaan. Eläinten inhimillistämisen voidaan tällöin ajatella olevan kysymys tulkinnasta.

Antropomorfismi on moniselitteinen ja kritisoitu käsite, mutta monille luonteva keino käsitteellistää eläin, ja peilauspinta omaan kommunikaatioon eläinten kanssa. Käytän käsitettä tutkimuksessani neutraalina terminä, jolla eläin ymmärretään ihmisen kaltaisena useilta piirteiltään. Tähän mennessä olen käsitellyt tutkimukselleni keskeisiä viitekehäyksiä yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen sisältä. Seuraavaksi kiinnitän huomioon toiseen keskeiseen teoriakontekstiin eli kulutukseen.

2.2 Kulutus sosiologian tutkimuskohteena

Tutkimuksessani konteksti nojautuu kulutuksen sosiologisen¹¹ tutkimuksen teemaan ja kulutustutkimuksen sisälle. Kulutukseen osallistumisen väitetään olevan tärkein sosiaalinen käytäntö, jolla kiinnittyä ympäröivään yhteiskuntaan (Räsänen 2008, 127). Kulutus voi nykyisessä kulutusyhteiskunnassa elämien lailla kuulua jokapäiväistä arkeen ja elämään, mutta mitä kulutus oikeastaan tarkoittaa? Kulutus määritellään kulutustutkimuksessa seuraavasti: kulutushyödykkeiden hankkimiseksi ja hyödykkeiden käytöksi tarpeiden tyydyttämiseksi (Pohjola 2015, 308). Tässä tutkimuksessa kulutus tarkoittaa siis koiriin liittyvien kulutushyödykkeiden hankkimiseksi, ja koiran tarpeiden tyydyttämiseksi. Kulutus nähdään monitahoisena tutkimuskohteena: se sisältää valinnanvapauksia, mutta myös välttämättömyyksiä; toisaalta kulutus on samanlaistunut ja toisaalta yksilöllistynyt (Toivonen & Räsänen 2004, 247–248). Katsotaan, että kulutuksen rooli korostuu arkielämän ja arvojen jäsentäjänä aiempaa merkittävämmiin (Räsänen 2000, 82–84).

Kulutussosiologia korostaa kulutuksen olevan itsenäinen ilmiö: kulutus on kulttuurinen ja sosiaalinen ilmiö, joka ei ole pelkästään taloudellista valintakäyttäytymistä tai tuotannon hallitsema systeemi (Noro 1995, 1). Itsenäisen dynamiikkansa ansiosta kulutus ruokkii itse itseään (Ilmonen 2000, 189). Kulutuksen sosiologia tutkii kulutukseen liittyviä merkityksiä ja miten ne punoutuvat yhteiskunnan sosiaalisiin rakenteisiin ja identiteetin muodostumiseen. Kulutuksen kokemuksellisuus ja esine–henkilösuhteen emotionaalinen sidos ovat kasvavia mielenkiinnon kohteita sosiologisen kulutustutkimuksen piirissä. Kulutuksen välityksellä ihmiselle rakentuu yksilöllinen ja kollektiivinen identiteetti ja kulutus tapahtumana puolestaan heijastaa yhteiskunnallisia käytäntöjä. (Ilmonen 2007, 27–28.) Kuluttamisella ihminen osoittaa kuuluvansa jonkinlaiseen sosiaaliseen maailmaan (Jallinoja 1995, 35).

¹¹ Kulutuksen sosiologinen tutkimus ja kulutussosiologinen tutkimus on syytä erottaa toisistaan: edellinen keskittää huomion kulutukseen sinänsä empiirisen ja teoreettisen tutkimuksen kautta, kun jälkimmäinen on samaten teoreettis–empiiristä, mutta se pyrkii kulutuksen kautta aukaisemaan näkökulman yhteiskuntaan. Kulutustutkimus puolestaan lähestyy kulutusta talouden näkökulmasta kulutukseen sinänsä. Molemmat sosiologiset tutkimusotteet avartavat käsityksiämme kulutuksesta ja osoittavat kulutuksen olevan osa meitä. (Ilmonen 2008.) Tarkastelen tässä työssä kulutussosiologisesti kulutuksen symbolimerkityksiä ja henkilökohtaisen vuorovaikutuksen merkitystä kulutuksessa.

Kulutus heijastaa ja ilmentää suhteitamme esineisiin ja muihin ihmisiin valinnan ja mielihyvän muodossa, joita saamme tavaroiden ja muiden tuottamien palveluiden käytöstä sekä omien ratkaisujen muodossa vapaan päätöksentekijän ominaisuudessa (Sulkunen 1997, 6–7). Tätä ajatusta sovellan tutkimuksessani siten, että koiraan liittyvä kulutus heijastaa suhdetta koiraan, kuten esimerkiksi emotionaalista kiintymystä osoitetaan lahjojen antamisen muodossa. Pekka Sulkunen esittää näkemyksen siitä, että mitä vähemmän kulutamme tarpeiden mukaan, sitä tärkeämmäksi muodostuu tavaroiden symbolinen merkitys (Sulkunen 1998, 301). Koiralle ostetulla joululahjalla voidaan katsoa olevan symbolista merkitystä esimerkiksi niin, että sillä osoitetaan koiran olevan muiden ohella perheenjäsen. Onkin nähty, että usein tavaroihin ja palveluihin kohdistuva kiinnostus kohdistuu niiden symboliarvoihin ja merkityksiin käyttöarvon sijaan (Jalilinoja 2004, 122).

2.2.1 Kulutuksen valintamekanismit

Kartoitan tässä kappaleessa niitä kulutusvalintojen prosesseja, joiden pohjalta voin tulkita koiranomistajien kulutusvalintoja koiriinsa liittyen. Zygmunt Baumanin (1992, 50) mukaan jälkimoderni kuluttaja on vapautunut välttämättömän kulutuksen puristuksesta, joten kulutusvalinnoillaan yksilö pyrkii tavoittelemaan onnellisuutta, nautintoa ja mielihyvää millä tahansa tyydytystä antavalla vaihtoehdolla (ks. myös Baudrillard 1988, 35). Nykypäivän kuluttajalla on vapaus valita (Gabriel & Lange 2008). Kulutuksen sosiologia korostaa ihmisten olevan tietoisia valitsijoita, jolloin heillä on mahdollisuus myös muuttaa valintojaan (Ilmonen 1998b, 108). Yiannis Gabriel ja Tim Lange (2015, 4) kuvaavat nykypäivän arvaamatonta, ristiriitaista ja hallitsematonta kuluttajaa vastakohtien kautta: kuluttaja voi toimia joko yksilöllisesti tai kollektiivisesti sosiaalisten normien ja odotusten mukaan; kuluttaja voi olla irrationaalinen, epäjohdonmukainen tai epälooginen kuten yhtä lailla myös rationaalinen, suunnitelmallinen ja järjestelmällinen. Siispä koiranomistaja voi siten tehdä toisaalta järkeviä päätöksiä koskien esimerkiksi koiran ruokintaa tai vaatetusta, ja toisaalta ostaa hetken mielijohdeesta koiralle lelun tai herkkuja.

Yksilön kulutusvalintaa ohjaavat tekijät, kuten yksilölliset mieltymykset ja sosiaaliset kulutuksen valintamekanismit. Oleellisimmat kulutusvalinnan mekanismit ovat traditio,

konventio, rutiini, tyyli ja muoti (Ilmonen 2007, 238). Timo Toivonen (1998) esittää, että edellä mainittujen mekanismien lisäksi kulutusvalintoja ohjaavat lisäksi harkinta ja elämäntapa. Jokaiseen valintatapaan vaikuttaa kaksi ulottuvuutta: harkintaan perustuva valinta on tietoisista ja rationaalista, elämäntapaan pohjautuva valinta on vakaata ja tiedostamatonta sekä muotiin pohjautuva valinta irrationaalista ja epävakaa. Yleensä valinnoissa ovat mukana kaikki edellä mainitut näkökohdat eri painoituksilla eri tilanteissa (emt., 165), limittyen toisiinsa valinnan viitekehyksenä. Varsinaiset valinnat puolestaan toteutuvat yksilöllisesti valintatilanteessa markkinoilla. (Ilmonen 2007, 240–242.) Koiranomistaja kuluttajana saattaa esimerkiksi punnita mahdollisten vaihtoehtojen välillä käytettävissä olevien tulojen ja tavaroiden hinnan perusteella nojaten osin taloudelliseen rationaalisuuteen (esim. Ilmonen 1998a), osin tiedostamattomiin rutiineihin ja osin mielijohteeseen. Kulutuskäyttäytymiseen voivat vaikuttaa lisäksi ulkoiset tekijät, kuten sosiaaliset suhteet. Tässä työssä viitataan siihen suhteella koiraan.

Vastapainona rationaaliselle kulutusnäkemykselle on esitetty kulutuksen hedonistinen näkökulma. Colin Campbellin (1987, 89–90) mukaan traditionaalisen hedonismin rinnalle on noussut moderni hedonismi, jossa kulutuksen ja mielihyvän lähtökohdat pohjautuvat tunteisiin, unelmointiin ja lopulta nautinnon etsimiseen. Traditionaalisen hedonismin fyysisen nautinnon sijaan moderni kuluttaja keskittyy tuotteiden merkityksiin ja kuviin etsiessään nautintoa, halujen kohteiden muuttuessa jatkuvasti (emt., 203). Hedonistinen näkökulma painottaa emotioiden, tunteiden ja nautinnon kokemusten merkitystä kuluttajakäyttäytymisessä (Luomala 2000, 157). Tämän tutkimuksen tiimoilta arvioin hedonistista näkökulmaa siten, että koiraan kuluttaminen tuottaa omistajalle mielihyvää tai muita positiivisia tunteita.

Kuluttajan lopullista valintatilannetta muovaavat voimakkaimmin kolme toisistaan riippumatonta tekijää. Ensimmäisenä mainittakoon tilanteen tulkinta ja *subjektiivinen käytötarvolupaus* eli vakuuttelu itselle ostoksen ”tarpeellisuudesta”, toisena käytössä olevat resurssit ja kolmantena olemassa oleva tarjonta. Tilanteen tulkinnassa yhdistyvät aiemmat kokemukset muistijälkineen, sosialisatio, kollektiivinen muisti ja tarpeiden kohteiksi tähtäävät tavarat. Valinnan rajaamisessa auttavat aiemmin mainitut kulutuksen valintamekanismit. Resurssit, kuten aika, raha ja tieto hyödykkeistä ohjaavat myös

ostopäätöksen suuntaa. Valintaprosessi ei kulje ennalta määrätysti, vaan tilaa jää myös satunnaisuudelle, esimerkiksi heräteostoille. (Ilmonen 2007, 242–246.)

Timo Toivonen ja Pekka Räsänen (2004, 247) huomauttavat, että kulutuskäytännöissä havaittujen eroavuuksien vuoksi ihmiset eivät ”suinkaan tee kulutusvalintojaan ’valinnan vapauksien valtakunnassa’”, koska erilaiset sosiaaliset ja taloudelliset pakot yhdistettynä kulttuurisiin koodeihin muodostavat valintojen toteutuksille reunaehdoja. Kulutus päätöksissä usein kysytään ystävien mielipiteitä, ja puolin ja toisin annetaan neuvoja (Ilmonen 2007, 59). Valintaprosessiin kuuluu ”päänsisäinen ostoneuvottelu”, jossa tavaran hintaa verrataan oletettuihin tuotannollisiin, tavaraopillisiin ja symbolisiin ominaisuuksiin. Näin ollen kuluttajan kiinnostus tavaroihin syntyy ajankohtaisten tarpeiden pohjalta käyttöarvovetoisena, mutta välittyy rahan kautta. (emt., 77–80.) Ihminen hankkii tuotteita yleensä erityisiä tarkoituksia varten, mutta tuotteiden tulee täyttää asetetut laadulliset ja toiminnalliset vaatimukset. Tavarat kommunikoivat puolestamme, sillä usein hankituilla tavaroilla halutaan ilmaista sekä itselle että muille jotain. (Ilmonen 2008, 328.)

Tarkastelen myöhemmin analyysissä edellä mainittuja valintamekanismeja, joilla koiranomistajat perustelevat hankintojaan. Valintaprosessin ulkoisena tekijänä kartoitan koiran roolia toimijana ja subjektina, jolloin se osallistuu omistajan kulutusaktiiviteetteihin. Jatkan kulutuksen viitekehysten käsittelyä koiraan liittyvällä kulutuksella, joka on toinen tutkimusteemani.

2.2.2 Koiraan liittyvä kulutus

Pyrin edellä esittämään yleisesti kulutuksen sosiologista näkökulmaa, joten tässä kappaleessa käyn läpi tarkemmin koiraan liittyvän kulutuksen perspektiiviä. Kulutuksen sosiologian mielenkiinto on suuntautumassa merkitysten henkilökohtaiseen tai subjektiiviseen puoleen ja esine–henkilösuhteen emotionaaliseen sidokseen eli kulutuksen emotionaaliseen aspektiin (Ilmonen 2000, 189). Tämän tutkimuksen analyysissä mukautan Ilmosen ajatusta mielenkiinnon kohdistuessa koirasuhteen emotionaaliseen sidokseen, ja siten kulutuksen emotionaaliseen näkökulmaan.

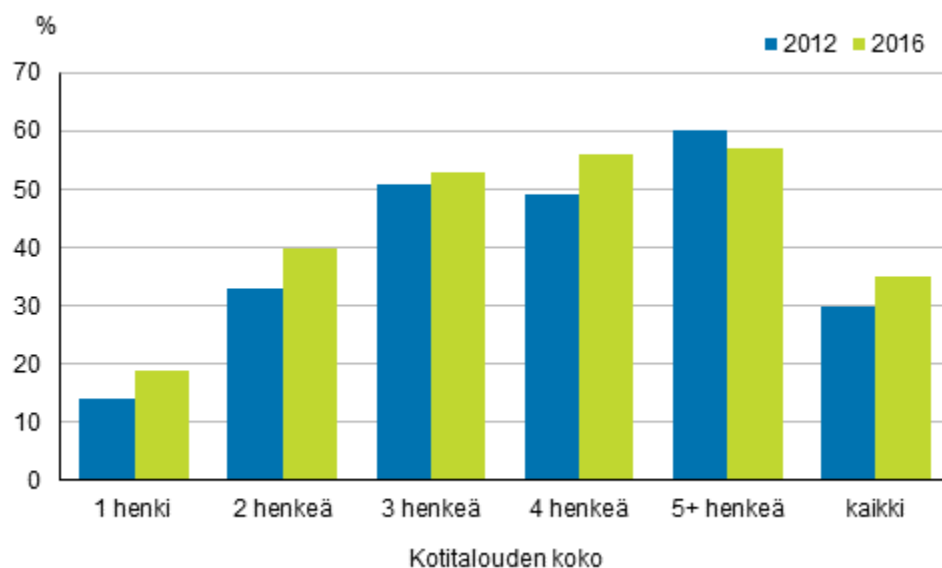
Koiraan liittyvällä kulutuksella tarkoitan tutkimuksessani Andrew Aylesworthin, Ken Chapmanin ja Susan Dobchan (1999) tavoin koiriin liittyvien asioiden hoitamisella eläimen eliniän ajan. Suhteen aikana omistaja joutuu tekemään lukemattomia päätöksiä, jotka vaikuttavat sekä koiran hyvinvointiin että siihen liittyvään kulutukseen eri aktiviteetein. Tutkijat erottelivat kulutuksen kolme avainkategoriaa, jotka ovat suhde, ylläpito ja lääkinnällinen kulutus. Omistaja joutuu tekemään lääkinnällisiä ja ylläpidollisia päätöksiä koskien muun muassa lemmikkinsä terveydenhoitoa, ruokintaa ja liikuntaa. Suhdeaktiviteettien voidaan katsoa olevan ihmisen ja eläimen välisen siteen (HAB) kulmakiviä eli kuluttajan jokapäiväisiä aktiviteetteja lemmikkinsä kanssa. Tutkijat näkevät, että koiraa koskevat päätökset limittyvät toisiinsa näkyen toimintana ja kulutuksena kohti koiran hyvinvointia. (emt.)

Kuluttajat ovat halukkaita kuluttamaan yhä enemmän seuraeläimiinsä, mikä näkyy esimerkiksi kasvaneena määränä erilaisia koirille tarkoitettuja tuotteita tai palveluja. Koiriin liittyvän kulutuksen kasvu viittaa ihmisten lisääntyneeseen osallisuuteen koiriensa kanssa. Lisääntyneet määrät aikaa, energiaa, vaivaa ja rahaa, joita ihmiset kuluttavat hankkiakseen koirille erilaisia asioita, johtavat lopulta merkittäviin elämäntapamuutoksiin koiranomistajien elämässä. (Dotson & Hyatt 2008.) Eläinmyönteisessä yhteiskunnassa lemmikeillä on ”ihmismäinen asema perheenjäsenenä, ja niille tarjotaan kaikenlaisia palveluja terveydenhoidosta ja hieronnasta hau-tauspalveluihin.” (Kupsala 2011, 114).

Lemmikkien lukumäärät ja niihin kuluttaminen ovat kasvaneet voimakkaasti viime vuosina maailmanlaajuisesti. Länsimaissa viittä ihmistä kohden on olemassa noin yksi lemmikkikoira (Coppinger 2005, 16). Maailmassa on arvioitu olevan kaikkiaan noin 500 miljoonaa koiraa. Erilaisia koirarotuja arvioidaan olevan 500 rotua, joista kansainväliset koiranjalostusjärjestöt tunnustavat noin 350 rotua. (Keskitalo 2011, 14.) Yksistään Yhdysvalloissa vuonna 2017 kerätyn tilaston mukaan 68 prosentilla kotitalouksista eli 84,6 miljoonaa kotitaloutta omistaa jonkin lemmikin ja 60,2 miljoonaa kotitaloutta omistaa koiran. Kaikkiaan maassa on 89,7 miljoonaa koiraa ja vuonna 2016 amerikkalaiset kuluttivat lemmikkiteollisuuteen 66,75 miljardia dollaria. (APPA 2017.)

Suomessa koiria on noin 700 000 kappaletta vuoden 2016 kulutustutkimustiedon mukaan (SVT 2018d) ja koiria rekisteröidään vuosittain keskimäärin 50 000 yksilöä (Suomen Kennelliitto 2017). Vuonna 2016 noin 35 prosenttia kotitalouksista omisti jonkin lemmikkieläimen, ja ainakin 22 prosenttia talouksista omistaa ainakin yhden koiran (SVT 2016). Lemmikkieläimiä omistavien kotitalouksien määrä on kaiken kokoisissa kotitalouksissa kasvanut (Taulukko 1).

TAULUKKO 1. Lemmikkieläimien omistavien kotitalouksien prosenttiosuudet vuosina 2012 ja 2016 (SVT 2016)



Koirien määrän noustessa koirille tarjolla olevien tuotteiden ja palveluiden kirjo kasvaa enenevässä määrin. Lemmikkieläimien kulutuksesta on muodostunut massiivinen teollisuustoiminta ja kulutusmarkkinat, joilla saatavilla valtava valikoima erilaisia ruokia, tarvikkeita, leluja, lääkkeitä sekä terveys- ja hyvinvointipalveluita. Lemmikkeihin kulutetaan enemmän, jolloin eläinmenot ovat kasvaneet kaikissa kotitalouksissa Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen (2018b) mukaan (Taulukko 2).

TAULUKKO 2. Lemmikkieläinmenot kotitaloutta kohti vuoden 2016 hinnoin ja prosentuaalinen muutos 2012–2016

	2012 euroa/vuosi	2016 euroa/vuosi	Muutos-% 2012-2016

Kaikki kotitaloudet	195	230	18
Yhden hengen talous, alle 65 v	104	160	54
Lapseton pari, alle 65 v	285	350	23
Yksinhuoltajatalous	229	303	32
Kahden huoltajan lapsiperhe	355	362	2
Yli 64-vuotiaiden kotitaloudet	74	118	59
Muut kotitaloudet	244	282	16

Suomalaiset kuluttavat lemmikkieläimiin vuositasolla satoja miljoonia euroja. Vuosittain koiraan kohdistuvia menoja voi kertyä noin 1800 euroa (Topelius 2015). Koiran elinikäiset kustannukset maksavat erään arvion mukaan 7500–19 500 euroa sen omistajalle (PDSA 2018). Tilastokeskuksen suorittama kulutustutkimus (SVT 2018b) seuraa kotitalouksien kulutusmenoja, ja kansantalouden tilinpitolaskelmasta (SVT 2018a) selviää millaisia summia suomalaiset kuluttajat käyttävät lemmikkeihin (Taulukko 3). Lemmikkeihin kohdistuvien kulutusmenojen kasvu on neljän vuoden aikana kasvanut, kuten taulukosta on nähtävissä esimerkiksi 40 prosentin muutos lemmikkien ruokaan käytetyssä rahassa.

TAULUKKO 3. Lemmikkieläinmenot vuosina 2012 ja 2016 ja prosentuaalinen muutos 2012–2016

	2012 miljoonaa euroa	2016 miljoonaa euroa	Muutos-% 2012-2016
Lemmikkieläinten ruoka	218	302	39

Lemmikkieläinten tarvikkeet ja lääkkeet	127	502	45
Lemmikkieläinten lääkintä- ja muut palvelut	101	186	84

Lemmikkien omistamisen kasvu kotitalouksissa kasvattaa myös niihin kulutettavia menoja; huomattavista kustannuksista huolimatta moni omistaja kuitenkin näkee vaivaa huolehtiakseen lemmikeistään (Belk 1996, 128). Lemmikit, ja kuten tässä tutkimuksessa tarkastellut koirat ovat osa monien kotitalouksien elämää ja arkipäivää (Aylesworth, Chapman & Dobscha 1999).

On ilmaistu, että lemmikki nähdään minän laajentumana, jolloin niihin kulutetaan samoin kuin itse kuluttaisi ellei jopa anteliaammin (Jyrinki 2010, 33). En kuitenkaan tässä tutkimuksessa näe koira omistajansa minän laajentumana, vaan ennemmin kanssakuluttajana (*co-consumer*), koska ne osallistuvat omistajansa kulutustoimintoihin niin arkipäiväisissä valinnoissa kuin isommissa kulutuspäätöksissä (Kylkilahti ym. 2016; ks. myös Vänskä 2014). Koira toimii kolmella tavalla kanssakuluttajana: ensimmäiseksi kuluttaja ottaa koiran huomioon esimerkiksi tarvikkeita ja palveluita ostaessaan eli siten kuluttaen koiran takia; toiseksi palvelee koira ostamalla sille tarvikkeita ja palveluita, ja kolmanneksi kuluttaja saa itse nautintoa ja hyvinvointia koiraltaan, jotka voidaan nähdä koiran tuottamina ”palveluina” omistajalleen (Kylkilahti ym. 2016, 126). Analysoin yhtenä osana koiraan liittyvää kulutusta koiran kanssakuluttajuutta, ja yleisesti kulutuksen taustalla piileviä merkityksiä. Seuraavaksi kerron, miten merkityksiä hahmotetaan.

3 INTERNETKYSELY JA SISÄLLÖNANALYYSI

Seuraavissa alaluvuissa kuvaan aineistoni ja aineiston analyysin lähtökohdat. Esittelen mitä eri valintoja olen tehnyt tutkimusprosessissa, kuten mitä metodeja olen käyttänyt aineiston hankinnassa ja analyysissa. Pyrin kuvailemaan kokonaisuudessaan tutkimusprosessini tarkasti ja läpinäkyvästi. Jari Eskolan (2010, 181) mukaan tutkimuksen tekeminen on ”päättämistä isoista ja pienistä kysymyksistä”, joten seuraavissa alaluvuissa perustelen tekemäni valinnat ja johtavat ideat, joihin nojaten tein tutkimukselliset ratkaisut eri vaiheissa.

Tässä luvussa esittelen tutkimuksessa käytettyä aineistoa ja sen analysointiin käyttämäni menetelmää. Ensimmäiseksi käsittelen mistä lähtökohdista tutkimukseni lähti liikkeelle. Toiseksi esittelen käyttämäni aineistonkeruumenetelmän: kuvaan kuinka tein kyselylomakkeen, milloin ja missä keräsin aineiston ja kyselyyn osallistuneet. Arvioin tämän jälkeen objektiivisesti valitun aineistonkeruumenetelmän. Kolmanneksi sisällönanalyysistä tutkimukseni analyysimenetelmänä ja kuinka käytännössä toteutin aineiston analyysin.

3.1 Tutkimuksen metodologiset lähtökohdat

Tutkimuksen lähestymistavan ja menetelmät olen valinnut omien tutkimustarpeiden ja -tavoitteiden mukaan (ks. esim. Eskola & Suoranta 1998). Tutkimus on luonteeltaan laadullinen tutkimus, jossa on ripaus määrällistä tutkimusta. Tutkimuksen luonne yleensä määrää metodin, mutta joitain metodeja voi käyttää sekä laadullisissa että määrällisissä tutkimusstrategioissa. Pertti Alasuutarin (1994, 44) mukaan laadullisen tutkimuksen ydin piilee merkitystulkintojen luomisessa ja arvoituksen ratkaisemisessa, mutta selittämisen johtolankoina voi myös käyttää kvantitatiivisen analyysin tuloksia. Tutkimusasetelmassa lähdin liikkeelle poikittaistutkimuksesta eli poikkileikkausaineistolla tehdystä tutkimuksesta. Poikittaistutkimuksen aineisto on hankittu useilta vastaajilta yhdessä ajankohdassa. (Eskola 1975, 46; Vastamäki 2010, 128.)

Tutkimukseni analyysinkeruumetodiksi olen valinnut kvantitatiiviseksi määritellyn menetelmän, kyselyn, mutta tyypittelen sen silti kvalitatiiviseksi kyselyksi (ks. esim. Jansen 2010), koska pyrin keräämään kvalitatiivista tietoa enimmäkseen avoimien kysymyksien avulla. Harrie Jansen (emt. 2010) määrittelee kvalitatiivisen kyselyn siten, että siinä ei lasketa luokkien esiintymistiheyttä vaan etsitään vastaajien ominaisuuksista empiiristä erilaisuutta, vaikka ominaisuudet olisi ilmaistu numeroin. Samoin omassa tutkimuksessa katson vastaajien laadullisia vastauksia kokemuseräisenä tietona. Tällöin sain analysoitavakseni laadullista aineistoa eli primaariaineistoa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 185). Tätä aineistoa analysoin aineistolähtöisen analyysin ja teemoittelun keinoin (ks. esim. Pöntinen 2004, 88), josta kerron myöhemmin.

3.2 Puolistrukturoitu internetkysely

Tutkimuksessani halusin tietää mitä koiranomistajat ajattelevat koiristaan ja suhteestaan niihin sekä koiriin kuluttamisestaan, joten järkevintä on kysyä näitä tiedonantajilta suoraan. Yhteiskuntatieteilijät yleensä valitsevat haastattelun ihmisten kuulemiseen, mutta kuten Pertti Alasuutari (2001, 160) ilmaisee, ettei ole yhtä ehdotonta väylää tai menetelmää, jolla selvittää yksilöiden ajatuksia. Toteutin aineiston keruun puolistrukturoidun internetkyselyn avulla, jossa oli sekä määrällisiä kysymyksiä valmiine vastausvaihtoehtoineen että laadullisia avoimia kysymyksiä (Liite 1). Kyselyllä tarkoitetaan menettelytapaa, jossa tutkitut henkilöt itse täyttävät esitetyn kysymyslomakkeen joko valvotussa ryhmätilanteessa tai kotonaan (Eskola 1975, 158). Kyselyni on verkkopohjainen itsetäydennettävä kysely. Tällaisen kyselyn etuna on se, että tiedot saa automaattisesti tiedostoiksi, jotka voi kasata tarkoitusta vastaaviksi analyysipaketeiksi. (David & Sutton 2004, 159–160.) Kysely yleensä yhdistetään numeraaliseen tutkimukseen (ks. esim. Curtis & Curtis 2011, 5-9), mutta se mahdollistaa myös laadullisen, syvemmän tutkimuksen avoimilla kysymyksillä (Blaxter, Hughes & Tight 1997, 610; Grix 2010, 124).

Kun tutkin merkitysrakenteita eli sitä, miten tutkittavat jäsentävät ja hahmottavat suhdettaan ja kulutustaan koiriin, aineistona tulee tällöin olla tekstiä, jossa ihmiset puhuvat asioista omilla sanoillaan (Alasuutari 1994, 73). Tästä syystä lisäksi kyselyyn useita avoimia kysymyksiä. Avoimin kysymyksin saatua aineistoa voi tarkastella laadullisesti,

kuten teemoittelulla. Kyselytutkimuksessa avointen kysymysten etuja ovat vastaajan mahdollisuus perustella näkemyksiään ja tutkijan mahdollisuus luokitella aineistoa monin tavoin. Kyselytutkimuksen huonoja puolia taas ovat kysymyksiin vastaamattomuus ja vastausten epätarkkuus. Avoimet kysymykset ovat myös työläitä analysoida. (Valli 2010a, 126.) Avoimien kysymyksiä kohdalla epäsuorasti oletan tavoiteltujen vastaajien lukutaidon olevan riittävää, jotta he voivat toimittaa kirjoitettuja vastauksia (David & Sutton 2004, 160).

Haastatteluun verrattuna laadullisen tutkimusaineiston hankintamenetelmänä kyselyssä on omat etunsa ja haittansa (ks. esim. Curtis & Curtis 2011, 30–31, Hirsjärvi & Hurme 2000, 34–37). Kysely on haastatteluun verrattuna joustamaton menetelmä, koska siinä tutkijalla ei ole mahdollisuutta oikaista väärinkäsityksiä, vaihtaa kysymysten järjestystä tai käydä vuoropuhelua tiedonantajan kanssa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73). Klaus Mäkelän (1990, 49–50) mukaan lomakekysely ei ole haastattelua huonompi tai tehottomampi keino aineiston hankintaan. Kysely on halvempi menetelmä kuin henkilökohtainen haastattelu. Menetelmän valinta riippuu siitä, paljonko painotetaan aineiston laatua ja hankintakustannuksia. Täsmällisistä tosiasioista kyselyn ja haastattelun avulla kerättyjen aineistojen laadullinen ero ei liene yhtä suuri kuin ihmisten asenteista ja mielipiteistä kerättyjen tietojen. (Eskola 1975, 159.) Kyselylomakkeella pääsee selvyyteen siitä, mitä ihmiset tekevät yksityiselämässään. Kyselyllä voidaan selvittää myös mitä ihmiset ajattelevat, tuntevat, kokevat tai uskovat. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 184.)

3.2.1 Kyselylomakkeen muotoilu

Aineiston keruuta valmistellessani olin tutustunut löyhästi lemmikkeihin kohdistuvaan kulutustutkimukseen ja ihmisen ja eläimen välisen suhteen tutkimuskenttään. Teoreettiseen viitekehykseen tutustuminen ohjasi lomakekysymysten muotoilua. Lomakekyselyssä kysyn tiedonantajilta kysymyksiä, jotka koin tutkimuksen viitekehykselle ja tarkoitukselle merkittäviksi (vrt. Tuomi & Sarajärvi 2009, 75). Myös oma kokemukseni koiranomistajana auttoi tarkentamaan kiinnostavien kysymysten joukkoa, koska tiesin suunnilleen millaisiin asioihin koiranomistaja kuluttaa arjessaan.

Tein sähköisen kyselylomakkeen Itä-Suomen yliopiston tarjoamalla lomakeohjelmistolla E-lomakkeella. Sovelsin kyselyn muotoa tarkoituksen ja kohderyhmän mukaan, kuten Raine Valli (2015, 84) muistuttaa. Muotoilin lomakkeen niin, että se etenee loogisessa järjestyksessä selkeiden vastausohjeiden kera. Lomaketutkimuksen aineistonkeruun luonne on peruuttamaton siinä mielessä, ettei jälkikäteen voi tarkentaa kysymyksiä vaan lomake tulee suunnitella huolellisesti etukäteen. Ongelmallinen metodi on siinä mielessä, että huonosti muotoiltuja kysymyksiä ei voi korjata, eikä lisäkysymyksiä pysty esittämään. Lomakkeen tulee kyetä ohjaamaan vastaajaa oikeaan suuntaan kysymysten mukaisesti. (Valli 2010b, 236; ks. myös David & Sutton 2004.) Lomakkeessani kysymysten muotoilu on kiinteä ja kaikille vastaajille esitän samat kysymykset. Kysymykset ja vastausvaihtoehdot muutin vastaajille henkilökohtaiseen muotoon. (ks. esim. Metsämuuronen 2008, 41; Valli 2015, 87.) Käytin kyselyssäni monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä ja niiden lisäksi täydentäviä avoimia seurantakysymyksiä (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 132).

Monivalintavastauksiset kysymykset laadin muodollisesti ja sisällöllisesti tyhjentyviksi niin, että jokainen tutkittava sopii johonkin luokkaan sekä poissulkeviksi että kukin tutkittava sopii vain yhteen luokkaan. Muutoin lisäsin kaatoluokan ”muut”, jonne sijoittuvat ne tutkittavat, jotka eivät muihin luokkiin sovi. (ks. esim. Eskola 1975, 163.) Avovastauksinen kysymys voi olla moniselitteisempi kuin valintavastauksinen kysymys; vastausten vertailukelpoisuus heikkenee, koska eri tutkittavat voivat vastata niihin eri kannalta. Avovastauksinen kysymys on tarkoituksenmukainen silloin, kun kysymyksen avulla halutaan selvittää, millä eri tavoin vastaajat kysytyn asian hahmottavat. (Eskola 1975, 161–162.) Käytin myös molempia kysymystyyppäjä rinnakkain niin, että vastaaja sai vastata valmiisiin vastausvaihtoehtoihin ja täydentää vastaustaan avoimella kysymyksellä. Pyrin kysymyksissä siihen, että vastaaja löytää itselleen sopivan vaihtoehdon. Tavoittelin strukturoiduissa kysymyslistoissa enemmän tyhjentyviä kategorioita ja monivalintakategorioita sekä välttelemään poissulkevia kategorioita (ks. esim. David & Sutton 2004, 164). Näillä valinnoilla pyrin siihen, että vastaajat saivat tilaisuuden vastata kysymyksiin jollakin tavalla niin, että tyhjiä vastauksia jättäisivät mahdollisimman vähän.

Pyrin muotoilemaan lomakkeen kysymykset selviksi, rajatuiksi ja sellaisiksi, että vastaajalle löytyy sopiva vastausvaihtoehto. Tämän vuoksi lisäsin ”jokin muu, mikä?” – tyyppisiä kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä halusin antaa vastaajille mahdollisuuden esittää omat mielipiteensä tai vastata useammalla vaihtoehtoisella tavalla. Esimerkiksi ruokintaa koskeviin kysymyksiin osa vastasi ruokamerkillä ja osa ruokatyypillä (esimerkiksi kuivamuona). Näin toivoin saavani selville kuluttajien omia merkitysrakenteita sen sijaan, että he vahvistaisivat valmiita vastausvaihtoehtoja. Kysymysten kokoamisella teemoihin tavoittelin johdonmukaisuutta. Tavoittelin erillisiksi tarkoitettuja kysymyksiä, mutta teemojen sisällä pyrin käyttämään kysymyssarjoja (ks. esim. Eskola 1975, 183), joiden osakysymykset olivat toisistaan riippuvaisia. Kysymyssarjat aloitin laajoilla yleiskysymyksillä ja etenin kohti täsmällisempiä erityiskysymyksiä.

Sijoitin yleisimmät ja helpoimmin vastattavat kysymykset lomakkeen alkuun ja spesifiset loppuun. Aloitin lomakkeen niin sanotuilla taustakysymyksillä (ks. esim. Valli 2010a, 104–105), joissa tiedustelin täsmällisiä tosiasioita (Eskola 1975, 165) muun muassa sukupuolta, ikää, asuinympäristöä, koulutusta ja perhetilannetta. Taustatietoja kysyin sekä valmiiden vastausvaihtoehtojen että avoimien kysymyksien avulla. Tutkimukseen halukkaita pyysin lomakkeessa vastaamaan taustatietojen lisäksi kaikkiin kahdeksaan teema-alueeseen: koiran ruokinta ja herkut, koiran lelut, koiran vaateutus, koiran tarvikkeet, koiraharrastus ja koulutus, koiran hyvinvointi- ja muut palvelut, koiran muistaminen sekä koiraan koskevat ajatukset. Teemat muodostin tutkimuskysymyksieni kannalta kiinnostavista aiheista. Kuudella ensimmäisellä teemalla kartoitin vastaajien konkreettisia kulutusvalintoja- ja perusteluja. Annoin vastaajille mahdollisuuksia perustella valintojaan omin sanoin. Kysymyksellä, kuten ”mitkä seikat ovat tärkeitä valitessasi koirallesi palveluita? Miksi juuri ne?” halusin selvittää, mitä asioita vastaajat painottavat kulutuksessa. Kahdella viimeisellä teemalla kartoitin koiran merkitystä omistajalle ja omistajan suhdetta koiraan. Esimerkiksi analysoin omistajien suhtautumista koiriinsa kysymyksellä ”Kerro omin sanoin, mitä koirasi sinulle merkitsee? Miten kuvailisit suhdettasi koiraasi?”.

3.2.2 Tutkimusaineiston hankinta

Ennen varsinaisen aineiston hankintaa, päätin tutkielmaohjaajan neuvon perusteella suorittaa etukäteen pienimuotoisen testikyselyn. Tekemääni lomakekyselyä testasin ensin pilottitutkimuksen avulla (ks. esim. David & Sutton 2004; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997). Kolme vapaaehtoista tuttavaani täyttivät kyselyn ottaen samalla aikaa viitekestoja varten sekä antoivat palautetta kyselyn puutteista ja kysymysten muotoilusta. Testikyselyn jälkeen muokkasin kyselylomaketta lopulliseen muotoonsa julkaisua varten. Hioin kyselyrunkoa useaan kertaan, sillä kysymysten laatiminen ensikertalaiselle oli haastavaa.

Tutkimuksen aineiston keräsin keväällä 2016. Laitoin verkkokyselyn verkkolinkin sosiaalisen median alustalle yhteisöpalvelu Facebookiin. Kyselyyn pystyivät vastaamaan kaikki halukkaat. Tutkimuksen kohderyhmän muodostavat koiranomistajat, joten tutkimuksen perusjoukko koostuu yhden tai useamman koiran omistavista ihmisistä. Tutkimuksen perusjoukko käsittää niin sanotusti lumipallo-otannalla (esim. David & Sutton 2004, 29; Eskola 1975, 180; Tuomi & Sarajärvi 2009, 86; Metsämuuronen 2003, 33) hankitun joukon, jotka ovat vastanneet kyselyyn sosiaalisen median välityksellä ihmisten toisilleen jakamana. Julkaisin kyselyn Facebookissa kolmessa eri ryhmässä: Itä-Suomen yliopisto (julkinen ryhmä, julkaisun hetkellä 5088 jäsentä) ja Kennel Bic-Cot's (suljettu ryhmä, julkaisun hetkellä 36 jäsentä) ja omien Facebook-kavereiden (julkaisun hetkellä 92 kaveria) edelleen jakamana. Kyselyyn vastasi 183 ihmistä 12 tunnin sisällä sen julkaisusta.

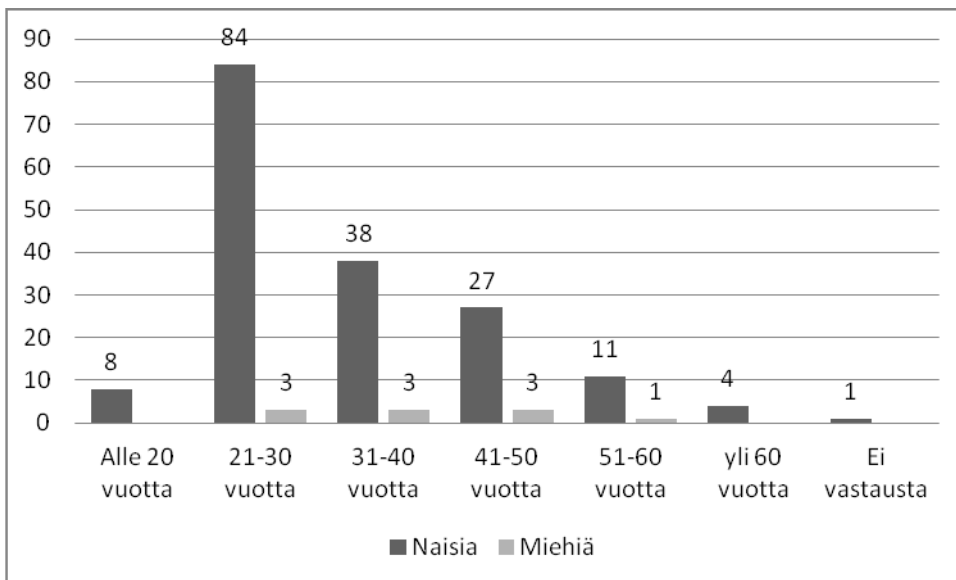
Aineisto on riittävää silloin, kun uudet tapaukset eivät nosta aineistosta uutta tietoa. Puhutaan aineiston saturaatiosta eli kylläntymisestä, jolloin aineisto toistaa itseään (Eskola & Suoranta 1998, 62; Strauss 1987, 26; Tuomi & Sarajärvi 2009, 87). Tutkimukseni saturaatiopistettä en osannut etukäteen määrätä, joten tarkkailin sitä aineiston keruun yhteydessä. Vastauksia tuli nopeasti suuria määriä, joten pystyin katkaisemaan kyselyn sopivassa ajankohdassa (vrt. Mäkelä 1990). Valitsin sulkemisajankohdan sen perusteella, että minulla oli vielä hallittavissa oleva monipuolinen aineisto, jonka avulla pystyin vastaamaan tutkimuskysymykseen. Koska tarkoituksenani oli käsitellä aineistoa laadullisin menetelmin määrällisten sijaan, 183 vastausta oli riittävä, suorastaan runsas aineisto täyttämään tuo tehtävä. Siinä vaiheessa aineistoa oli riittävästi kattamaan satu-

raation ja tutkimuksen tarkoituksen. Alkuperäisenä tavoitteena oli saavuttaa parikymmentä vastaajaa, joten lopullinen vastausmäärä ylitti odotukseni paljolti.

3.2.3 Kyselyvastaajien kuvaus

Internetkyselyyn vastasi 183 henkilöä, joista naisia oli 173 (95 %) ja miehiä oli 10 (5 %). Vastaajien ikähaitari vaihteli välillä 19–62 vuotta, ja suurin osa vastaajista asettui ikäryhmään 21–30 vuotta (48 %) ¹². Miehet vastasivat tasaisesti lähes kaikista ikäryhmistä (Taulukko 4). Vastaajien iän keskiarvoksi asetui 28 vuotta. Kyselyyn vastasi eniten nuoria aikuisia, mikä käy yksiin Raine Vallin (2015, 112) havainnon kanssa siitä, että aikuisväestöstä innokkaimmat nettikyselyiden vastaajat asettuvat ikäryhmältään 15–25-vuotiaisiin (Valli 2015, 112). Yli 40-vuotiaiden vastaajien suhteellisen korkean osuuden (25 %) perusteella ei voi väittää, etteikö sähköinen kysely sovi myös iäkkäämmille henkilöille (vrt. Valli 2010a, 113).

TAULUKKO 4. Vastaajien ikä- ja sukupuolijakauma luokitellun aineiston mukaan



Tässä aineistossa valtaosa oli naisia 95 % osuudellaan, mikä viittaa naisten huolehtivan miehiä enemmän koiriin liittyvästä kulutuksesta tai osallistuvan herkemmin kyselytutkimuksiin. Lisa Sarmicanic (2007) on havainnut, että naiset tyypillisesti huolehtivat

¹² Katso kyselyvastaajien tarkemmat taustatiedot liitteestä 3.

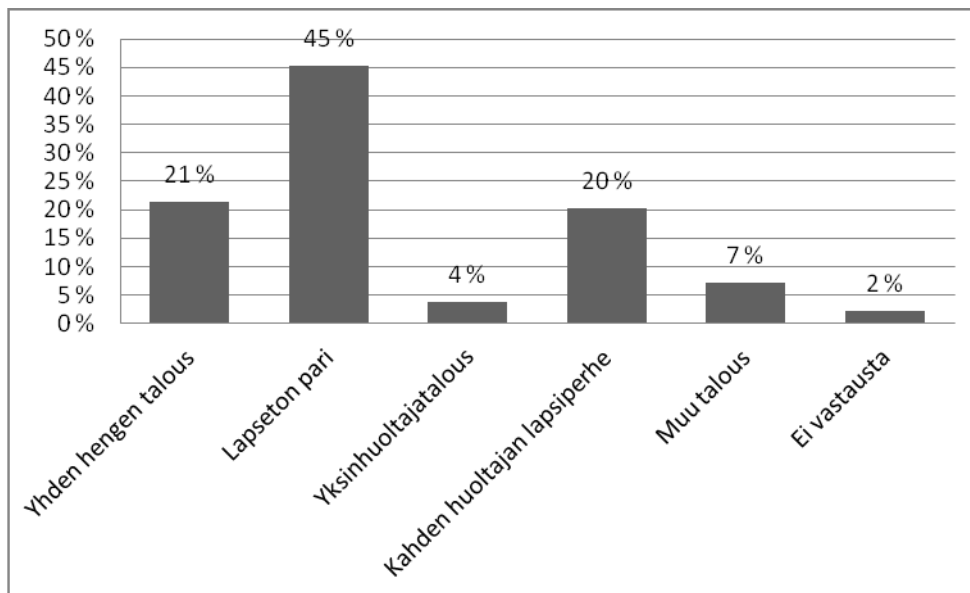
perheen seuraeläimistä ja Kaj Ilmosen (2007, 121) mukaan naiset vastaavat edelleen perheen arkipäivän ostoksista. Koira usein mielletään yhdeksi perheenjäseneksi, ja siten koiraan liittyvät ostokset ja kulutus ovat naisten vastuulla, joten tämä voi selittää naisten yliedustusta vastaajissa. Lemmikkeihin kohdistuvan kiintymyksen osoituksessa sukupuolierot ovat kapeita, joten näkisinkin aineiston sukupuolittuneisuuden johtuvan naisten roolista seuraeläinten ja ostosten pääasiallisina hoitajina, vaikka kysely osoitettiin kaikille koiranomistajille sukupuoleen katsomatta. Miesten merkittävä aliedustus aineistossa ei kuitenkaan merkittävästi häiritse analyysia, jossa mielenkiinto ei kohdistu sukupuoleen vaan molempien sukupuolien tulkintoihin seuraeläimistä.

Vastaajien koulutustaustat vaihtelivat suhteellisen tasaisesti, 23 % on suorittanut ylemmän asteen korkeakoulututkinnon ja 20 % on suorittanut lukion. Kyselyyn vastanneita oli Ahvenanmaata lukuun ottamatta ympäri Suomen, tosin maakunnittain tarkasteltuna vastaajat painottuivat Keski-Suomeen (27 %), Pohjois-Karjalaan (17 %) ja Uusimaalle (15 %). Yksi vastaajista ilmoitti asuvansa kahden maakunnan (Satakunta ja Pirkanmaa) alueella. Luokittelin vastaajien anonymiteetin ja selkeyden vuoksi avoimin vastauksin kerrotut asuinpaikkakunnat maakunnittain Tilastokeskuksen maakuntaluokituksen (SVT 2018c) mukaan. Asuinalueita vertaillessa eniten vastaajia (39 %) asui yli 20 000, mutta alle 100 000 asukkaan pienessä tai keskikokoisessa kaupungissa tai kunnassa.

Kyselyn vastaajista 29 % on naimattomia, 27 % avioliitossa ja 42 % avoliitossa. Suurin osa vastaajista ilmoitti olevansa parisuhteessa ilman lapsia (45 %), mutta aineistossa ilmeni huomattavasti myös yhden hengen talouksia (21 %) ja kahden huoltajan lapsiperheitä (20 %) (Taulukko 5). Kotitalouksien rakenteet luokittelin avoimien vastauksien perusteella, joten luokittelu ei ollut aivan yksiselitteistä johtuen esitetystä kysymysmuodosta. Pyysin vastaajia avoimen kysymyksen muodossa kuvailemaan sitä, millainen perhe heillä on ja keitä siihen kuuluu. Tästä syystä vastaukset olivat kirjavia. ”Asun yksin”, ”kaksi aikuista ja kaksi lasta” tai ”minä, mies ja koira” –tyyppisistä vastauksista pystyin luokittelemaan varsin yksiselitteisesti yhden hengen taloudet, kahden huoltajan lapsiperheet sekä lapsettomat parit. Monitulkintaiset vastaukset kuvailivat esimerkiksi perheenjäseniä, mutta eivät kanssaan asuvien jäsenien määrää, joten luokittelin sellaiset vastaukset muuhun talouteen. Moni vastaaja kertoi olevansa kahden aikuisen talous, joista lapset ovat muuttaneet pois kotoa, mutta tämän tyyppistä tilannetta

en sisällyttänyt luokitteluun ”kahden huoltajan lapsiperhe”, koska oletin siinä luokassa lasten olevan alaikäisiä. Niinpä luokittelin kahden aikuisen taloudet, joilla on täysi-ikäisiä lapsia, muuhun talouteen.

TAULUKKO 5. Vastaajien kotitalousrakenteet luokitellun aineiston mukaan



Koirien omistamisen suhteen vastaajien keskimääräinen koirien lukumäärä kotitaloudessa on 1,9. Suuri osa vastaajista kirjoitti omistaneensa useita koiria elämänsä aikana. Aineiston keruun aikana noin 49 % vastaajista omisti vähintään kaksi koira, enimmillään kaksitoista. Kaikkiaan vastaajat ilmoittivat omistavansa koiria 339 kappaletta. Kotitalouksittain tarkasteltuina puhdasrotuisia koiria omistaa 84 %, sekarotuisia 9 % ja molempia 7 %. Aineiston rotukirjo oli runsas esimerkiksi chihuahuasta ja pienikokoisista terriereistä aivan jättirotuihin, kuten tanskandoggiin asti. Koirien omistusajan haitari vaihteli alle vuoden ja 60 vuoden välillä. Eniten vastauksia asettui omistusaikaryhmään 11–20 vuotta. Keskiarvo vuosille, jonka kyselyyn vastanneet ovat koiria omistaneet, on 15 vuotta.

3.2.4 Metodien arviointi

Toinen menetelmä tämän tutkimuksen aineistonkeruulle olisi voinut olla esimerkiksi haastattelu, mutta tässä tutkimuksessa tein omien käytettävissä olevien resurssien perus-

teella valinnan internetkyselyn puolesta. Kyselyä on kritisoitu laadullisen tutkimuksen menetelmänä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 72; Hirsjärvi & Hurme 2000, 35–37), joten siitä syystä koen tarpeen arvioida kriittisesti käyttämäni aineistonkeruumenetelmää. Tähän tutkimukseen kysely soveltuu puolistrukturoidussa muodossa, koska tutkimuksen paino on laadullisissa kysymyksissä aineistonkeruun menetelmän kyseenalaistettavuudesta huolimatta. Kyselylläkin oli mahdollista kysyä ”tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun kannalta merkityksellisiä kysymyksiä” (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75).

Verkkokyselyllä suoritettussa aineistonkeruulla vähenee tutkijan omat työvaiheet, kuten litterointi tai aineiston syöttäminen. Aineisto on valmiiksi sähköisessä muodossa siten kuin vastaajat ovat itse vastanneet. (Valli 2015, 110.) Internetkysely on kätevä työkalu, jolla saan aineiston suoraan tiedostoksi omaan käyttööni. Aineiston syöttöä ei tällöin tarvitse tehdä, mikä säästää aikaa. Kysely on haastattelua halvempi ja nopeampi tiedonkeruukeino, kuten myös Pertti Töttö (1998, 235) toteaa. Lomakekyselyllä oletin olevan suuri vastausprosentti, koska siihen vastataan anonyymisti ja rauhassa kotona. Lomake on helppo ja nopea tiedonantajan täyttää, joten menetelmänä vie vähemmän vaivaa myös vastaajilta. Tutkijana en vaikuttanut vastauksiin millään tavalla, vaan kyselyyn vastanneet koiranomistajat saivat rauhassa täyttää kyselyn itselleen otollisena aikana ja käyttää siihen haluamansa ajan. Kerroin vastaajille selkeästi, miksi kysely on olemassa, mitä sillä kartoitan ja mitä tarkoitusta varten. Ihmiset yleensä antavat mielellään tietoa mielekkäinä ja tärkeinä pitämistään asioista (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 67), minkä havaitsin ihmisten vastaamishalukkuudessa kyselylomakkeen julkaisun jälkeen. Vaikka aineisto on kerätty kyselyllä, sain sen avulla mielestäni riittävästi aineistoa.

Internetkysely voidaan kirjoittaa niin, että epäonnistumista vastaamisessa voidaan välttää. (David & Sutton 2004, 159–160.) Standardoidusti kysyin kaikilta vastaajilta lomakekysymykset samalla tavalla (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 189). Strukturoidut kysymykset ovat toistettavissa ja niistä saatuja tuloksia on helppo vertailla ja yleistää. Toisaalta avoimilla kysymyksillä on etunsa siinä, että niillä pääsee kiinni yksilöiden erityiseen ja yleiseen kontekstiin. (David & Sutton 2004, 37.) Tämän vuoksi käytin metodia, joka yhdistää molemmat tavat saada tietoa ja siten myös parantaa kokonaisarviointia aineiston laadusta. Kerätty aineisto sisältää kvalitatiivisen aineiston lisäksi kvantitatiivisia monivalintavastauksia. Sijoitin lomakkeeseen kysymyksiä, joiden

avoimuuden aste vaihtelee suljetuista kysymyksistä avoimiin kysymyksiin (ks. esim. Tuomi & Sarajärvi 2009, 77). Esitin kysymyksen, jonka jälkeen jätin tyhjää tilaa vastausta varten. Sisällyttämällä paljon avoimia kysymyksiä pyrin lisäämään aineiston kvalitatiivista arvoa. Pentti Moilasan ja Pekka Räihän (2010, 55) mukaan merkityksiä tulkittaessa monipuolisesta ja rikkaasta aineistosta on hyötyä, koska laaja aineisto tarjoaa mahdollisuuksia tulkintojen nyanssointiin ja tulkintojen vertailuun.

Minulla oli riittävät tietotekniset taidot kyselyn tekemiseen, joten en epäröinyt sen valintaa. Lomakeohjelmiston käytön opettelin nopeasti, mutta ainoat haasteet liittyivät lomakkeen kysymysten muotoiluun vastaajille selkeään ja ymmärrettävään muotoon. Antti Eskola (1975) kuvailee hyvän kysymyksen vaatimuksia: 1) vastaajat ymmärtävät kysymyksen tarkoitettulla tavalla, 2) kysymyksen ymmärrettyään tutkittava pystyy vastaamaan kysymykseen, 3) mikään vastausvaihtoehto ei etukäteen saa olla muita houkuttelevampi vaihtoehto ja 4) kysymyksen on pystyttävä mahdollisimman hyvin erottelemaan vastaajia mitattavaksi tarkoitetun asian suhteen (Eskola 1975, 165-167). Jokunen vastaaja antoi kysymysmerkin muodossa ymmärtää, ettei täysin ymmärtänyt kysymystä eli joidenkin kysymysten osalta kysymysten selkeä muotoilu olisi parantanut vastaajan mahdollisuutta ymmärtää ja vastata siihen. Siten koen hieman epäonnistuneen aineistonkeruussa, koska en aivan onnistunut muodostamaan kaikista kysymyksistä hyviä kysymyksiä, kuten Antti Eskola (emt.) esittää.

On huomattu, että koehenkilöiden erilaiset taustatekijät voivat vaikuttaa vastauskäyttäytymiseen. Naiset esimerkiksi vastaavat avoimiin kysymyksiin runsassanaistemmin kuin miehet. (Valli 2010b, 244) Saman ilmiön havaitsin kyselyni vastaajista. Muutama miesvastaaja vastasi kysymyksiin lyhyemmin verrattuna naisiin, joista suurin osa kirjoitti muutaman lauseen pituisia vastauksia. Aineistoa lukiessani havaitsin, että kaikkiaan suurin osa kaikista vastaajista kirjoitti lyhyesti muutamalla sanalla tai maksimissaan muutamalla rivillä avoimiin kysymyksiin, vaikkakin naiset miehiä hieman runsaammin. Tämä lyhyelti vastaaminen voi johtua siitä, että kyselyyn ei haluttu käyttää liikaa aikaa, tai ehkä vastaajat eivät kokeneet kyselylomaketta sopivaksi tavaksi kertoa asioista pitkälti, vaikka lomaketutkimuksella vastausmäärä on yleensä suuri (esim. Metsämuuronen 2008, 40–41.) Näin ollen määrällisesti monien, mutta laadullisesti lyhyiden vastausten vuoksi voidaan pohtia, olisiko haastattelu ollut kyselyä sopivampi

metodi. Tutkimuksen luotettavuutta olisin voinut parantaa esimerkiksi haastatteleamalla koiranomistajia kyselytutkimuksen sijaan. Haastattelulla olisin todennäköisesti saanut syvempiä ja mietitympiä vastauksia, mutta keräämäni aineisto on silti riittävää vastatakseni tutkimuskysymyksiin eli päättelen kyselyn olevan validi metodi tälle tutkimukselle. Yhteenvetona näkisin, että valitsemalla aineiston hankintaan verkopohjaisen kyselyn, säästin aikaa, rahaa ja vaivaa ja sain tarpeeksi informaatiota, jotta tutkimukseni pysyy silti uskottavana (vrt. Creswell 2007, 127).

3.3 Sisällönanalyysi aineiston lähestymisen menetelmänä

Kerron seuraavaksi metodista, jonka olen valinnut aineiston analyysiin. Aineiston lähestymistavan valinnassa on kyse tutkimuskohtaisesta tarkoituksenmukaisuudesta. Tutkimuksen tavoitteet ja hyödynnettävän aineiston kokonaisuus vaikuttavat valittuun analyysitekniikkaan. (Puusa 2011, 114.) Koen aineistoni olevan enemmän laadullinen kuin puhtaasti määrällinen, joten siitä syystä perustelen valintaani analysoida aineistoani laadullisen sisällönanalyysin keinoin.

3.3.1 Analyysimenetelmän tarkastelu

Tutkimuksen aineistoa lähestyn Anu Puusan (2011) kuvaaman sisällönanalyysin keinoin, joka toimii metodisena viitekehystenä. Tällöin siinä on sekä aineistolähtöisiä että teoriasidonnaisia piirteitä. Teoria ohjaa aineiston tarkastelua ja analyysi kietoutuu tulkintaan koko prosessin ajan. Aineistolähtöisesti aloitin aineistooni tutustumisen käymällä sen useaan kertaan läpi. Kirjasin ylös alustavia havaintoja ja muita muistiinpanoja. Aineistoon tutustumisen jälkeen siirryin sen pelkistämiseen kategorisoinnin ja teemoittelun avulla. Teemoittelulla aineistosta voi nostaa esiin tutkimusongelmaa valaisevia teemoja ja keskeisiä aiheita, jotka voi esittää kokoelmana erilaisia kysymyksenasetteluja (Eskola & Suoranta 1998, 174). Teemoittelulla aineisto pilkotaan ja ryhmitellään aihepiirien mukaan, jotta etsitään teemoja indikoivia näkemyksiä (Tuomi & Sarajärvi 2009, 93). Kartoitin aineistosta niitä piirteitä, jotka olivat ongelmanasetteluni kannalta mielenkiintoisia; toisin sanoen piirteitä, jotka toistuivat aineistossa. Hahmotin olennaisia teemoja ja aiheita tutkimuskysymyksieni pohjalta, joihin etsin samankal-

taisuuksia aineistosta (ks. esim. Hirsjärvi & Hurme 2000). Laadullisen analyysin ideana on muotoilla niitä havaintolauseita tai raakahavaintoja kuvaavia sääntöjä, jotka pätevät koko aineistoon (Alasuutari 1994, 43).

Tämä tutkielma pyrkii hahmottelemaan kokonaisuutta, joten teemoittelu oli tällöin luontevea ja käytännöllinen lähtökohta analysointiin. Käytän analyysin yhtenä työkaluna Leena Kosken (2011) esittämää dialogista tematisointia. Tässä analyysitavassa aineisto, teoreettinen ajattelu ja tutkijan oma ymmärrys ovat jatkuvassa dialogissa keskenään. Analyysiteemat syntyvät myös vuoropuhelussa teorian kanssa. Käyttämäni analyysimethodi liittyy läheisesti teoriasidonnaiseen sisällönanalyysiin, jolloin teoria toimii aineiston analyysin apuna ja ohjaavana tekijänä. Teoriasidonnainen analyysi sisältää teoreettisia kytkentöjä, mutta ei suoraan pohjaudu teoriaan. Tutkimukseni etenee aineistopohjaisesti, mutta tarkastelemani käsitteet ja teoriat toimivat eräänlaisina tulkintakehyksinä. (ks. esim. Tuomi & Sarajärvi 2009, 96–97; Eskola 2010, 182–184.) Analyysin edetessä tein tulkintoja, joissa lähtökohtana on toiminut aineistoni teoreettisen ajattelun apuvälineenä (Eskola & Suoranta 1998, 146). Analyysini eteni siten enemmän abduktiivisena päättelyprosessina, jossa teoreettiset lähtökohdat ja aineistolähtöisyys vaihtelevat, ja pyrin yhdistelemään näitä toisiinsa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 97).

3.3.2 Analyysin toteutus

Kuvailen tässä kappaleessa aineiston purkamisen kohti analyysia. Jari Eskolan ja Juha Suorannan (1998, 151) ajatuksia mukaillen yhdistin aineistoni purkamis- ja koodaamisvaiheet, jonka jälkeen etenin analyysiin intuitiooni luottaen. Analyysin alkuvaiheessa lähdin liikkeelle aineistolähtöisesti tematisoinnin keinoin. Päätin jo ennen analyysin aloittamista keskittyä ensisijaisesti kyselyaineiston avoimiin vastauksiin. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin mukaisesti poimin aineistosta vastaajien kertomia merkitysrakenteita liittyen koirasuhteeseen ja koiraan kohdistuvaan kulutukseen.

Analyysin ensimmäisessä vaiheessa, ennen varsinaista aineiston analyysia tutustuin aineistoon ymmärrystä ammentaen. Luin aineiston monta kertaa läpi ja pyrin löytämään keskeisiä merkityksiä teoreettisen viitekehyksen ohjaamana. Pyrin pelkistämään laajaa aineistoani etsimällä ja tavoittamalla aineiston olennaisimmat asiat. Luin kaikki

vastaukset ensin, jotta sain kerätystä aineistosta kokonaiskuvan. (ks. esim. Valli 2010b, 248.) Tämä oli varsin aikaa vievä työvaihe. Luin tulostamaani kyselyaineistoa läpi ja hahmottelin toistuvia teemoja oman tulkintani mukaan. Lukiessani koodasin aineistoa värikoodaamalla erivärisillä kynillä. Kirjoittelin samaan aikaan muistiinpanoja. Koirasuhdetta ilmentäviä lauseita ja tekstinkohtia merkitsin keltaisella yliviivauskynällä ja kulutukseen liittyviä kohtia merkitsin vihreällä kynällä. Värikoodaamisella tavoittelin aineiston jäsentämistä siten, että värikoodatut tekstin kohdat toimivat osoitteena aineiston sisäisen kontekstin ja teemojen hahmottamiselle (vrt. Eskola & Suoranta 1998). Värikoodaamalla etsin aineistosta lausumia eli avaintapahtumia (key incidents), jotka ovat tutkimuskysymyksen ja teoreettisen ajattelun kannalta merkityksellisiä (Koski 2011, 136). Aineistoa indeksoimalla hain merkityksiä raakatiedolle valitsemalla avainsanoja tai –lauseita. Avainsanat toimivat suuntaviittana teemoille aineiston sisällä. Indeksoimalla pystyin erittelemään, käsitteellistämään ja sen jälkeen uudelleen muotoilemaan aineiston tiedon. (Bloor & Wood 2006, 101.) Koodaamisen lomassa laadin alustavat teemat, jotka elivät koko koodauksen ajan.

Avointen kysymysten teemoittamisen aloitin sillä, että listasin uusia vastausvaihtoehtoja, kun niitä ilmeni ja teemoittelin samansisältöiset vastaukset samoihin teemoihin. Valikoin teemoitteluun yksittäisiä ilmaisuja, lauseita tai pidempiä virkkeitä, jotka saattoivat viitata teemoihin mielipiteinä, kokemuksina tai esimerkiksi jonkin yksityiskohdan tai kulutuskokemuksen kuvailuna. Pyrin löytämään suuren aineiston joukosta informatiivisimmat vastaukset, joten luin sitä useampaan kertaan. Teemoittelin aineiston yhtäläläisin kaavoin riippumatta siitä, mihin kyselykysymykseen vastaukset oli syötetty. Käsin koodaaminen tuntui luontevalta vaihtoehdolta, koska aineiston hahmottaminen kokonaisuutena työn eri vaiheissa oli jouhevaa. Pääteemoihin luokittelun ohella jaottelin tekstinkohtia alateemoihin, joihin päädyin osin aineiston perusteella ja osin tulkinnan perusteella, jota tein aineiston koodauksen yhteydessä. Tiivistin ja kokosin teemoja uudelleen aineistoa lukien suhteessa tutkimuskysymyksiin, joita olin tarkentanut aineiston alustavan analyysin mukaan. Lopuksi jäsentelin ja tiivistin analyysia jättäen valituista tekstikohdista vain ne keskeiset havainnot, jotka kuvasivat useimpia aineiston vastauksia. Teemoittelussa karsin tutkimukselle epäolennaisen tiedon pois (Tuomi & Sarajärvi 2009, 109). Analyysin edetessä nostin ohjaavia ajatuksia

teoreettisesta viitekehyksestä teoriasidonnaisen analyysin ja dialogisen tematisoinnin tapaan (ks. Koski 2011; Puusa 2011, 118).

Teemoittelun ja analyysin keskivaiheilla lähdin muodostamaan merkitysten muodostamia kokonaisuuksia hahmottelemalla yläteemat, jotka noudattavat tutkimuskysymysten mukaisesti koirasuhteen tarkastelua itsessään ja koirasuhteen kartoitusta kulutuksen näkökulmasta. Teoreettisesta taustasta nostin tarkasteluun seuraeläimen, inhimillistämisen ja emotionaalisen tunnesiteen teemat. Analyysirungon ja alateemojen hahmottelua varten ryhmittelin aineistosta ilmauksia koirasuhteen sisällöistä (Liite 4) ja kulutusta ilmaisevista sisällöistä (Liite 5). Huomasin aineistoa lukiessa emotionaalisen siteen limittyvän koirasuhteen lisäksi myös kulutukseen, joten otin näkökulman huomioon myös toisessa, kulutuksen yläteemassa. Lopulta teemoittelin aineiston kahteen yläteemaan ja useampaan alateemaan yhdistäen teoriaa ja aineistosta nostamiani havaintoja, jotka mahdollisimman hyvin vastasivat tutkimuskysymyksiin. Päädyin nimeämään ala- ja yläteemat siten, että ne kuvaavat sisällöllisesti kutakin teemaa ja niiden sisällä käsittelemiäni tuloksia. Avoimien kysymysten vastauksista poimimani vastaajien sitaatit olen esittänyt alkuperäisessä kieliasussaan, tosin luettavuuden kannalta olen joihinkin sitaatteihin lisännyt esimerkiksi pilkkuja tai pisteitä.

4 KOIRANOMISTAJAN JA KOIRAN VÄLINEN SUHDE

Tässä luvussa tulkitsen koiranomistajan ja koiran suhteen rakentumista aineiston kuvauksissa. Käytetty kieli reflektoi kulttuurisia arvoja ja toimintatapoja (DeMello 2012, 284), joten lähestyn aineiston tekstejä kielellisinä tulkintoina koiriin liittyvistä käsityksistä, kokemuksista ja mielikuvista. Tarkastelen tässä luvussa, minkä merkityksen koira saa vastaajien elämässä ja millaisia merkityksiä tulkitsen koiranomistajan ja koiran keskinäisestä suhteesta. Seuraavaksi kuvaan koirasuhteen eri muotoja kiintymyksen voimakkuuden mukaan ja eri tapoja, joilla koiranomistajat vahvistavat emotionaalista eläinsuhdetta ja näiden jälkeen harrastuksen merkitystä omistajille. Lopuksi tulkitsen luvun yhteenvedossa koirasuhteen emotionaalista sidosta.

4.1 Kiintymyksen voimakkuudet koirasuhteessa

Eläintutkimuksen mukaisen eläinkäsityksen osana nähdään tunneperäinen eli affektiivinen suhtautuminen eläimeen. Ihmisen ja koiran välisen suhteen ytimessä nähdään kiintymysside (Topál ja Gácsi 2012), ja tämän eläimen kanssa muodostettavan yhdysiteen kehityksen ja ylläpidon sosiaalisena liimana toimivat empatia ja jaetut tunteet (Bekoff 2002, 222). Kaj Ilmonen (2007, 298) kuvaa havaintoa kuluttajan hyödykkeisiin kiinnittymisestä sellaiseksi, että niihin sitoudutaan, jolloin niistä ei haluta myöskään luopua. Tätä ilmiötä kutsutaan *kiintymysefektiiksi*. Ilmosen tarjoama käsite kuvaa myös koira ja omistajan suhdetta, sillä suhteessa on havaittavissa samaa sitoutumista, kiinnittymistä ja kiintymystä.

Havaitsin aineistosta erilaisia kiintymyksen voimakkuutta kuvaavia merkityksiä, jotka tässä empiirisessä analyysissä tulkitsen koiranomistajan ja koiran suhteen eri muodoiksi. Suhteen kolme eri muotoa pohjautuu omistajien osoittaman kiintymyksen vahvuuteen (Taulukko 6). Yhdistin omaan tulkintaani näkemyksiä niin Beverly Brockman, Valerie Taylor ja Christopher Brockmanin (2008) tutkimuksesta, jossa he arvioivat emotionaalisen kiintymyksen vaikutuksia kulutuspäätöksiin koskien eläinlääkinnällistä hoitoa kuin Unal Boya, Michael Dotson ja Eva Hyatt:n (2012) tutkimuksesta, jossa koiranomistajista muodostettiin kolme ryhmää kiintymyksen muk-

aan. Tutkimukset inspiroivat koirasuhteen ryhmittelyäni kiintymyksen mukaan, johon aineistosta nostin koiraan liitettyjä merkityksiä ja suhdetyyppien keskeisiä ilmenemismuotoja.

TAULUKKO 6. Koirasuhteen muodot kiintymyssiteen vahvuuden mukaan

	Heikko kiintymys	Kohtalainen kiintymys	Vahva kiintymys
Suhtautuminen	Koiran näkeminen luonnollisena eläimenä	Koiran näkeminen seuraeläimenä	Koiran näkeminen arvostettuna toisena
Koiraan liitetyt merkitykset	*Koiraa on eläin *Koiran asema ihmistä alempana *Harrastus	*Perheenjäsen *Kumppani *Seuralainen *Elämäntapa	*Koiraa kuin lapsi *Koiraa kuin ihminen *Kiintymyksen kohde
Koirasuhteen keskeiset ilmenemismuodot	* Rationaalinen suhde * Yhdessäolo- ja tekeminen	*Realistinen suhde: emotionaalisen kiintymyksen välimaasto *Koiraa huolenpidon kohteena	*Rakastava suhde *Emotionaalinen omistautuminen *Inhimillistäminen

Koiranomistajan ja koiran suhdetta tulkitsen kolmen kiintymyssiteen vahvuuden mukaan: heikko kiintymys, kohtalainen kiintymys ja vahva kiintymys. Nämä voidaan nähdä myös emotionaalisen sidoksen (HAB) vahvuuksina. Lähes kaikki kyselyyn vastanneet koiranomistajat pitivät koiriaan perheenjäseninä (ks. Sanders 1993), joskin kiintymyksen vahvuus vaikuttaa sille määriteltyyn asemaan ja emotionaalisen suhteen ilmenemiseen. Eläimen asema puolestaan vaikuttaa siihen ”tulkitaanko sitä tuntevana yksilönä ja toimivana subjektina” tai ihmisen toiminnan kohteena ja välineenä (Schuurman 2010, 2012), joten esimerkiksi perheenjäseneksi asemoitu koira tulkitaan useammin tunteita kokevaksi seuralaiseksi kuin työkoiraksi mielletty lemmikki. Seuraavaksi kartoitan eri koirasuhteiden piirteitä tarkemmin siten kuin niitä tulkitsen.

4.1.1 Heikko kiintymys: ”koira on koira, ei lapsi”

Koira on perheenjäsen, mutta sitä kohdellaan kuitenkin kuin koiraa, ei kuten ihmistä.

Heikon kiintymyksen koirasuhteessa omistaja näkee koiran luonnollisena eläimenä, jolloin sen asema on ihmistä selkeästi alempana. Usein koira on tällaisessa suhteessa harrastus- ja/tai työkoira. Heikon kiintymyksen koirasuhteen katson olevan rationaalinen suhde siinä mielessä, että koiraan ei kohdisteta ylenpalttisia tunnereaktioita vaan painotetaan eläimen luonnollisuutta: *koira on lemmikki. Osa perhettä, mutta kuitenkin eläin*. Koira nähdään ja arvostetaan koirana, eikä ihmisen korvikkeena (ks. Franklin 1999). Kiintymyksestä huolimatta koiranomistajat ymmärtävät koiran olevan eläin, sitä liiemmin inhimillistämättä. Kyselyn vastauksissa koira nähdään perheenjäsenenä, mutta hierarkkisen eläinkäsityksen mukaisesti silti ihmisen alapuolella, *lauman alimmaisena*. Perinteisen käsityksen mukaan ihmisen ja lemmikin suhde perustuu hierarkialle, jossa ihminen on valta-asemassa (Fudge 2008, 74; vrt. Taylor 2012, 37). Siten koira asettuu enemmän objektin kuin subjektin asemaan. Seuraavat lainaukset kuvaavat heikon kiintymyksen koirasuhteen perustana toimivaa näkemystä koiran merkityksestä rationaalisen ajattelun kautta:

Koira on koira, eläin. Ihminen on pomo. Silti tietysti teemme kaikkemme, että niillä on kaikki hyvin ja tuntevat luottamusta ja turvallisuutta.

Koirat merkitsevät minulle elämäntapaa, jossa otan ne kaikessa huomioon ja vietän niiden kanssa mahdollisimman paljon aikaa, kuitenkin huomioiden ne eläiminä eikä esim. lapsina. Haluan uskoa suhteemme hyväksi, ja yritän parantaa sitä jatkuvasti arjessa toimimalla entistä johdonmukaisemmin.

Vaikka moni vastaajista asettaa koiran emotionaaliseen kontekstiin ihmisen kanssa perheenjäsenyyden kautta, koiran inhimillistämistä vastustetaan ja kyseenalaistetaan korostamalla, että koira on koira eli *eläin*. Näkemällä koiran luonnollisena olentona, eläimenä, vastaajat tekevät erottelua koiran ja ihmisten välillä. Koiran näkemistä ihmisen kaltaisena pidetään yleensä sopimattomana. Kyselyvastaajat kuvaavat suhdettaan koiraan kategorisen hierarkkisen käsityksen mukaan, jolloin rajat ihmisen ja koiran välillä ovat selkeästi jaotellut niin, että ihminen asemoituu luonnollisesti eläintä ylemmäs (Peggs 2011; DeMello 2012; Taylor 2012) ikään kuin alfasuden rooliin lupomorfinen suhtautumistavan mukaisesti (Topál ja Gácsi 2012). Monilajisen perheen hierarkia heijastaa susilauman arvojärjestystä koiran jäädessä alimmaksi. Ajatusmalli ihmisen asettamisesta eläimen edelle nähdään luonnollisena (vrt. Laitila 2009, 55).

Työ- ja harrastuskoirien omistajat asemoituvat muita useammin heikon kiintymyksen koirasuhteeseen, sillä eläinten kanssa työskentelevät näkevät, kohtelevat ja arvottavat eläimet eri lailla kuin ihmiset, jotka eivät työskentele eläinten kanssa (DeMello 2012, 219). Omistajat näkevät koirat osana perhettä, mutta koira asemoituu selkeämmin ”alimmaksi laumassa”. Työ- ja harrastuskoirien omistajat hahmottavat suhteitaan koiriin kuvauksilla, kuten *metsästystoveri*, *työtoveri*, *arjen kaveri*, *harrastuskaveri* ja *perhekoira jolla on myös oma työnsä*. Yksi vastaajista näkee suhteen koiraansa *isäntä-renki* -suhteena, joka kuvaa koiran alisteista asemaa suhteessa ihmiseen. Näin he ylläpitävät ihminen–eläin -dikotomiaa (esim. Tuomivaara 2015). Koirilla on ikään kuin kaksoisstatus kumppaneina ja omaisuutena (esim. Irvine 2004), vaikkakin omistajat näkevät ne enemmän kuin vain omaisuutena; läheisen sosiaalisen suhteen toisena osapuolena (esim. Cavanaugh, Leonard & Scammon. 2008). Siten näen, että heikkoa kiintymystä osoittavassa koiranomistaja–koira -suhteessa koiria arvostetaan eläiminä, jotka asemoituvat ihmistä alemmaksi arvojärjestyksessä.

Useimmiten tällaisessa suhteessa koira asettuu enemmän objektin asemaan, jolloin koira on ihmisen toiminnan kohteena (esim. Sepänmaa 2009b, 229). Koiran arvostaminen eläimenä ei kuitenkaan ole täysin ristiriidassa eläimen subjektiviteetin kanssa, vaan koira nähdään yhtä aikaa eläimenä ja ihmisestä erilaisena yksilönä (Charles & Davies 2011). Koiraan on silti mahdollista luoda hallittu emotionaalinen suhde, vaikka se asetetaan ihmisen alapuolelle luonnollisena eläimenä.

Koira on perheemme yhteinen lemmikki ja jäsen. Aikaisempiin koiriin verrattuna suhde nykyiseen on etäisempi, mutta se voi johtua muun elämän kiireisyydestäkin. Arvostan koiraani, mutta biologian opiskelijana vaalin koirien luontaisia käyttäytymistarpeita. Vähän saa hemmottella, mutta niin, että se on hemmottelua myös koiran näkökulmasta, eikä ihmisen.

Vastaajan koirakäsityksessä on nähtävissä käsitys koirasta eläimenä, jolle luonnollisuus on olennaista (vrt. Schuurman 2010). Koira asettuu edelleen perheenjäseneksi, jolloin sille voi osoittaa kiintymystään ”hemmottelulla”, vaikkakin eläimelle luonnollisella tavalla. Koiran voikin ajatella asettuvan ihmisyhteisön eli kulttuurin, ja luonnon väliseksi hybridiksi (vrt. Latour 1993). Hybridinä koira limittyy yhteiskuntaan ja perheisiin, mutta samaan aikaan etäännyy luonnosta. Heikon kiintymyksen suhteessa koiran asemaa ikään kuin palautetaan luontoon, kun se nähdään eläimenä eikä ihmisen kaltaisena.

Heikon kiintymyksen koirasuhteeseen kuuluu koiran seurasta nauttiminen arjen toimien, ulkoilun ja harrastuksien kautta. Koiran omistamisen katsotaan tuovan *kokonaisvaltaista iloa, arkista tekemistä ja yleistä hyvinvointia* niin, että *koirat pitävät minulle seuraa ja pitävät mieleni virkeänä. Koiran tehtävä on tuoda iloa ja liikuntaa perheen ihmisjäsenille*. Heikkoa kiintymystä ilmaisevassa koirasuhteessa koira nähdään luonnollisena osana perhettä, kuitenkin asemaltaan ihmistä alempana, kuten eräs vastaaja kiteyttää: *Suhde kiinteä mutta kuitenkin realistinen. Se on kuitenkin "vain" koira vaikka onkin kaikille erittäin tärkeä*. Kiintymystä osoitetaan enimmäkseen koiran kanssa yhdessä tekemällä ja yhdessä olemalla. Tunneside koiraan näyttää siis olevan sidoksissa arjen konteksteihin.

4.1.2 Kohtalainen kiintymys – koira seuraläimen roolissa

Vaikka moni vastaajista arvostaa koira eläimenä, useimmat näkevät eläinkumppaninsa enemmän kuin objekteina; sosiaalisina ja tuntevina yksilöinä (ks. Sanders 1993). Kohtalaisen kiintymyksen koirasuhteessa koira nähdään perheen seuralaisena, jolloin siihen osoitettavat tunteet asettuvat emotionaalisen kiintymyksen välimaastoon. Clinton Sandersin (1990) mukaan seuraläimet nähdään yksilöinä omalla oikeudellaan ja henkilökohtaisen vuorovaikutuksen osapuolina. Määriteltyinä yksilöinä seuraläimet sisällytetään omistajiensa olemassa oleviin suhdeverkostoihin yleensä joko perheenjäsenenä tai läheisenä ystävänä. Tyypillisesti koira nähdään vastavuoroisena kumppanina aidossa ja palkitsevassa sosiaalisessa suhteessa (Sanders 1993; Pivetti 2005, 47). Osa vastaajista ilmaisi koiran olevan tärkeä osa heidän elämässään, niin että se on arkea rytmittävä, iloisena kotona odottava ja läheinen, koko perheen seuralainen.

Koira on meille perheenjäsen, hyvin tärkeä ja rakas. Koira on ilon tuoja ja rentouttava sekä myös seuralainen. Suhde koiraani on läheinen ja koen, että olemme molemmin puolin toisillemme tärkeitä.

Koira tarjoaa omistajalle tunteen ehdottomasta hyväksynnästä ja samaan aikaan vahvistaa omistajansa sidettä koiraan (Lakatos & Miklósi 2012, 189). Tämän koirasuhteen tyyppissä koira määrittäyty aineiston perusteella tasavertaiseksi perheenjäseneksi kumppanuuden myötä (vrt. Higgin 2012; Topál ja Gácsi 2012). Koiran eläimellinen puoli edelleen tunnustetaan, mutta sille annetaan enemmän arvoa subjektina. Koiran subjek-

tius näyttäytyy läheisessä ja kiintymystä vahvistavassa suhteessa, kuten seuraavasta sitaatista voidaan tulkita:

Koirani on ystävä ja kumppani. Toki koira on koira ja minä olen lauman johtaja, mutta koira saa tulla sohvalle kainaloon, jos se niin haluaa.

Vastaaja kokee koiransa kumppanina, joka halutessaan voi hakeutua lähelle. Tällöin koiran voi nähdä subjektina ja toimijana, joka voi itse vaikuttaa suhteessa ilmenevään läheisyyteen (vrt. Crist 1999). Kokemus suhteesta näyttäytyy vastavuoroisena: omistaja ja koira ovat vuorollaan aktiivisia toimijoita ja subjekteja, ja toisinaan objekteja ollessaan toiminnan kohteina (esim. Sepänmaa 2009b; Schuurman 2012). Syrjälä työryhmineen (2014, 30) näkee, että lemmikin subjektiivisuus rakentuu eläimen olemuksen ja käyttäytymisen tulkitsemisen, inhimilliseksi tekemisen sekä lemmikin luonnollisuuden yhteisvaikutuksessa.

Ajan myötä koira on saanut enemmän vapauksia, kuin oli tarkoitus. Toisaalta hän toimii arkipäivisin myös ”terapiakoirana” eli on päivähoitossa yksinällä ukilla. Toimii molemmille: ukilla on seuraa ja koira pääsee päivällä pienelle ulkolenkille, eikä ukki ilman koiraa kävisi ulkona ollenkaan.

Vastavuoroisessa suhteessa koiran voi nähdä ihmisen fyysisen ja henkisen terveyden tuojana. Koirasta on ihmiselle hyötyä, kuten seuraa yksinäiselle vanhukselle. Kuten edellä kuvatussa sitaatista voidaan tulkita, lemmikit eivät ainoastaan näytä huolehtivan ihmisistä, vaan myös ihmiset, kuten ikääntyvät saavat huolehdittavaa (Preece & Chamberlain 1995, 103). Ihminen ja koira toimivat suhteessa toisiaan tukien niin emotionaalisesti, fyysisesti kuin sosiaalisesti.

En osaisi enää elää ilman koiraa. Oma kädenjälki näkyy siinä niin selvästi ja huomaa kuinka kiintynyt koirani on minuun ja minä siihen.

Edellä olevassa lainauksessa vastaaja tunnistaa omien kokemuksiansa puolia toisen kokemuksessa; tätä kutsutaan *empaattiseksi resonanssiksi*. (Dawson 2012, 125). Omistajat eivät usko ainoastaan antavansa vaan myös saavansa rakkautta ja kiintymystä koiriltaan (ks. Dotson & Hyatt 2008). Omistaja ja koira ovat emotionaalisesti yhteydessä, jolloin pari resonoi toistensa tunteita. József Topál ja Márta Gácsi (2012, 170–171) väittävät, että ihmisen valmius muodostaa läheisiä suhteita saman lajin jäseniin voi tällöin sallia emotionaaliset vastareaktiot ja kiintymyksen koiraan. Seuraeläimeen luodaan molemmille osapuolille merkityksellinen, kaksisuuntainen suhde (esim. DeMello 2012, 155).

Koirat tulevat heti lastemme jälkeen tärkeysjärjestyksessä <3 Rakastamme niitä kuten ne rakastavat meitä.

Koiran omistaminen on niin merkittävä osa useiden ihmisten elämää, että niistä tulee kiinteä osa elämää elämäntavan lailla.

Koiranomistaminen on ennen kaikkea elämäntapa. Koirat ovat hyvin tärkeitä ja rakkaita. Niillä on merkittävä osa siinä, miten päiväni menevät ja juuri siksi ne olen hankkinutkin. Koiranomistamisesta ja koirista elämäntapana saa valtavasti iloa.

Moni koiranomistaja näkeekin seuraeläimen tuovan positiivisia asioita elämään. Moni omistaja kertoi esimerkiksi, että koirat viihdyttävät, pitävät perheen aktiivisena, eikä koti, arki tai elämä olisi samanlainen ilman niitä. Siten voidaan nähdä, että koiralla on omistajien silmissä itseisarvoinen merkitys, sen lisäksi, että se subjektin asemassa tuottaa omistajalleen hyvinvointia. Ihminen voi arvosubjektivismiin mukaan antaa itseisarvon luonnolle tai sen osalle silloin, kun siitä välitetään ilman mitään syytä sen itsensä vuoksi (Vilkkä 1996, 37). Koira on omistajalleen arvokas sellaisenaan, joten itseisarvoisena sille ei ole hintaa eikä se ole rahalla korvattavissa. Kiintymysefektin vuoksi koirasta ei myöskään haluta luopua (vrt. Ilmonen 2007, 298).

Seuraeläimenä koirat asettuvat emotionaalisesti tukeviin rooleihin (Lakatos & Miklósi 2012), mutta niiden tulee silti osata käyttäytyä kodeissa kunnolla niin muiden perheenjäsenten tapaan (Irvine 2004), kuten seuraavassa esimerkissä kuvataan.

Kirjaimellisesti seurakoiria, niiden tärkein tehtävä on olla suloisia ja viedä lenkille. En sanoisi, että niillä on hirmuisen tarkkoja sääntöjä, mutta niitä on kyllä ja käytöstavat on oltava. Esimerkiksi sängyssä saa olla ja nukkua, mutta kerjääminen on kiellettyä ja luokse pitää tulla kutsuttaessa.

Edellä kuvatussa sitaatissa vastaaja pohtii suhdettaan koiriinsa kiintymyksen välimaastossa, kun hän kuvaa niitä suloisiksi seurakoiriksi, mutta joiden on silti oltava yhteiskuntakelpoisia (vrt. Koski 2006). Tämä sitaatti johdattelee myös siihen, että ajoittain koirille puhumiseen ja koiriin kohdistuviin lämpimiin tunteisiin suhtaudutaan epäilyksellä. Kyse on siitä, että käsitykset ”oikeasta suhteesta” koiriin vaihtelevat, ja siten rajankäyntiä oikean ja väärän kesken käydään sekä yksilöiden ja ryhmien välillä että yksilöiden sisällä. (Ruonakoski 2015, 261.) Ihminen voi siis sanoa olevansa eläinrakas, mutta yhtä lailla hän voi epäillä suhtautumisensa sävyä, kuten seuraava esimerkki havainnollistaa: *perheenjäsen, mutta toivottavasti koiran paikalla.* Voi olla, että moni vastaaja ei halunnut ilmaista koiran inhimillistämistä tai syvää ja läheistä

yhteyttään seuraeläimeensä, vaikka sitä käytännössä tapahtuisikin, koska he saattavat kokea sosiaalisia paineita vastata ”moraalisesti oikein”. Läheinen suhde voi leimata negatiivisessa mielessä, sillä merkityksellistä suhdetta eläimeen pidetään epäasiallisena aikuisille ihmisille (Charles & Davies 2011, 88).

Vaikka seuraeläimeen muodostetaan kohtalainen kiintymyssuhde, saattaa koiranomistaja joskus potea ristiriitaa emotionaalisen sidoksen ja koirasta koetun vaivan välillä, kun koira koetaan rasitteena: *koira on perheenjäsen ja ystävä, josta on paljon iloa vaikka sen hoitaminen välillä rasittaaakin*. Koiran omistamisen vaivasta huolimatta ne ovat huolenpidon kohteita, *kun koira on hankittu, tulee siitä parhaansa mukaan, maalaisjärjellä huolehtia*. Koirasuhde, joka pohjautuu kohtalaiselle kiintymykselle, näyttäytyy aineiston valossa emotionaalisen yhteyden, vastavuoroisuuden ja koiran itseisarvon muodossa. Kohtalaisen kiintymyksen koirasuhteessa omistaja suhtautuu koiraan realistisesti tasapainotellen koiran läheisen merkityksen ja sosiaalisesti ”oikeanlaisen” suhteen välimaastossa: *koirani ovat minulle tärkeitä, ei kuitenkaan inhimillistäen tai paapoen*.

4.1.3 Vahva kiintymys ja inhimillistäminen

Kolmantena koirasuhteen muotona havaitsin vahvan kiintymyssiteen, joka ilmenee syvänä tunnesuhteena, ja koiraa arvostetaan sen itsensä vuoksi. Eläimen kanssa muodostettu kiintymysside on tärkeä ja syvä, vaikkakin erilainen kuin ihmisperheenjäsenten kanssa muodostettu kiintymysside. Eläimet antavat ihmisille jotain, mitä he eivät saa muilta ihmisiltä, mutta niitä kohdellaan perheenjäseninä kuin ihmisiä. (Charles 2014.) Omistajat tuntevat syviä emotionaalisia tunteita koiriaan kohtaan (ks. Sanders 1993). Yrjö Sepänmaan (2009b, 224) mukaan syvä tunnesuhde, kuten *rakkaussuhde*, jollaiseksi myös omistaja kuvasi suhdettaan, voimistaa yhteistyön ja sosiaalisten suhteiden merkitystä. Rakkaus eläimiin sisältää ymmärryksen keskinäisestä riippuvuudesta. Pitkäaikaisessa suhteessa eläin tunnetaan ja siihen suhtaudutaan yksilönä. Havaitsin vahvaa kiintymystä osoittavista koiranomistajista, että he suhtautuvat koiriin emotionaalisesti omistautuen seuraavan esimerkin tavoin: *koiramme saa paljon rakkautta, huolenpitoa ja huomiota*. Tutkimuksissa on huomattu, että monessa perheessä lemmikit ovat huolenpidon objekteja lapsenkorvikkeen omaisesti. Yleisesti on huomattu, että

koirat täyttävät omistajiensa emotionaalisia tarpeita. Varsinkin aikuisten naisten on todettu osoittavan vahvempaa kiintymystä lemmikkeihinsä kuin miesten. (Archer 1997.)

Vahvan kiintymyksen suhdetta voidaan tarkastella vauvamorfisesti vanhempi–lapsi -suhteen kaltaisena tai antropomorfisesti ystävyutenä (Topál ja Gácsi 2012, 168–169). Koiran inhimillistämistä ilmenee tavoissa, joilla koiran henkisiä ominaisuuksia, subjektiivista toimintaa ja roolia ihmisperheessä kuvataan. Alexandra Horowitz (2007) jakaa antropomorfismin kahteen muotoon: kirjaimellinen inhimillistäminen ja analoginen inhimillistäminen. Kirjaimellisessa inhimillistämisessä eläintä pidetään kirjaimellisesti ihmisen kaltaisena, jolloin ihmisten mentaalisia ja fyysisiä piirteitä kiinnitetään eläimiin. Eläimillä myös ajatellaan olevan kyky tiedostaa oma identiteettinsä ja kyky ajatella käsitteellisesti. Analogisessa inhimillistämisessä puolestaan eläimistä puhutaan samoin tavoin, termein ja sanoin kuin ihmisistä, mutta eläintä ei pidetä ihmisen kaltaisena vaan pyritään ymmärtämään eläintä empaattisesti. Eläimen oma näkökulma tuodaan ilmi verbaalisesti. Tällainen käytäntö selittää eläimiä ja niiden tunteita ja toimintaa on yleistä arkikielessä (Arluke & Sanders 1996), samoin kuin aineiston kirjoituksissa.

Tämän tutkimuksen aineistossa syvää kiintymystä osoitettaessa koiria kohdellaan ihmisen kaltaisina olentoina, jolloin niitä inhimillistetään tulkitsemalla esimerkiksi koiran osoittamia rakkauden tunteita. Arjessa omistaja saattaa inhimillistää koiraan päivittäin, osin koska omistaja ei ymmärrä koiraansa eläimenä, vaan tulkitsee koiransa käyttäytymistä ihmisen käyttäytymisenä eli antaa siten koiransa toimille inhimillisen merkityksen. Antropomorfismi liitetään kiintymykseen eläintä kohtaan niin, että emotionaalisen suhteen lemmikkiinsä omaava omistaja automaattisesti inhimillistää sitä (Bradshaw 2013; Schuurman 2013).

Inhimillistämistä voidaan havaita vahvoissa kiintymyssuhteissa, sillä useille koiranomistajille *koira on perheenjäsen, kuin oma lapsi, tärkeä*. Koira rinnastetaan ihmislapseen, joten se asettuu tällöin lapsenkorvikkeen rooliin. Vanhempi-lapsi suhteen kaltaisesti omistaja kokee kiintymystä koiraan samaan tapaan kuin kokisi lasta kohtaan: *koiramme on kuin meidän pieni lapsi, jota hellii ja jota pitää kuin kukkaa kämmenellä*. Koirasuhteessa näkyy omistajan kokema eläinrakkaus ja hoivavietti (vrt. Turunen 2011, 131). Ronald Hill, Jeannie Gaines ja Mark Wilson (2008, 561) väittävät, että seura-

läimen omistaja huolehtijan ja huoltajan roolissa täyttää velvollisuutensa toimiessaan seuraeläimensä puolesta varmistaakseen yhdenmukaisen elämänlaadun muiden perheenjäsenten kanssa. Siten omistajan rooli muistuttaa vanhemman roolia, jonka täytyy havaita monimutkaisia, kehittyviä haluja ja tarpeita, kun vastavuoroinen vanhempi-lapsi -ymmärrys kasvaa vuosien mittaan. Tätä ajatusta tukevat tutkimushavainnot, joissa on nähty koirasuhteen muistuttavan piirteiltään kiintymyssuhdetta ihmisäidin ja vauvan välillä (Miklósi, Topál & Csányi 2004). Myös omassa aineistossa havaitsin vahvan kiintymyksen muistuttavan vanhemman roolia. Eräs omistaja vertasi emotionaalista HAB-sidettä koiraansa äidin ja vauvan kaltaisena suhteena: *itselleni ainakin kasvoi koiraan jo automatkalla kotiin niin vahva side, että voisin verrata sitä uunituoreeseen äitiin ja vastasyntyneeseen (noin yleistettynä).*

Koiranomistajat eivät kuitenkaan kohdista eläimiin rajatonta rakkautta, vaan tunnistavat myös tarpeen asettaa niille rajoja, kuten vanhempi tekisi lapsen kanssa: *koirat ovat perheenjäseniä, kuin pikkulapsia, joille annetaan rakkautta, mutta myös rajoja.* Koirista silti huolehditaan samaan tapaan kuin lapsista (Serpell & Paul 1994; Sarmicanic 2007). Vahvan kiintymyksen suhteessa koirat näyttäytyvät subjekteina, jotka yhtä lailla osallistuvat tunteiden osoitukseen ja suhteen emotionaaliseen sisältöön.

Koirani ovat minulle perheenjäseniä. Jotkut sanovat, että koira on koira, mutta itse näen ne ennemmin omina kakaroina kuin elukoina. Koirillani on elämässäni suuri merkitys, sillä he tuovat niin paljon iloa. Yhdessä lenkkeily ja koirien kanssa hengailu on eräänlaista terapiaa. Molemmat ovat omanlaisia persooniaan ja molemmilla on omat hupsut tapansa, joten olen enemmän kiintynyt koiriini kuin joihinkin ihmisiin. Koen, että meillä on hyvä, lämmin suhde koirieni kanssa. He vaikuttavat ainakin siltä, että viihtyvät seurassani ja ovat iloisia, kun tulen päivän päätteeksi kotiin. Jospa se on merkki siitä, että olen rakastettu.

Edellä suhdettaan kuvannut vastaaja näki koiransa enemmän persoonan tai lapsen kaltaisena kuin eläimenä. Koira saadetaan pitää lapsen korvikkeena tai yhtenä perheenjäsenenä, jolle voi kommunikoida samaan tapaan kuin toisen ihmisen kanssa (ks. myös Dotson & Hyatt 2008). Niitä muokataan eräänlaisiksi pseudo-ihmisiksi (Fudge 2008, 2). Jonkinlaista antropomorfismia koiria kohtaan on odotettavissa, kun koiriin muodostetaan läheisiä suhteita kompensoimaan kiintymyksen ja ihailun puutteita ihmisperheenjäsenten osalta (Miklósi 2007, 55). Clinton Sanders (1993) puolestaan väittää, että omistajat luovat koirilleen useita identiteettejä objektista kuviteltuun persoonaan ja lapsen korvikkeeseen. Omistajat siten kohtelevat koiriaan useilla tavoilla riippuen siitä, mil-

laisen identiteetin he kulloinkin mieltävät koiralleen. Näin ollen omistajat saattavat huojua jatkuvasti koiran elämellisyiden ja inhimillisyyden välillä vuorovaikutuksessaan ja suhteessaan koiran kanssa (vrt. Koski & Bäcklund 2012).

Lapsen kaltaisen roolin lisäksi suhde koiraan koetaan antropomorfisesti läheisenä ja/tai ystävänä, joten se täydentää elämän muita (ihmis)suhteita. Tällaisessa ajattelussa koira rinnastetaan ihmisiin, jolloin eläimen kiintymys ja läheisyys luovat koirasuhteesta ihmisuhteen kaltaisen (vrt. Sepänmaa 2009a). Eläimet toimivat ihmisen sjaiskumppaneina ja inhimillisen rakkauden kohteina siksi, koska niiden kanssa voi solmia vastavuoroisuuteen perustuvia suhteita (Franklin 1999; Pivetti 2005, 45). Omistajat kertoivat, että *olen kiintynyt koiraani kuin läheiseen ihmiseen; koira on läheinen ja luotettava ystävä, joka ei koskaan petä; ne ovat tuntevia, älykkäitä ja uskollisia ystäviä sekä koirat ovat minun perheeni ja menevät kaiken muun edelle*. Näkemys koirien älykkyydestä ja tunteista on posthumanistisen ja modernin eläinkäsityksen mukainen: eläin ymmärretään itseisarvoisena tietoisena ja tuntevana toimijana, joka ei sijoitu tiukasti ihminen-eläin -dikotomian toiselle puolelle (ks. Shepard 1998; Wolfe 2003a, 2010; Ratamäki 2009b, 49).

Vahvan kiintymyksen suhde on kaksisuuntainen suhde, jossa sekä ihminen että eläin toimivat yhtä suurissa rooleissa; suhde on molemmille osapuolille yksilöllinen ja henkilökohtainen (Franklin 1999; DeMello 2012). Koira saattaa olla omistajalleen ainut läheinen olento, joka tarjoaa seuraa, kumppanuutta ja tunteiden vastavuoroisuutta. Ystävän roolissa koira toimii subjektina, joka vastavuoroisesti osoittaa kiintymystä omistajalleen. Joillekin nelijalkainen kumppani asemoituu muiden ihmisten yli esimerkiksi niin, että *jos pitäisi valita vieraan ihmisen tai koirani henki, niin koira voittaisi aina tai pidän koiristani enemmän kuin ihmisistä*. Koiran rinnastaminen ihmiseen luo tilanteita, joissa omistaja haastaa hierarkkista erontekoa niin, että valinnan pohjalta koira nähdään ihmistä ylempänä (vrt. Peggs 2011, 134). Suhde koiraan rakentuu merkittäväksi päivittäisessä vuorovaikutuksessa. Koira onkin monelle *syy nousta aamuisin sängystä ja luonnollinen osa elämää*.

Koirani ovat minulle tärkeitä tukipilareita. Koirat saavat jaksamaan elämän jatkamista ja sitä että on pakko nousta ylös ja mennä ulos. Koska ne ovat riippuvaisia minusta, ja uskovat minuun omistajana. Siihen että minä teen aina oikein heille. Tämä on se, minkä takia elämässäni on aina ollut koira tai kaksikin. Jos lapsuudessa muutamaa vuotta ei lasketa niin

olen elänyt vain 2 viikkoa ilman koiria tähän saakka, ja tällöin en poistunut kotoa muuta kuin pakollisesti opiskeluihin tai kauppaan. Ei ollut mitään syytä, koska kavereita ei ollut.

Koirat tarjoavat omistajilleen niin ehdotonta rakkautta kuin henkistä ja sosiaalista tukea, turvaa, saavat omistajansa liikkumaan ja toimivat ”sosiaalisina katalysaattoreina” (ks. Wells 2004; Sarmicanic 2007). Koirat tukevat niin sosiaalisesti, henkisesti kuin fyysisesti omistajiensa hyvinvointia. Koirien nähtiin toimivan useiden palveluntarjoajien roolissa: *psykoterapeutti, harrastuskaverini, personal trainerini ja terapeutini ja henkilökohtaisena valmentajana*. Lemmikki voi siten asemoitua ”tassulliseksi terapeutiksi”, joka tukee omistajansa mielenterveyttä, ja näin ollen tuottaa omia palveluitaan omistajalle kanssakuluttajan roolissa. Lemmikit näyttävät omistavan resursseja, joilla ne paikkaavat kaupallisia toimijoita, kuten psykoterapeutteja, henkilökohtaisia valmentajia tai turvamiehiä. (Kylkilahti ym. 2016.)

Kiintymys voi vahvistua omistajan ja koiran välillä vuosien yhdessäolon aikana siihen, että *koirani on kaikkeni*. Koirasta muodostuu iso osa elämää, jolloin se otetaan kaikessa huomioon. Se herättää omistajassa lämpimiä tunteita, ja koirien hyvinvointia saatetaan peilata omaan minäkuvaan, kuten seuraava esimerkkilainaus osoittaa.

Koirani ovat minulle kaikki kaikessa. Ne ovat auttaneet minut yli masennuksen ja toivottavasti ovat osa myös tulevaa työtäni. En koe voivani elää täyttä elämää ilman niitä vaikka joskus harmaita hiuksia saankin. Olen erittäin ylpeä ja määrittelen paljon itseäni eläinten hyvinvoinnin kautta.

Vahvan kiintymyksen koirasuhteessa koira nähdään arvostettuna toisena, kuin ihmisenä, johon voi muodostaa merkittävän ja vastavuoroisen suhteen. Koirat ovat omistajilleen emotionaalisen omistautumisen ja kiintymyksen kohteita. Jotkut omistajat näkevät koiran rakkaana ystävänsä, jotkut lapsenkaltaisena, ja jotkut muita ihmisiä tärkeämpinä läheisinä. Syvä kiintymys voi näyttäytyä antropomorfisointina, kun koirien koetaan tuntevan ihmismäisiä tunteita ja niitä kohdellaan kuin ne olisivat ihmisiä. Toisaalta koirat tarjoavat jotain, mitä muut ihmiset eivät voi antaa, ehdotonta rakkautta, joten vahvan kiintymyksen vuoksi koira voi toimia omistajansa tassullisena terapeutina.

4.2 Emotionaalisen kiintymyksen osoittamisen tapoja

Emotionaalisessa eläinsuhteessa tunteilla on tiedostettu ja keskeinen merkitys. Tunneside voi kohdistua yksilölliseen eläimeen tai eläimiin yleensä. (Schuurman 2012, 53.) Adrian Franklin (1999) väittää, että emotionaalisen eläinsuhteen keskeisin manifestaatio on ihmisen tunneside seuraeläimeen. Koiraan luotua tunnesidettä ja kiintymystä voidaan osoittaa eri tavoin sekä arkisessa vuorovaikutuksessa että juhlien muodossa. Kiintymyksen osoittaminen kuuluu oman näkemykseni mukaan eri tasoisiin kaikenlaisiin koirasuhteisiin, joten en tässä luvussa erittele millaisesta koirasuhteesta on missäkin tavassa kyse. Hahmotan tässä kappaleessa koiran ja koiranomistajan suhteesta ilmenneitä tapoja tai ritaaleja, joilla osoitetaan koettua emotionaalista kiintymystä. Näihin tapoihin kuuluvat lahjojen antaminen, koiran huomiointi ihmisrituaalien kautta ja koiran arvostaminen yksilöllisen huomioinnin tavoin.

4.2.1 Lahjojen antaminen

Yhtenä kiintymyksen osoittamisen ja läheisen suhteen ylläpitämisen tapana voi pitää lahjojen antamista. Lahjoilla voidaan osoittaa anteliaisuutta tai myönteisiä tunteita lahjansaajaa, kuten koiraa kohtaan. Lahjanantaja pyrkii ylläpitämään ja vahvistamaan sosiaalisia suhteita lahjalla, joka toimii *sosiaalisen siteen merkinä* (Ilmonen 2007, 324, 350, kursivointi kirjoittajan). Lahja saa persoonallisen merkityksen, kun se osoitetaan läheiselle perheenjäsenelle. Lahjoja antamalla paljastetaan jotakin omasta identiteetistä ja tunnustetaan lahjansaajan arvo; lahjalla osoitetaan tunteita lahjansaajaa kohtaan, jolloin lahjoista tulee minuusesineitä (emt., 343). Lelujen ja herkkujen antamisen ajankohdista, joka kohdistuu usein koiran syntymäpäivään tai joulukuun ja niiden muoto lahjoina osoittavat lemmikin emotionaalista paikkaa perheessä (Grier 2014, 133).

Useimmat vastaajat antoivat lahjoina esimerkiksi herkkuja ja leluja melko säännöllisesti. Lahjoja ei anneta ainoastaan juhlapyhien aikaan vaan myös ilman erityistä syytä (Anderson 2008, 82-83). *Joskus saatan antaa koirilleni lahjoja ilman mitään erityistä syytä, jos esim näen jonkin kivan lelun kaupassa.* Lahjan antamiselle ei aina tarvitse olla tiettyä perustetta, vaan koirille saatettiin antaa lahjoja ilman erityistä syytä oman ”tunteen” tai ”olon” perusteella: *joskus on vain sellainen olo, että voisi antaa lahjan tai joskus kun tuntuu siltä.* Lahjan antamisella ei välttämättä haeta omaa etua vaan niitä voidaan antaa myös antamisen ilosta. Koiralle annetun lahjan katsoisin olevan altruis-

minen lahjananto (ks. esim. Ilmonen 2007, 340), koska siinä ei ole odotettavissa vastalahjaa, ellei koiran positiivisesta reaktiosta saatavaa hyvää mieltä lasketa sellaiseksi. Koiralle annettu lahja on siten enemmän hyvántahtoisuuden kuin vastavuoroisuuden osoitus (Ilmonen 2007, 341).

Koiralle annetaan lahjoja toisaalta tunnepohjalta, jos tiedetään koiran ilahtuvan, ja toisaalta *koska sille on kiva antaa lahjoja* eli myös omistaja itse kokee lahjan antamisen positiivisena. Tällöin lahjananto hyödyttää myös antajaansa jollakin tavalla (Ilmonen 2007, 333). Osa palkitsee koiraa tarkoituksellisesti *spesiaalipalkinnolla*, herkuilla tai leluilla *onnistuneista suorituksista*, kisa- ja näyttelymenestyksestä, *hienosta käytöksestä ja kun koiran avulla tulee riistaa, saa siitä herkkupaloja*.

Herkkuja saatetaan antaa koulutus-, aktivointi- ja palkitsemistilanteissa esimerkiksi lenkeillä, hoitotoimenpiteiden, kuten kynsien leikkuun tai korvien puhdistamisen jälkeen, tavan vuoksi, *joskus vain puhteeksi tai kun ihmisetkin saavat jotain "hyvää"*. Purluita annetaan enimmäkseen ajanvietteeksi yksin ollessa ja hampaiden hoidoksi. Koiralle annettavista leluista yleisimmin mainittiin pehmolelut, vinkulelut, pallot, aktivointilelut, älypelit ja kirpputoreilta löydetyt lelut. Leluja annetaan satunnaisesti palkaksi, rikkoutuneiden tilalle, jouluj- ja/tai syntymäpäivälahjaksi tai matkatuliaisena. Lelut valittiin yleensä edullisen hinnan, kestävyuden tai *sen mukaan, mistä arvelen koirani pitävän*. Erityisesti koiranpennut saivat aikuisia koiria useammin leluja.

Koiralle annetuilla lahjoilla saatettiin myös hyvittää omistajien pitkiä poissaoloja tai matkoja, joille koira ei pääse mukaan.

Koira saa herkkuja temppuja tehdessään, koulutuksellisten asioiden yhteydessä, mutta toisinaan myös ihan vaan muuten vaan. Hyvittelen aika usein koiraa herkuilla, jos se joutuu jäämään yksin tai olen pidempään pois kotoa jne., herkuilla paikkaan siis myös huonoa omaatuntoani, jos tuntuu etten ole huomionnut koiraa tarpeeksi muuten.

Tällöin omistajan syyllisyydentunne kiteytyy konkreettisiin objekteihin (Baudrillard 1988, 13), esimerkiksi koiran herkkuihin. Rahalla hankituilla herkuilla tai muilla lahjoilla voidaan mahdollisesti ostaa ”hyvä mieli” eli paikata omaatuntoa (vrt. Ilmonen 2007, 322). Osa koiranomistajista näkee, ettei koiralle tarvitse antaa lahjoja, vaan lahjojen sijaan he osoittavat kiintymystään esimerkiksi yhdessä vietetyllä ajalla:

Ei saa yleensä lahjoja. Ei koira odota sellaisia. Paras lahja on yhdessäolo ja sitä tarjotaan mahdollisimman paljon arkena ja juhvana.

Suurin osa omistajista kuitenkin antaa koirilleen lahjoja juhlien yhteydessä, palkinnoksi tai ilman erityistä syytä, koska *rehellisesti sanottuna joskus vain koska ovat niin söpöjä*. Lahjoilla siis osoitetaan emotionaalisen siteen voimakkuutta eli emotionaalista kiintymystä koiraan.

4.2.2 Koira osana perheen rituaaleja

Lemmikin näkeminen perheenjäsenenä johtaa yleensä sen sisällyttämiseen perheen rituaaleihin ja juhliin (Belk 1996), joista tässä kappaleessa tarkastelen erityisesti joulua. Koirilla on ”sosiaalinen paikka” perheissä, kodeissa ja päivittäisissä rutiineissa. Sisällyttämällä ne ihmisten TV-katseluun, ruokailuhetkiin tai juhlarutiineihin, tulee koirista todella osa perhettä. (DeMello 2012, 155.) Osa vastaajista jakaa koiran kanssa rituaalisia toimintoja, kuten koiran omaksumista osaksi perheen joulunviettoa (Sanders 1993).

Koiralle on aina lahja tai pari jouluisin. Koska joululahjojen avaus kuuluu osana perheemme joulun viettoon ja pidän koiraamme myös perheenjäsenenä, ja haluan ottaa sen mukaan juhlatilanteeseen, että se huomioidaan myös kuten muutkin perheenjäsenet.

Seuraeläiminä koirat osallistuvat perinteisiin aktiviteetteihin, kuten lomatapahtumiin ja juhlintoihin; ne ovat olennainen osa juhlallisuuksien jokaista näkökulmaa eli matkustamista, lahjan antamista ja lahjan saamista, ruoan valmistelua sekä juhla-ateriointia. Seuraeläimissä personoituu erityisten tapahtumien ydin eli positiivinen energia ja ilo, jotka antavat merkityksen tilaisuuksille. (Hill, Gaines & Wilson 2008.) Koirat nähdään perheenjäseniksi, jolloin niille oikeutetaan paikka perheen yhteisessä juhlassa.

Jouluna huomioimme koiria eniten. Heille ostetaan lahjoja (leluja, luita, herkkuja) ja he saavat myös hieman maistiaisia jouluruuasta. Koirani ovat jo oppineet joulun merkityksen ja he tuntuvat olevan aika innoissaan, kun pääsevät paketteja repimään. Viime jouluna esimerkiksi toinen koira kyttäsi koko päivän kuusen vieressä ja häntä sai vahtia, että ei alkanut rapina käymään. Sitten kun annoimme luvan avata paketit, niin hyllä heti tiesi, miten homma toimii.

Joulun vietto on ihmisille tärkeä traditio, jolloin muistetaan perheenjäseniä lahjoilla, hyvällä ruoalla ja yhdessä vietetyllä ajalla. Koira ei ihmisjäsenten ohella haluta unoh-

taa juhlapäivänä, sillä *koira on kuitenkin tärkeä osa perhettä, joten kyllä niitä pyritään muistamaan*. Koira osana muuta perhettä sisällytetään joulun traditioon myös siksi, että *tuntuu mukavalta muistaa koiriakin*, onhan niihin muodostettu tunnepitoinen suhde (esim. Franklin 1999).

Tuntuu mukavalta, että sillekin on jotain avattavaa kuusen alla, vaikka en kuvittele, että koirasta juhlapäivä olisi jotenkin erikoisuus päivien joukossa samassa mielessä kuin ihmisistä.

Joulu on traditio, joka sitoo yhteisöä tai perhettä kollektiivisesti kulttuurisen merkityksen ja konkreettisten toimintamallien kautta (Ilmonen 1993, 229-231). Perhettä sitovien tapojen ja juhlien muodossa koira sisällytetään myös joulun viettoon. Jouluna koiralle annetaan yleensä normaalia parempaa ruokaa tai luita ajanvietteeksi, kun muu perhe ruokailee tai availee paketteja. Koiria muistetaan jouluna omilla lahjoilla *koska kaikki muutkin saavat, osallistuu näin yhteiseen lahjojen jakoon* ja koska pakettien aukaisua on viihdyttävää seurata: *koirat saavat omat paketit, koska rakastavat pakettien repimistä ja on kiva seurata koiran intoa, kun se saa repiä paketin ja nauttia paketin sisällöstä*. Joulu on myös hyvä "syy" ostaa koiralle jotain uutta tai antaa spesiaaliherkkuja. Koiria eivät ainoastaan lahjo niiden omat perheenjäsenet, vaan muutama vastaaja kertoi myös lähisukulaisten muistavan nelijalkaisia läheisiään. Joululahjojen antaminen vahvistaa sosiaalista sidettä koiran ja omistajan välillä, ja niillä osoitetaan koiran emotionaalinen arvo (vrt. Ilmonen 2007). Lahjat sisältävät symboliikkaa ja ne kuuluvat tärkeisiin rituaalisiin tapahtumiin kuten jouluun. Lahjat heijastavat tapahtuman luonnetta ja tärkeyttä; lahjat kuvastavat sekä merkityksiä ja tunteita, kuten rakkautta, kiitollisuutta ja arvostusta että sosiaalista ja emotionaalista etäisyyttä lahjanantajan ja saajan välillä. (Gabriel & Lang 2015, 59.)

Vaikka enimmäkseen omistajat suhtautuivat koiriinsa luonnollisina eläiminä tai seura-eläiminä, voivat jouluun liitetyt merkitykset paljastaa jotain koiran läheisestä merkitystä omistajalleen. Seuraavat esimerkit tuovat esiin pilkahduksia koiran subjektiudesta ja itsenäisestä toimijuudesta:

Kyllä saa lahjoja jouluna. Viime jouluna sai monta pakettia. Kun koira sitten hoksasi, että kaikki paketit eivät olleetkaan sille, se alkoi mököttää.

Aussieni odottaa joulupaketteja jo montapäivää aikaisemmin ja on iloinen ja ylpeä niistä. Voin kuvitella, miten se pettyisi, ellei paketteja tulisikaan.

Edellä olevissa lainauksissa koirat nähtiin enemmän persoonina kuin eläiminä, joihin niitä yleensä pidetään. Koiran antropomorfisointia on vaikea välttää, kun kuvataan eläimen ymmärrystä ja tunnetiloja (ks. Irvine 2004, 68; Bekoff 2002, 120). Joulu sosiaalisena ja merkityksiä täynnä olevana tapahtumana saattaa vahvistaa koiran inhimillistämistä, sillä koirien kerrottiin osaavan odottaa lahjoja, ja siten ennakoimaan tapahtumia, jolloin niihin liitetään ihmisen kaltaisia ominaisuuksia (esim. Serpell 2005; Horowitz 2007). On kuitenkin muistettava, että vastavuoroinen kyky tulkita toisen lajin tunnetiloja ylipäättään mahdollistaa luottamuksen ja vuorovaikutuksen ihmisen ja koiran välillä (Koski 2006, 65).

Juhlallisuuksiin pukeudutaan yleensä arjesta eroavasti. Myös koiria saatetaan jouluna pukea asusteisiin, vaikka aineistossa tällainen ilmiö jää vähemmistöön. Enin osa vastaajista näkee asusteiden käytön koirilla turhana koirien inhimillistämisenä, vaikka jotkut vastaajat varovasti sallivat ja myönsivät sellaisten käytön leikkimielisesti juhlallisuuksien yhteydessä. Muutama vastaaja kertoikin hankkineensa joulua varten koiralle asusteita, kuten rusetin, tonttulakin tai joulupuvun. Eräs vastaaja perusteli asusteiden käyttöä siten, että *jouluna tonttukauluri/tonttulakki sen aikaa, että otetaan valokuvat*. Tällöin hetkellinen koiran inhimillistäminen palautuu valokuvien muodossa osaksi joulurituaalia.

Vaikka osa koiranomistajista kertoi muistavansa jotenkin koiraa joulun aikaan, osa vastaajista ei huomioi koiraa sen erityisemmin joulunakaan, koska *joulu ei poikkea muista rutiineista* tai sen perusteella *ei huomioida mitenkään, koska koira ei ymmärrä lahjoja*. Osa vastaajista puolestaan kertoi, ettei itse anna koiralle lahjoja tai muista seuraeläintään joulun aikaan erityisemmin, mutta muut läheiset ihmiset saattavat antaa koiralle esimerkiksi lahjoja.

Joulu nähdään perinteisesti perhejuhlanä, joten monet koiranomistajat haluavat muistaa nelijalkaisia perheenjäseniään muiden ohella. Koirat otetaan mukaan joulun toimintoihin, erityisesti lahjojen aukaisuun. Koiraan muodostetun emotionaalisen kiintymysiteen vuoksi koira osallistuu juhlallisuuksiin ja sitä muistetaan myös yksilöllisesti perheenjäsenyytensä kautta saavutetun aseman tähden.

4.2.3 Koiran yksilöllinen arvostaminen

Koiraan luotua kiintymystä voidaan osoittaa arvostamalla koira yksilöllisesti esimerkiksi juhlimalla sen syntymäpäivää ja/tai nimipäivää. Koiran syntymäpäivän juhliminen on yksi rituaalinen toiminto, jonka omistajat jakavat koiran kanssa (Sanders 1993). Joulun tapaan koira muistetaan sen syntymäpäivänä, vaikka aineistossa esiintyi huomattavasti vähemmän innokkuutta muistaa koira syntymäpäivänä kuin jouluna.

Koiranomistajat ymmärtävät koiran syntymäpäivän juhlistamisen olevan enemmän heidän omaksi ilokseen kuin koiran, sillä *omistaja haluaa juhlistaa, koirahan ei syntymäpäiväänsä ymmärrä*. Koirasta pidetään säännöllisesti hyvää huolta, joten syntymäpäivää ei koeta tarpeelliseksi juhliä erityisesti. Ne omistajat, jotka juhlivat koiran syntymäpäivää, perustelivat rituaalia muun muassa ”ystävän” hemmottelulla, muistamisella ja kunnioituksella. Kerran vuodessa tapahtuva traditio on *hetki omistajalle muistaa olla kiitollinen koirasta, koska mitä vanhemmaksi koira käy, sitä tärkeämmäksi yhteiset vuodet muuttuvat*. Koiran syntymäpäivän juhlistaminen on ikään kuin keino juhlistaa koiran emotionaalista merkitystä omistajilleen ja mahdollisuus osoittaa koiraan kohtaan tunteita. Myös koiran riemu saaduista lahjoista tai pitkistä lenkistä saavat omistajissa aikaan ”hyvän mielen”.

Suurin osa koiran syntymäpäivää juhlivista koiranomistajista kertoi antavansa koiralle syntymäpäivänä yleensä tavallista parempaa ruokaa, luun tai herkkuja, lelun ja sille osoitetaan tavanomaista enemmän huomiota. Yleensä koiran syntymäpäivästä *ei tehdä suurta numeroa*.

Vietetään molempia, useimmiten tarjoamme kahvia ja pullaa ystävillemme, jotka ovat myös koiramme kanssa läheisiä. Saatamme myös pieniä lahjoja hankkia. Koira on perheenjäsen ja siksi myös sitä huomioidaan, ei ehkä erityisen näytävästi mutta sellaisilla tavoilla joista on iloa koiralle itselleen. Myös perheeni ja ystäväni huomioivat koiraani ja lähettävät sille esim. syntymäpäivän kunniaksi kortteja.

Osa omistajista juhlistaa koiran syntymäpäiviä kutsumalla kahville läheisiä ihmisiä, valmistamalla koiralle lihasta tai koiranruoasta oma kakku, ja koirasta otetaan kuvia, jotka mahdollisesti julkaistaan sosiaalisessa mediassa. Lahjoilla ja ylimääräisellä huomiolla osoitetaan koiran emotionaalinen paikka perheessä (vrt. Grier 2014, 133). Koiran syntymäpäivän juhlimisessa pääasia omistajille tuntuu olevan, että jollakin ta-

valla muistaa ja osoittaa arvostuksensa karvaisesta perheenjäsenestä, on se tapa sitten ylimääräinen herkku, pidempi kävelylenkki tai ystävien kanssa juhlitut kakkukahvit.

4.3 Koirasuhdetta syventävä harrastus

Harrastaminen merkitsee monelle koiranomistajalle hauskanpitoa, arjesta irtautumista ja saman mielisten ystävien näkemistä ja suhteen vahvistamista koiraan. Koiran kanssa harrastaminen nähdään yhteiseksi tekemiseksi, jossa aktivoidaan koira, puretaan koiran energiaa, liikutaan yhdessä ja pidetään hauskaa. Kyselyvastaajat mainitsivat erilaisia koiraharrastuksia laajan kirjon: tottelevaisuuskoulutus, agility, koiranäyttelyt, metsästys, metsästyskoirien jäljestämiskoe, noutajien metsästyskoe, suojelukoe, rally-toko, nose-work, hajuerottelu, dobo, vinttikoirien maasto- ja ratajuoksu, vesipelastus, jäljestys, valjakkoajo, canicross, paimennus, raunioetsintä, nouto, tottelevaisuuskoulutus, opaskoirakoulutus, kasvatus, järjestötoiminta sekä palveluskoiralajit, kuten jälki, haku ja etsintäkoe.

Harrastaminen nähdään molemminpuolisena mahdollisuutena viettää yhdessä aikaa mielekkään tekemisen parissa, jossa sekä koira että omistaja viihtyvät. Harrastamisella nähdään olevan monia positiivisia merkityksiä elämässä (esim. Laine 2010). Moni omistaja kokee koiran kanssa harrastamisen tärkeänä ajanviettona, sosiaalisten verkostojen ylläpitäjänä ja henkisen rauhoittumisen keinona, kuten seuraavassa lainauksessa kerrotaan koiran kanssa treenaamisesta.

Kaikkea. Se on elämäntapa. Treenatessa saa ja joutuu keskittymään vain käsillä olevaan asiaan, joten se rentouttaa ja sulkee negatiiviset asiat pois. Treenaaminen on hauskanpitoa yhdessä koiran kanssa. Lisäksi koiraharrastus on tuonut paljon uusia ystäviä. Koiran kanssa harrastaminen tekee onnelliseksi (sekä minut että koiran). Se on henkireikä kaiken stressin keskellä.

Omistaja kuvailee koiran kanssa harrastamista rentouttavana, henkisesti rauhoittavana ja onnellisuutta lisäävänä toimintana, jolloin voidaan ajatella harrastamisen tuottavan ihmiselle hyvinvointia. Koirat toimivat ikään kuin ”sosiaalisina katalysaattoreina” (ks. Wells 2004), kun ne helpottavat ihmisten välisten sosiaalisten suhteiden muodostamista. Lisäksi harrastus lisää yhteenkuuluvuutta eläimen ja ihmisen välillä samalla, kun se lisää koiranomistajan sosiaalista pääomaa muiden ihmisten kanssa (vrt. Putnam 2000).

Koiran kanssa harrastetaan sellaisia asioita, joista koira nauttii, jolloin koira subjektiivisesti aktiivisena toimijana (esim. Arluke & Sanders 1996; Schuurman 2012) vaikuttaa omistajansa valintaan päätyä sellaiseen harrastukseen, joista molemmat saavat iloa.

Omistajat itse kokevat harrastamisen välityksellä monia myönteisiä tunteita, kuten onnistumisen iloa ja hyvää mieltä sekä hedonistista nautintoa (ks. Campbell 1987) ja iloa, kun koiran nähdään innostuvan ja oppivan uusia asioita. Koiran kanssa harrastamisen kerrotaan olevan *itsestä ja toisesta huolehtimista, yhdessäoloa, yhteistyötä, yhteisiä metsästysretkiä, ystävien tapaamista, arjesta irtiottamista, laatu-aikaa sekä omistajan ja koiran suhteen vahvistamista*. Kilpailuhenkisissä ja tavoitteellisissa harrastuksissa omistajat pääsevät tutustumaan muihin samanhenkisiin koiraihmiisiin, toteuttamaan ”kilpailuviettejä”, etenemään ja saavuttamaan tavoitteita koiran puolestaan päästessä toteuttamaan luonnollisia viettejä ja kykyjään. Urheilullisen koiraharrastuksen koetaan edistävän sekä koiran että omistajan terveyttä. Koiranäyttelyt ovat sosiaalisia tapahtumia, joissa tavataan ystäviä harrastuksen parissa samalla kun vietetään koiran kanssa yhteistä aikaa.

Koiran kanssa harrastaminen on yhteistä tekemistä, jossa molemmat pääsevät purkamaan energiaa. Yhteiset harrastukset myös hitsaavat koiraa ja omistajaa yhteen.

Leslie Irvine (2004, 60) näkee ihmisen ja koiran välisen suhteen kumppanuutena, jossa kumppanit nauttivat toistensa seurasta, ja molempien kehot ja mielet työskentelevät yhdessä kuunnellen, katsoen ja ”lukien” toisiaan. Harrastuksissa koirat toimivat vuorovaikutuksen yhtenä osapuolena. Seuraeläiminä koirat toimivat harrastuksen kautta vuorovaikutuksen välittäjinä ja mahdollistavat kumppanuutta myös ihmisten välisissä suhteissa (ks. Wood ym. 2007; Charles & Davies 2011). Useampi koiranomistaja kuvasi koiraharrastusta elämäntapana, joka luo ihmisen ja koiran välille läheisen yhteyden (Arluke & Sanders 1996, 10–11) ja sosiaalisia verkostoja muihin ihmisiin.

Se on elämäntapa, tärkeä harrastus ja koiran aktivointia. Ryhmässä tapaan myös samanhenkisiä ihmisiä.

Monet koiranomistajat eivät harrasta mitään erityisiä lajeja, vaan viettävät koiran kanssa aikaa yhdessä esimerkiksi ulkoilemalla, lenkkeilemällä, hiihtämällä, pyöräilemällä, luonnossa liikkumalla, sienestämällä, maastopyöräilemällä ja koirapuistoissa käymällä. Omistajat viettävät aikaa koirien kanssa myös omatoimisen kouluttamisen, leikkien ja

tempujen parissa. Ulkoilu nähdään yhdessä vietettynä aikana arjen kiireiden ulkopuolella, joten suhdetta koiraan on mahdollista syventää. Harrastaminen on siten yhtä aikaa koiran aktivointia ja arjen hyötyliikuntaa.

4.4 Yhteenveto: koiran emotionaalinen merkitys omistajalle

Olen tässä luvussa tarkastellut eri merkityksiä, joita koiranomistajat antavat koirilleen kulutuksen kontekstissa. Keskeisenä havaintona pidän sitä, että koirasuhteessa ilmenee kumppanuuden ja kiintymyksen merkitykset, jotka ovat keskeisiä ihmisen ja eläimen välisessä suhteessa (Sanders 1990). Koiranomistajat korostivat koirien yksilöllisyyttä monissa yhteyksissä, ja esittivät koirat perheenjäseninä ja ystävinä. Tulkitsin koiran ja koiranomistajan suhdetta kolmen eri kiintymyssiteeseen pohjautuvan mallin mukaan: heikko kiintymys, kohtalainen kiintymys ja vahva kiintymys (Taulukko 6). Seuraavaksi kerron yhteenvetona luvussa hahmottelemani ihminen–koira -suhteen muodot, emotionaalista kiintymystä osoittavat tavat ja rituaalit sekä harrastuksen merkitystä koirasuhteelle.

Heikon kiintymyksen koirasuhteen keskeisimpänä piirteenä näen sen, että koiranomistajien silmissä koira arvostetaan luonnollisena eläimenä, jolloin sen asema sijoittuu ihmistä alemmaksi. Koiranomistajat ylläpitävät ihminen–eläin -dikotomiaa rationaalisen ajattelun kautta. Koira asettuu luonnon ja kulttuurin rajamaille perheeseen hyväksyttynä eläimenä, enemmän objektin asemaan kuin subjektin. Suhde sitoutuu arjen konteksteihin, joten emotionaalista kiintymystä osoitetaan koiralle hillitysti viettämällä sen kanssa aikaa niin arjessa kuin harrastuksissa.

Kohtalaisen kiintymyksen koirasuhdetta tulkitsin realistiseksi suhteeksi, jolloin se asettuu emotionaalisen kiintymyksen välimaastoon. Tällaisessa suhteessa koira asettuu seuraeläimen, perheenjäsenyyden, kumppanuuden ja seuralaisen rooleihin. Omistaja käy ikään kuin emotionaalista neuvottelua koiran subjektiivisuuden ja ”oikeanlaiseksi koetun” eli eläimeksi asetetun koiran välillä. Kohtalaisen kiintymyksen koirasuhteen tulkitsen molemmille osapuolille merkittäväksi ja vastavuoroiseksi suhteeksi, jossa on muodostettu emotionaalinen yhteys. Koiralla on myös omistajansa silmissä itseisarvo, jolloin se asettuu huolenpidon kohteeksi.

Vahvan kiintymyksen koiranomistaja–koira -suhde näyttäytyy aineiston perusteella kietoutuvan koiran ihmisenkaltaisen roolin ja omistajan emotionaalisen omistautumisen kontekstiin. Rakastavassa koirasuhteessa koira nähdään lapsenkaltaisena tai ihmisen kaltaisena persoonana, jolloin syvä kiintymys voi toteutua koiran inhimillistämisenä. Eniten syvä kiintymys näkyy siinä, kuinka koira subjektiroolissa asettuu arvostetuksi toiseksi, jolloin suhde on emotionaalisesti merkityksellinen. Vahvan kiintymyksen suhteessa myös koira subjektina tuottaa omistajalleen hyvinvointia tassullisen terapeutin tavoin ja siten vahvistaa vastavuoroista läheistä kumppanuutta ja syvää emotionaalista sidettä.

Kaikille koirasuhteille yhteisiksi piirteiksi koen koiran omistajalleen tuottaman hyvinvoinnin liikuttajana, sosiaalisten suhteiden kartuttajana ja henkisenä tukijana sekä koiran osoittaman ehdottoman rakkauden ja kiintymyksen mukanaan tuomat positiiviset merkitykset ja tärkeyden tunteen. Mielestäni eräs vastaaja tiivistä hyvin sen, mitä suhde koiraan antaa koiranomistajalle: *kokonaisvaltaista iloa, arkista tekemistä ja yleistä hyvinvointia*. Tulkitsemani koirasuhteiden muodot eivät suinkaan ole täysin kiinteitä tai pysyviä - vaikka ne olenkin tähän työhön rajannut varsin selkeästi – vaan koen niiden kaiken aikaa elävän ja muuttuvan. Näkisin, että koiranomistaja–koira -suhteessa piilee toissuuntautuneisuutta ja avoimuutta niin, että koiranomistajat tunnistavat koiriensa kokemuksia, toimijuutta ja yksilöllisyyttä, samoin kuin hyväksyvät erilaisuutta ja tunnistavat arvoa itsestään poikkeavissa olennoissa (vrt. Aaltola 2015, 302–303). Suhteet voivat limittyä päällekkäin esimerkiksi työkoiran asettuessa päivän päätteeksi myös perheen seuraeläimen rooliin, jolloin omistaja voi kokea sen yhtäältä vahvasti eläimenä kuin myös läheisenä kumppanina. Koiraan muodostettavan kiintymyssiteen voimakkuus vaihtelee esimerkiksi tunteiden tai elämäntilanteen muuttuessa, jolloin myös suhde koiraan muuttuu, kuten eräs omistaja havainnollisti:

Lapsen saannin myötä suhtautuminen koiriin on muuttunut. Ovat edelleen perheenjäseniä mutta eivät enää vie niin isoa osaa huomiostani. Joskus tämä harmittaa ja tuo huonoa omaatuntoa.

Suhde koiraan ei rajoitu vain yhteen muotoon vaan koira voi merkitä seuraeläintä, ihmisen kaltaista ystävää tai harrastuskaveria kaikkia yhtä aikaa tai vain yhtä. Arnold Arluke ja Clinton Sanders (1996, 130–131) mainitsevat siitä, miten paradoksaaliset merkitysrakenteet voivat esiintyä yhteiskunnassa niin kulttuurisesti kuin paikallisesti siellä, missä

eläinten kanssa tapahtuu päivittäistä vuorovaikutusta. Joskus ristiriitaisia elementtejä sisältyy ihmisen suhteessa samaan, tuttuun eläimeen. Koiran rooli perheessä ei ole välttämättä yksi ja sama, joten suhde koiraan voi vaihdella paljonkin: jotkin koirat ovat lapsen korvikkeita, toiset enemmän tasa-arvoisia sosiaalisia kumppaneita, ja monen työkoiran panostus perheeseen on mitattavissa taloudellisessa mielessä (Miklósi 2007, 17). Siten suhde koiraan vaikuttaa ristiriitaiselta: koiranomistaja saattaa kokea syvää yhteyttä ja rakkautta koiraan sen ollessa perheenjäsen, ja toisaalta ristiriitaisia ajatuksia siitä, miten koiraa pitäisi kohdella vain eläimenä. Myös Jyrinki havaitsi tutkimuksessaan, miten omistaja-kuluttajan suhde koiraan on ”väistämättä monitahoinen, limittäinen ja ristiriitainenkin” Jyrinki (2010, 112). Yleisesti näkisin, että koiranomistajan ja koiran väliseen suhteeseen sisältyy eri vahvuisia emotionaalisia ulottuvuuksia, joissa ihminen ja eläin jakavat keskenään tunnetiloja, aikomuksia ja toimintoja niin arjessa kuin juhlassa (vrt. Irvine 2004).

Koiraa kohtaa tunnetun emotionaalisen kiintymyksen osoittamisen tavoiksi ja rituaaleiksi käsitän lahjojen antamisen, koiran sisällyttämisen perheen joulutraditioon ja koiran syntymäpäivän juhlinnan. Herkkuja ja/tai leluja annetaan koulutus-, aktivointi- ja palkitsemistilanteissa ja joulun- ja syntymäpäivinä. Lahjojen antamisen perimmäisenä tarkoituksena koen, että niitä annetaan antamisen ilosta, emotionaalisen kiintymyksen osoituksena sekä paikkaamaan omistajan omatuntoa. Joulun vietto on perhettä yhdistävä traditio, johon koira sisällytetään perheenjäsenyytensä kautta. Jouluna koira osallistuu yhteiseen lahjojen jakoon, ja saa omia joululahjoja. Joululahjat kuvastavat mielestäni omistajan koiraa kohtaan kokemia tunteita ja koiran emotionaalista arvoa ja merkitystä. Perheenjäsenen asemassa koiraa arvostetaan myös yksilöllisesti juhlimalla sen syntymäpäivää, joka on yksi tapa osoittaa koiran arvo ja kiintymystä sitä kohtaan.

Koiran kanssa harrastamisen käsitän koiran ja omistajan välistä suhdetta syventävänä toimintana. Harrastamisella, niin tavoitteellisella että arkisella ulkoilulla, koiranomistajat saivat mahdollisuuden viettää koiran kanssa yhteistä aikaa ja siten vahvistaa suhdetta. Harrastaminen parhaimmillaan lisää sekä koiran että omistajan terveyttä ja hyvinvointia, vahvistaa koiranomistajan sosiaalisia verkostoja ja toimii henkisen rauhoittumisen keinona. Harrastamisen näen elämäntapana, arjen hyötyliikuntana ja koiran aktivoimisena.

5 KOIRASUHDE KULUTUKSEN KONTEKSTISSA

Tässä luvussa analysoin sitä, miten koira–omistaja -suhde heijastuu koiraan kohdistuvaan kulutukseen. Aktiivisena toimijana ja subjektina koira koen vaikuttavan omistajansa toimintoihin, kuten kulutuskäyttäytymiseen. Kuten viime luvussa tulkitsin aineistosta, koirasuhde rakentuu ihmisen ja eläimen välisen siteen (HAB), ja emotionaalisen kiintymyksen voimakkuuden pohjalta. Tässä luvussa käsitelen kulutuksen näkymistä koirasuhteessa, miten koirasta huolehditaan kulutuksen kautta ja sitä, miten koiranomistajan ja koiran välinen suhde heijastuu kulutuspäätöksiin.

5.1 Kulutusvalintojen taustalla vaikuttavat koirasuhteen muodot

Marc Bekoffin (2002, 107) mukaan se, miten puhumme eläimistä, vaikuttaa asenteisiimme niitä kohtaan, mikä palautuu siihen, kuinka näemme ne, kuinka ajattelemme niistä ja kuinka kohtelemme niitä. Tätä ajatusta haen tarkastelemalla aineistosta havaittavia ajatuksia koirista suhteessa niihin kohdistuvaan kulutukseen ja ihmisen kanssa luotuun suhteeseen.

Andrew Aylesworth, Ken Chapman ja Susan Dobcha (1999) väittävät, että ihmisen ja eläimen välinen suhde voi vaikuttaa kuluttajan kulutusaktiiviteetteihin. Heidän mukaansa esimerkiksi suhde koiraan vaikuttaa siihen, minkälaisia kulutuspäätöksiä siihen liittyen tehdään. (emt.) Tämän ajatuksen pohjalta lähdin kartoittamaan sitä, miten koiranomistajien kirjoituksissa paljastuu suhtautuminen koiraan ja miten se konkreettisesti näkyy esimerkiksi kulutusvalinnoissa ja koiran kohtelussa.

Kokosin aineistosta nostamiani havaintoja kulutusta ohjaavista väittämistä, jotka vaikuttavat koiranomistajien kulutuskäyttäytymiseen (Taulukko 7). Koirasuhteen muotoa katson tässä yhteydessä koiranomistajien kokeman kiintymyksen kautta, sillä he lopulta tekevät kulutuspäätökset, vaikka koira osallistuisi kanssakuluttajan roolissa sitä koskeviin tarvikkeisiin ja palveluihin. Näitä väittämiä ja omistajien kokemia kiintymyksen voimakkuuksia tarkastelen kulutuksen kautta.

TAULUKKO 7. Koirasuhteen muodon vaikutus koiranomistajan kulutuskäyttäytymiseen

	Heikosti kiintyneet omistajat	Kohtalaisesti kiintyneet omistajat	Vahvasti kiintyneet omistajat
Kulutusta ohjaavat välttämät	<ul style="list-style-type: none"> * Rationaalinen kulutus: vain tarpeelliset tuotteet ja palvelut *Harkitut ja käytännölliset päätökset, harvoin heräteostoja *Välttämätön hoito ja koiran tarpeiden täyttäminen *Hintasuuntautuneisuus *Kuluilla suuri merkitys 	<ul style="list-style-type: none"> *Realistinen kulutus: tasapaino tarpeellisuuden ja mielihalujen välillä *Yleensä harkitut päätökset, välillä heräteostoja *Koiran hyvinvointi tärkeää *Omien kulujen vähentäminen *Kohtuulliset kulut 	<ul style="list-style-type: none"> *Emotionaalinen kulutus: sitoutuminen ja vaivannäkö *Emotionaaliset päätökset, usein heräteostoja *Koiran hyvinvointi ensisijaista *Taloudellinen uhrautuminen *Kuluilla ei väliä

Koira vaikuttaa omistajansa toimintaan oman toimijuutensa ja subjektiroolinsa kautta, jolloin käsitan koiran kanssakuluttajana. Tätä aspektia tutkin muun muassa koiranomistajien kulutuskäyttäytymisen yhteydessä.

5.2 Heikko kiintymys: hankinnat tarpeen mukaan

Koiran omistamiseen kuuluu keskeisenä osana hoidon rutiinit: ruokinta, turkin hoito, leikkiminen, ulkoilutus, sairauksien hoito ja kouluttaminen (Grier 2014, 128). Nämä mainitut hoidon rutiinit ovat mielestäni ne välttämättömimmät asiat koiran hoidossa, jotka omistajien on hoidettava ja otettava huomioon sekä koiran omistamisessa että siihen kohdistuvassa kulutuksessa. *Koira vie ajan lisäksi rahaa, mutta se on tiedossa jo lemmikkiä hankittaessa.* Ihmisellä on velvollisuus huolehtia lemmikkieläimistä (Irvine 2004). Koiraan kohdistuvat kulut ovat *harrastusmenoja, välttämättömiä, joihin sitoutunut koiran ottaessani.* Heikosti kiintyneet koiranomistajat keskittyvät koiransa hoidossa vain välttämättömään eli täyttämään koiran päivittäiset perustarpeet. Niin kutsutut ”perusomistajat”, joiksi koen heikon kiintymyksen omistajien lukeutuvan,

tekevät tietoisia ja rationaalisia valintoja (vrt. Toivonen 1998, 165), kuten seuraavat lainaukset havainnollistavat:

Ajattelen, että se mikä on välttämätöntä, hankitaan ehdottomasti. Turhaa tilpehööriä pyrin välttämään.

Tärkeintä on, että koiralla on hyvät sille sopivat välttämättömät tarvikkeet ja että sen ruokinta on asianmukaista. En oikeastaan ajattele koiraan kuluttamista juurikaan. Minun ei tee mieli ostella koiralle esimerkiksi uusia pantoja tai vaatteita pelkästään huvikseen.

Kulutusvalintojen toteutuksessa yhdistyvät sosiaaliset ja taloudelliset pakot kulttuurisiin koodeihin (vrt. Toivonen & Räsänen 2004, 247), joten *hankitaan kaikki mitä [koiran] hyvinvointi vaatii* ja koiran päivittäisten tarpeiden hoitamisen kannalta olennaiset asiat *oman rahatilanteen mukaan*. Ylenpalttinen, ”turhan” ostaminen kantaa mukanaan niin sanotusti kulttuurista stigmaa, joten on hyväksyttävämpää ostaa koiralle vain välttämättömimmät (ks. Jyrinki 2010, 115). *Kun koira on hankittu, tulee siitä parhaan mukaan, maalaisjärjellä huolehtia*. Heikon kiintymyksen koirasuhteissa omistajat vetoavat kulutuksessa ”maalaisjärkeen” eli kohtuuteen ja käytännöllisyyteen.

Rajansa kaikella. Vaikka koira on minulle perheenjäsen, en kuitenkaan kuluta koiran tavaroihin rahaa aivan järjettömästi. Ostamme tavarat tarpeen mukaan, joskus saattaa joku lelu sattua ostoskoriin, jos löytyy sellainen mikä voisi koiraa kiinnostaa.

Koiralle tarvittavien tavaroiden ja asioiden hankintoja pidetään kohtuullisena tai rajoitetaan ainoastaan välttämättömiin, jolloin omistajat aktiivisesti puntaroivat ja järkeilevät ostopäätöksiään koiralle hankittavista tuotteista ja palveluista (Syrjälä ym. 2014, 33). He käyvät niin sanotusti päänsisäistä ostoneuvottelua tuotteen hinnan ja tarpeellisuuden välillä; tarpeiden pohjalta nousseen käytännöllisyyden ja taloudellisuuden välillä (vrt. Ilmonen 2007, 77–80). Aineistossa kävi ilmi, että omistajat tekevät kulutus päätöksiä *varsin järkiperaisesti*: silloin, kun on *todellista tarvetta koiran hyvinvoinnin ja arjessa pärjäämisen kannalta*, rikkinäisten tuotteiden tilalle ja koiran aktivointiin. Tuotteita hankitaan tarkoitusta varten, mutta niiden tulee silti täyttää koiranomistajien laadulliset ja toiminnalliset vaatimukset (vrt. Ilmonen 2008) eli koiran hoidon edellyttämiä käytännöllisiä, koiralle mukavia, kestäviä ja laadukkaita tuotteita *jos uskon että on hyötyä ja edistää koiran terveyttä tai hyvinvointia*. Kuten eräs omistajista pohti: *olen koiraan kuluttamisen suhteen hyvin käytännönläheinen*. Eniten koiraan liittyvissä kulutusvalinnoissa painavat harkinta, tarpeellisuus ja hintasuuntautuneisuus:

No ensimmäiseksi se tarkoituksenmukaisuus, esim. vaatteissa ei hankita mitään prinsessarimpsuja vaan tossuja tai takkeja, että koira pärjää ulkona viileämmälläkin kelillä. Katson kyllä usein myös löydänpö itselleni ulkonäöllisesti miellyttävän tuotteen, josta olen valmis maksamaan vähän enemmän. Mutta tarkistan kyllä hinnatkin ennen ostopäätöksiä. Koiraani kuluu paljon rahaa eläinlääkärikulujen myötä, joten harvemmin humputelen mihinkään turhuuksiin.

Vaikka koiralle ostetaan tarpeiden mukaan välttämättömimmät, se ei automaattisesti tarkoita kaikista halvimpia tuotteita tai sitä, etteivät koiranomistajat lainkaan hanki ”heräteostoksia”. Koiranomistajien rahalliset resurssit ohjaavat ostopäätöstä, mutta joskus tilaa jää myös satunnaisille heräteostoille (vrt. Ilmonen 2007) mielihalujen mukaan: *jos törmään kivan näköiseen ja kohtuuhintaiseen koiranleluun, saatan ostaa sen tai jos jotain tarjouksessa tai esimerkiksi jos herätteitä ostetaan, ne ovat yleensä luita tai muita ajanvietteitä.* Tästä voidaan päätellä, että vaikka koiranomistajat hellittelevät koiriaan harvoin esimerkiksi tarjoustuotteilla, niin he kääntävät hellittelyn enemmän käytännönläheiseksi huomioksi käyttötuotteilla. Osa koiranomistajista puolestaan kokee, että *tavaroita tärkeämpää on koiran kanssa oleminen ja koiran hyvinvointi eli yhdessä tekeminen ja yhdessä ulkoilu.*

Osalle koiranomistajista kuluilla on suuri merkitys kulutusvalintoja ohjaavana tekijänä. Toki on muistettava, että varallisuus on edellytys kulutushyödykkeiden hankkimiseksi ja edelleen kulutustapahtuman toteuttamiseksi (Ilmonen 2007, 117). Omistajat kokivat, että joskus kuluihin tuhlautuu liikaa rahaa, *välillä joutuu tinkimään omista menoista,* mutta useimmiten on löytynyt balanssi oman rahatilanteen ja koiraan kulutettujen menojen välillä, sillä koiranomistajat tekevät päätöksiä harkitusti. Koiralle mietittyjen palveluiden osalta hinnalla on muiden seikkojen ohella merkitystä siinä, mihin palveluun päädytään.

Koiran ruokinta näkyy aineiston valossa olevan sellainen kulutuskohde, josta voidaan maksaa vähän enemmän, jos se on koiran terveyttä tukevaa ja koiralle sopivaa eli *ruuasta maksan mielelläni, jos tiedän sen olevan hyvää.* Vaikka koiranruoka on *pakollinen menoerä,* halutaan sillä huolehtia koiran hyvinvoinnista: *ruokaa hankitaan hemmoteluun ja koiran terveyttä ylläpitäen.* Koiranomistajien hintasuuntautuneisuus näkyy kuitenkin siinä, että useimmiten koiralle syötetään kuivanappulaa. Raakaruokintaan verrattuna kuivamuona on edullisempaa.

Heikkoa kiintymystä kokevat koiranomistajat korostavat koiran hoidon kannalta välttämättömien asioiden hankintaa, mutta ylimääräisiä ei juuri hankita, ellei niille löydy perusteita. Välttämättömien hankintojen lisäksi osa hellii koiriaan, mutta sekin toteutetaan käytännönläheisellä tavalla tai tavaroilla. Kulutus koiraan perustuukin eniten käytännöllisiin, koiran hyvinvointia tukeviin ja edullisiin tuotteisiin. Katson heikosti kiintyneiden koiranomistajien kulutusta ohjaavan rationaalinen ja hintaorientoitunut ajattelumalli, jolloin koiralle hankitaan lajinomaisia ja tarkoituksenmukaisia tuotteita kohtuullisesti, sillä kuluilla on heille merkitystä.

5.3 Kohtalainen kiintymys: ”välillä pitää hemmotella”

Kohtalaisesti kiintyneet koiranomistajat ovat realisteja sekä koiralle osoitetun kiintymyksen osalta että seuraeläimeen kohdistuvassa kulutuksessa. Heikosti kiintyneiden omistajien tapaan he perustelevat koiraan kohdistuvia hankintoja tarpeellisuudella, mutta erona on se, että kohtalaisesti kiintyneet hankkivat hieman enemmän heräteostoja koiraa tai itseään ilahduttaakseen:

Käytännön tarvikkeita hankin, jos niitä ei ole tai edellinen loppuu. Leluja ja herkkuja hankin aiempien myönteisten kokemusten pohjalta ilahduttaakseni koiraani.

Yleensä tarpeeseen. Kun vanha on rikki taikka liian pieni. Joskus myös ihan vain, kun joku on söpö, osaan hyvin luoda tarpeen asialle jonka tahdon.

Edellä mainittu tilanne kertoo siitä, miten kohtalaisesti kiintynyt koiranomistaja vakuutelee itseään ostoksien ”tarpeellisuudesta”, jolloin tilanteessa toteutuu subjektiivinen käyttöarvolupaus (vrt. Ilmonen 2007, 242). Vaikka tuotteen valinta perustuisi omistajan mielihaluun, sille luodaan tarve, joka oikeuttaa tuotteen ostamisen. Kohtalaisesti kiintyneet koiranomistajat tuntuvat tasapainottelevan omien mielihalujen ja tarpeettomien ostosten välillä: *käytän rahaa koiraani melko hövelisti, vaikka ostankin tarvikkeet yleensä käytännöllisyyden näkökulmasta*. Koira on omistajalleen kuitenkin perheenjäsen, joten sitä hellitään välillä tavaroilla tai herkuilla.

En välttämättä osta kalleinta vaihtoehtoa pojilleni, mutta hemmottelen kyllä heitä. Ostan myös tarvittaessa tavaroita, joita he selvästi tarvitsevat.

En kuitenkaan törsää sellaiseen, jotka katson turhiksi ja arvelen, että koirani eivät niistä nauti.

Koiranomistajat ottavat kulutuksessa huomioon koiransa yksilöinä, jolloin niille hankitaan tuotteita arvostaen niiden mieltymyksiä. Ajoittain omistajat kuitenkin tekevät irrationaalisia päätöksiä, sillä välillä tulee ostettua jotakin tarpeetonta. Tunteiden ja nautinnon kokemukset painottuvat omistajien kuluttajakäyttäytymisessä hedonistisen näkökulman mukaisesti (vrt. Luomala 2000, 158). Kulutuksella osoitetaan koirasta välittäminen: *koirasta saa niin paljon iloa, että sillekin haluaa iloa*. Näkisin, että koiralle ostaminen koetaan mielihyvän lähteenä, sillä omistaja saa myös itse nauttia ostoksesta esimerkiksi koiran riemun tai hyvännäköisten tarvikkeiden muodossa:

Ostan koiratarvikkeita monesti ihan vain ostamisen ilosta, koirathan eivät välitä ovatko pannat ja taluttimet hyvän näköisiä vai eivät, mutta minä välitän [...] Tietysti, jos tulee tarve, mutta yleensä vain ostan spontaanisti vaikkei tarvetta olisikaan.

Tähän asti on muodostunut kuva siitä, että kohtalaisesti kiintyneet koiranomistajat nojaavat osin kulutus päätöksissään taloudelliseen rationaalisuuteen ja osin mielihoiteeseen (vrt. Ilmonen 1998a). Koiran hyvinvointi ja koiran kanssa harrastaminen ovat heille kuitenkin sellaisia asioita, joissa *koiriin satsataan*. Ei kuitenkaan ylenpalttisesti, vaan sijoittamalla kohtuudella laadukkaisiin tuotteisiin.

Koirieni kanssa eläminen ja touhuaminen on korostanu laadun tärkeyttä kaikessa. Koira kyllä kertoo, jos homma ei toimi, ja on omalla vastuullani huolehtia, että sen ruoka, tarvikkeet ja elämänlaatu on ykköstasolla (ei inhimillisesti katsoen, vaan koiran näkökannalta). [...] Kun kerran on harrastus aloitettu, niin siihen sijoittaminen on automaattisesti arjessa mukana, oman valinnan mukaista.

Mielestäni kuluttamiseni koiraan on ihan järkitasolla. Ajattelen kuitenkin, että koirat ovat minulle harrastus, joten voin käyttää niihin rahaa, koska juurikaan muita harrasteita minulla ei ole.

Koiran hyvinvointiin ja koiraharrastukseen kuluttaminen on luonnollista, kun koira on tärkeä. Hyvinvointiin kulutetaan mielihyvin, joten esimerkiksi *ruuan laadusta ei tingitä*. Ruoan hankinnassa ja kulutuksessa ylipäätään tähdätään koiralle hyvään elämänlaatuun.

Se saa välillä kalliimpia lihoja (riista, hevonen) vaihteluksi. Muuten ruoka ja vitamiinit tarpeeseen. Tulee aika kalliiksi, koska ei voi syödä halvempia lihoja/nappulaa mutta sitten en osta itselle juuri mitään. Pääasia että koira voi hyvin.

Koira on minulle perheenjäsen enkä voisi kuvitella elämäni ilman sitä. Haluan tarjota koiralle mahdollisimman hyvän ja onnellisen elämän.

Koiran hyvinvointi koetaan niin merkittäväksi, että sen taatakseen omistajat ovat valmiita säästämään esimerkiksi tapaturman varalta ja vähentämään omia kulujaan koiran vuoksi: *ostan itselleni vähemmän tavaraa, sillä ajattelen aina koiraa ja mahdollisia yllättäviä eläinlääkärikuluja.*

Loppujen lopuksi kohtalaisen kiintymyksen koirasuhde näyttää vaikuttavan koiraan liittyvään kulutukseen siten, että omistaja tasapainoilee mielihalujen ja koiran hyvinvoinnille tarvittavien kulutuskohteiden välillä. Koiranomistajien kulutus pysyy kuitenkin kohtuullisena, vaikka välillä koiria hellitään tavaroiden muodossa. Niiden perimmäinen merkitys on osoittaa kiintymystä ja arvostusta koiraa kohtaan. Kohtalaisesti kiintyneitä koiranomistajia voidaan luonnehtia hallitsemattomiksi kuluttajiksi (Gabriel & Lange 2015), jotka voivat yhtäältä hetken mielijohteesta hankkia irrationaalisen heräteostoksen, ja toisaalta rationaalisesti kuluttaa koiran hyvinvointi mielessään.

5.4 Vahva kiintymys: ”lellin tietoisesti”

Lemmikin hyvinvointi näyttää olevan ensisijainen huolenaihe, ja omistajat ovat valmiita uhraamaan aikaa ja rahaa täyttääkseen lemmikin tarpeet (Brockman, Taylor & Brockman 2008). Koiranomistajan ja koiran suhdetta ja koiraan kohdistuvaa kulutusta määrittävät koiran hyvinvointi sekä siihen liittyvät tunnetekijät. Vahvaa kiintymystä tuntevat koiranomistajat kertovat sitoutumisestaan huolehtiakseen koiristaan, ja vaivannäöstään hankkiakseen koiralle kaiken mitä se tarvitsee, ja yleensä vielä enemmän.

Jos on koiran hankkinut, ei voi mielestäni ruveta sen hoidosta, lääkittämisestä, varusteista, ruuasta yms. pihtailemaan. Tuollaiset asiat olisi pitänyt miettiä ennen koiran hankintaa. Olen vähän perso kaikelle kauniille, joten samantasoisesti varustan niin koiran kuin itsenikin.

Hankin koiralleni kaiken sen hyvinvointiin tarvittavan ja joskus jotain ylimääräistä hemmotellakseni sitä.

Suhde koiraan on heille henkilökohtainen ja koira arvostetaan sen itseisarvon vuoksi (vrt. Belk 1996; Holbrook ym. 2001; DeMello 2012). Omistajan silmissä koiralla voi olla korkea arvo, koska omistaja pitää sitä arvokkaana (esim. Toivonen 1998, 173). Elizabeth Anderson (2008, xxv) väittää, että seuraeläimen arvo tulee näkyviin siinä, kuinka sitä kohdellaan, ja useimmiten toiminta kumpuaa rakkaudesta. Adrian Franklin (1999, 196) esimerkiksi havaitsi koiranomistajien ilahtuvan, kun heidän koiransa ovat mielissään omistajansa näkemisestä. Näin ollen on miellyttävää vastata rakkauteen esimerkiksi ostamalla jotain uutta koiralle. Vahvan kiintymyksen omaavat koiranomistajat hellivät koiriaan usein heräteostoilla. Koiran hyvinvointiin kuluttaminen on kuitenkin ensiarvoisen tärkeää. Silloin kun eläintä tarkastellaan tuntevana yksilönä ja subjektina, omistaja saattaa kokea eläimen hyvinvoinnin yksilötasolla (vrt. Schuurman 2010, 45), kuten seuraavat lainaukset osoittavat:

Koirani saa 'vain parasta'. Toisin sanoen, koiran hyvinvointi on minulle ensisijaista ja tarpeen vaatiessa olen valmis joustamaan omasta hyvinvoinnistani koiran eteen (esim. rahatilanteen ollessa tiukka).

Mä laitan paljon rahaa mun koiriin, mutta koirat antavat mulle niin paljon, että se on vaan oikeus ja kohtuus, että ne saa parhaan mahdollisen hoidon. Mä en lähde minnekään ilman koiriani. Ne tulee mun mukana matkoilla. Mä käyn paljon ulkomailla mun koirien kanssa.

Vahvasti kiintyneet koiranomistajat arvostavat koiriaan yksilöinä, joten kulutuksessa korostuu emotionaalinen aspekti (vrt. Ilmonen 2000, 189). Monen vastaajan mielestä koiran tarpeiden täyttäminen on sekä velvollisuus että oikeus, joten niihin ollaan valmiita kuluttamaan kuluihin katsomatta: *koiraan on sitouduttu ja sille pitää tarjota parhaat mahdolliset lähtökohdat ja koiraan tulee kulutettua monta kertaa enemmän kuin itseensä.* Vahva ja syvä emotionaalinen kiintymys koiraan näkyy esimerkiksi siinä, että omistaja laittaa koiran tarpeet omiensa edelle.

Koirani vaikuttaa sen verran, että ensin huolehdin koiran tarpeet (ruuat, luut, tarvikkeet, lelut) ja vasta sitten omani.

Koiralle ostetaan laadukasta ruokaa hinnasta riippumatta. Kauppareisulla koiralle ostetaan herkkuja koulutustarpeisiin sekä palkinnoksi. Koiran älypeleihin menee rahaa, mieluummin ostan koiralle älypelin kuin itselle uuden puseron tms.

Koira asettuu toisinaan kuluttajan edelle kulutus päätöksissä (esim. Jyrinki, Leipämaa-Leskinen & Laaksonen 2009). Marc Bekoff (2002, 111) kirjoittaa siitä, miten ihmiset usein heijastavat omia käsityksiään eläimiin tehden niistä sellaisia kuin haluavat. Esi-

merkiksi omistaja näkee koirassa arvossaan pitämiään arvoja, kuten ehdotonta rakkautta, luottamusta ja omistautumista, joten koiraan kohdistuva kulutus on runsasta ja emotionaalista. On nähty, että omistaja, joka yhdistää koiraan ihmisenkaltaisia ominaisuuksia saattaa viedä sen eläinlääkärille useammin, hankkia sille tavanomaista hienompia tarvikkeita tai kuluttaa ylenpalttisemmin (Aylesworth, Chapman & Dobcha 1999). Tunnepitoisessa koirasuhteessa en näe ylenpalttista kulutusta, vaan ennemmin impulsiivista ja avokätistä kulutusta: *koiriin tulee helposti tuhlattua paljonkin rahaa. Niitä on kiva hemmotella*. Kiintymystä osoitetaan avokätisesti ostamalla esimerkiksi lahjoja, ruokaa ja maksamalla turkin leikkuusta ja terveydenhoidosta (vrt. Archer 1997, 238).

Ostoksilla omistajat Annukka Bergin (2011, 357) ajatusta mukailleen luovat ja pitävät yllä tunnesiteitä heille läheisiin koiriin ”rakkauden teoilla”. Myös Katherine Grier (2014, 131-132) vahvistaa, että ostetuilla tuotteilla lemmikinomistajat ilmaisevat tunteitaan: esimerkiksi lelujen tai ruokaherkkujen avulla ihmiset haluavat antaa mielihyvää lemmikille ja ottamalla lemmikit osaksi juhlapyhien viettoa. Valokuviiin puolestaan ikuistetaan tunneyhteys materiaaliseen muotoon, ja niitä on tarkoitus jakaa myös perhepiirin ulkopuolelle.

Vahvan kiintymyksen koirasuhteessa omistaja on sitoutunut huolehtimaan koirastaan. Vastuun kantava kuluttaja vie koiran säännöllisesti hierontaan ja huolehtii koiran kunnollisesta ruokinnasta (Jyrinki 2010, 262). Laadukasta ruokaa ostetaan hinnasta riippumatta, sillä se tukee koiran hyvinvointia, joka on omistajille tärkeää: *syö siinä missä minäkin, jopa paremmin*. Koiranomistajat haluavat parasta joka asiassa, kun on kyse heidän seuraeläimestä. Esimerkiksi ihmiset ilman lapsia tai ihmiset jotka lykkäävät vanhemmuutta näyttävät suuntaavan energiansa ja tulonsa tuhlaamalla kaikenlaisiin asioihin, joilla pitää koira tyytyväisenä niin sisäisesti kuin ulkoisesti. (Anderson 2008, 83.) Huomattavista kustannuksista huolimatta moni omistaja näkee vaivaa huolehtiakseen lemmikeistään (Belk 1996, 128). Kaikkiaan näkisin, että omistajan tuntema vahva kiintymys koiraan kohtaan näkyy avokätisessä kulutuksessa: runsaan välittämisen osoituksena omistajat hankkivat esimerkiksi lahjoja ja laadukasta ruokaa. Hyvin usein kulutuspäätökset ovat impulsiivisia ja emotionaalisia. Kulutuksessa koiran tarpeista ja

hyvinvoinnista huolehtiminen asettuu ensisijalle, jolloin omistaja on valmis uhrautumaan itse taloudellisesti.

5.5 Yleisiä kulutuksen kohteita

Seuraavaksi tarkastelen kulutuskohteita, joita en arvioi erityisen koirasuhteen muodon kautta, vaan kaikille koiranomistajille yhteisinä. En havainnut aineistosta kiintymystä osoittavia painotuksia seuraavaksi käsiteltävistä kohteista sen suuremmin, joten siksi en aseta niitä koirasuhteiden muotojen sisään. Näitä kulutusvalinnan kohteita ovat esimerkiksi koiran ruoka, vaatetus ja palvelut.

Lahjojen antaminen lasketaan myös yhdeksi kulutuksen muodoksi, sillä ”kaikki kulutus ei välity pelkästään markkinoiden kautta”, kuten Kaj Ilmonen (2007, 313) huomauttaa. Lahjojen hankkiminen on kulutuksen kautta sijoittamista ihmisen ja koiran väliseen siteeseen.

Reissatessa myös koira ansaitsee luksusta, ja jos koira ei pääse, tulee tuliaisia. Ja jos koira menestyy erityisen hienosti näyttelyssä, tekee mieli ostaa joku spesiaalipalkinto”

Rahalla hankituilla lahjoilla voidaan ostaa ”hyvä mieli” eli paikata omaatuntoa (vrt. Ilmonen 2007, 322) tai osoittaa kulutuksen varjolla affektiivista sidosta koiraan. Lahjoilla ei välttämättä ole selkeää hyötyaspektia, vaan ennemmin niillä osoitetaan emotionaalista kiintymystä ja koiran arvoa omistajalleen käyttöarvon sijaan (vrt. Jallinoja 2004, 122). Mitä vähemmän kulutamme tarpeiden mukaan, sitä tärkeämmäksi muodostuu tavaroiden symbolinen merkitys, kuten Pekka Sulkunen (1998, 301) kirjoittaa. Koiralle ostettu lahja voi symboloida sitä kohtaan koettua huolenpitoa esimerkiksi hampaita puhdistavan luun muodossa, tai koiraan koettuja tunteita ja kiintymystä.

Emotionaalinen side sitoo omistajan huolehtimaan lemmikistään pitkiä aikoja (Archer 1997, 248) ja kulutus kiinnittyy koirasta huolehtimiseen. Morven McEachern ja Fiona Cheetham (2011) havaitsivat, että hoivaaminen liittyy lemmikkiin kohdistuvaan kulutukseen ja moraaliseen puoleen. Hoivaamalla omistajat ottavat vastuun eläintensä hyvinvoinnista. Omistajat kokevat velvollisuudekseen huolehtia koirasta henkilöko-

taisella ja yhteiskunnallisella tasolla siten, että täyttävät ne vastuut, jotka liitetään lemmikkien pitoon.

Se on välttämätöntä, jotta hyvinvoinnista voi huolehtia. Koira on "totta kai" osastoa - en epäröi, mikäli kulutus parantaa koirani terveyttä.

Koiriin kohdistuvan kulutuksen taustalla voidaan nähdä motiivi huolehtia koiran hyvinvoinnista. Seuraavaksi kiinnitän huomion muutamiin kulutuskohteisiin, jotka parhaimmillaan tukevat koiran hyvinvointia.

5.5.1 Ruokinnan merkitys koiran hyvinvoinnille

Yrjö Sepänmaan (2009b, 224) mukaan eläinrakas ihminen huolehtii eläimen ruumiillisesta ja henkisestä hyvinvoinnista. Arkinen huolenpito ja aktiivinen vastuu kohdistuvat ihmisen ottamaan lemmikkieläimeen. Ruokinta on väylä huolehtia koiran terveydestä ja hyvinvoinnista, sillä ruokavaliolla nähdään olevan suora vaikutus koiran terveyteen: *maksan mielummin laaturuusta kuin maksan eläinlääkäristä*. Hankkimalla koiralle tiettyä ruokaa tarkoituksena kohentaa lemmikin hyvinvointia, omistaja liittyy siihen merkityksiä. Tietyillä ruoilla voidaan tavoitella kulutuksen symbolista ulottuvuutta (Ilmonen 2007, 72), mikä luo mielikuvaa esimerkiksi terveellisyydestä tai koiran arvostuksesta kunnon ruokinnan kautta. Esimerkiksi raakaruokinta koetaan terveellisempänä ja koiralle maistuvampana vaihtoehtona, sillä se sisältää enemmän lihaa. Lisäksi sen ajatellaan olevan saatavilla olevista vaihtoehdoista luonnollisin, koska *koira on lihansyöjä, joten en halua syöttää sille ylimääräistä höttöä, mitä valmisruuat usein sisältävät* sekä siksi, että *se on puhtainta ravintoa ja lähinnä koiran luontaista ruokavaliota*. Toisaalta koiralle on voitu syöttää kuivaruokaa, mutta myöhemmin todettu koiran terveyden kohentuvan raakaruokaan vaihtamisen jälkeen: *raakaruokinnalla koira on ollut hiivaton ja terve, uloste tiivistä ja sitä on sopivissa määrin*. Raakaruokinnalla omistaja tietää tarkkaan, mitä koira syö.

Laadukas, ei mitään vähittäiskaupan lisäaine/hiilihydraattipompeja. Syön itsekin laadullisesti hyvää ruokaa, en halua koiraani ruokkia sen huonommin. Raaka-aineiden saatavuus on tärkeää tietenkin, tämän olen ratkaissut ostamalla pakastettua lihaa aina suuremman satsin kerralla. Silloin saan hinta/laatusuhteeltaan parasta lihaa. Lisäaineina annan lampanrasvaa, sekä kivennäis/hivenainelisiä.

Raakaruokaa, pääasiassa lihaa, johon on lisätty tarvittavat vitamiinit ja hivenaineet. Siksi, koska tämä on mielestäni paras tapa taata urheilukoiralleni kaikki, mitä se tarvitsee jaksakseen työssään.

Enimmäkseen koira ruokitaan sellaisella ruoalla, mikä sopii yksilöllisesti omalle koiralle. Eläintarvikeliikkeistä saatavat kuivaruoat ovat suosittuja, sillä kuivaruokaa on helposti saatavilla, sitä helppo syöttää koiralle, ja se on yleensä raakaruokaa edullisempaa. *Ostan ruuan lemmikkieläinkaupasta, koska uskon sen olevan laadukkaampaa kuin markettien koiranruuat.* Osa näkee raakaruokinnan työläänä ja kalliina, mistä syystä päädytään ruokkimaan kuivaruokaa: *toinen syö myös kuivanappulaa, lähinnä hinnan takia (versus raakaruokinta).* Kuivaruoassa on lisäksi koiralle tarvittavat lisäaineet ja vitamiinit valmiiksi lisättyinä.

Kuivaruokaa. Raakaruokintaan ei ole varaa, mutta syötän hampaiden hoitoon ja turkin ylläpitoon tarkoitettua hiukan tyyriimpää kuivaruokaa.

Eläinkaupasta saatavaa kuivamuonaa, Golden Eagle. Ruoka on laadukasta ja koira pysyy sillä hyvässä kunnossa. Kuivamuonalla ruokinta on helppoa ja siinä on kaikki tarpeelliset vitamiinit mukana. Joskus lisää ruoan sekaan esimerkiksi hieman raakaa lihaa.

Kuivaruoan osalta omistajat pyrkivät ostamaan sellaista ruokaa, jossa on mahdollisimman suuri lihapitoisuus, sillä se nostaa ruoan laatua heidän mielestään. Osa koiranomistajista syöttää koiralleen puoliksi raakaruokaa ja puoliksi kuivaruokaa. Tällaisen yhdistelmän katsotaan lisäävän ruoan terveellisyyttä ja laatua.

50/50 periaatteella lihaa ja golden eaglen holistic lammasta. Golden eaglea koska siitä ei ole aiheutunut kutinaa. 50/50 siksi koska vaivattomampaa kuin raakaruokinta mutta sillä saa lihapitoisuutta lisättyä.

Kotiruokaa tai ruoan tähteitä saatetaan antaa esimerkiksi kuivaruoan lisukkeeksi, jos se sopii omalle koiralle. Toisekseen ylijäänyttä ruokaa ei tarvitse heittää roskiin, joten ruoan tähteiden syöttäminen koiralle on ekologista. Eräs omistaja kertoi syöttävänsä kotiruokaa ja luita kokien kotiruoan valmisruokia terveellisemmäksi, sillä hän tietää mitä ruoka sisältää. Toisaalta moni omistaja mainitsi, ettei koiralle syötetä kotiruokaa. Kenties kotiruoan tarjoaminen kiinnittyy koiran näkeminen ihmistä alempiarvoisena, kun sille ”riittää ruoantähteet ravinnoksi” (vrt. Jyrinki 2010, 131). Nykypäivän kuluttajalla on vapaus valita (Gabriel & Lange 2008), joten arvostettua perheenjäsentä halutaan ruokkia laadukkaalla ja koiralle sopivalla ravinnolla, joka edistää seuraeläimen hyvinvointia. Koiralle syötetty ruoka, oli se sitten mitä tahansa, todetaan sille sopivaksi tarkkailemalla sen fyysistä vointia ja olemusta, kuten esimerkiksi turkin kuntoa, vatsan

toimintaa tai allergiaoireiden vähenemistä. Aineiston perusteella olen havainnut, että koiranomistajat eivät hemmottele tai ylikuori koiriaan, päinvastoin terveellisen ja säännöllisen ruokinnan nähtiin olevan tärkeää koiran terveyden ylläpitämiseksi (ks. McEachern & Cheetham 2011). Yhä useampi koiranomistaja pitää luonnollisena huolehtia koiransa oikeasta ruokavaliosta, vaikka itse poikkeaisivat välillä terveellisistä elämäntavoista (Jyrinki & Laaksonen 2007, 13).

Koiran hyvään ja laadukkaaseen ruokintaan keskittymällä omistajat ovat tyytyväisiä myös omaan panostukseensa koiran hoidossa: *koirani voi hyvin ja pystyn sanomaan rehellisesti pitäväni siitä parasta mahdollista huolta*. John Webster (1995, 249) esittää, että ihminen huolehtii eläimistä suorassa suhteessa niiden arvoon nähden. Siispä omistajat osoittavat arvostuksensa koiraa kohtaan hankkimalla sille sellaista ruokaa, millä he voivat parantaa seuraeläimensä terveyttä ja yleistä elämänlaatua, kun koira voi hyvin. Koiranomistajille on tärkeää huolehtia siitä, että ”ruokavalio on lajille ominaista”, terveellistä, koiralle sopivaa ja monipuolista ravintoa. Koiralle yksilöllisesti mietityllä ravinnolla tähdätään muun muassa koiran painonhallintaan, vatsan toimintaan, turkin ja ihon hyvään kuntoon tai maistuvuuteen, mutta yhteistä omistajilla on halu vaikuttaa koiran hyvinvointiin. Ideaaliruoka heidän mielestään on *terveellinen, oikeilla ravintoarvoilla varustettu ruoka, joka on laadukasta ja antaa kaiken tarpeellisen*. Koiran ruokintaan yhdistyy aineiston kuvauksissa symbolinen aspekti eli koiran hyvinvointi. ”Laadukkaaseen ruokinnan aikaansaama lihaskunto ja kiiltävä turkki, kertoo symbolisesti muille hyvästä lemmikinomistajuudesta.” (Jyrinki 2010, 106–107). Koiranomistajat rakentavat muille kuvaa hyvästä koiranomistajuudesta koiransa hyvinvoinnin kautta.

5.5.2 Koiran vaatetus

Koirien vaatteet ovat monille koiranomistajille hankittavien kulutuskohteiden joukossa. Koiran ulkoiluvaatteista eniten hankituiksi tuotteiksi valikoituivat mantteli (50 % vastaajista), tossut tai muut jalkineet (38 %), sadetakki (32 %), toppatakki (25 %), haalari (22 %). Koirille hankittiin myös villapaitoja (19 %), neuleita (15 %), heijastinliivejä tai huomioliivejä (10 %) sekä pipoja (9 %). Näin ollen näyttää siltä, että enimmäkseen koiralle hankitaan tai tehdään itse sitä lämmittäviä tai suojaavia vaatteita. Näiden tuotteiden lisäksi yksittäisiä mainintoja saivat seuraavat vaatteet: Back on Track

-loimi, pelastusliivit, säärystimet, viilennysmantteli, korvahuppu, ruokintamyssy, kylpytakki, villaloimi, metsästysliivi sekä neopreeniliivi.

Koiralle puetaan vaatteita kelin mukaan, koiran turkin vaatimalla tavalla, arkea helpottamaan tai lisäämään turvallisuutta. Ulkoiluvaatetus hyväksytään lyhytturkkisilla roduilla, jotka eivät tarkene Suomen talvisäässä ilman vaatteiden tuomaa lisälämpöä. Myös kuumilla, viileillä tai sateisilla keleillä koiran pukeminen on perusteltua ja tarpeellista.

Koira on matalajalkainen ja sillä on pitkät "helmakarvat" jaloissa, joten kura- ja loskakeleillä sen maha ja jalat ovat aivan kurassa ja hiekassa. Jatkuvan pesemisen välttämiseksi (ihan jo vedensäätösyistä) olen äskettäin hankkinut koiralle kurahaalarin. Rankkasateella olen tähän asti pitänyt koiralla sademanttelia. Voi olla, että se päättyy nyt kiertoon. Kovilla pakkasilla (alle -20 astetta), laitan koiralle villamanttelin, koska noissa asteissa se alkaa selkeästi palella. Lisäksi koiralla on olemassa heijastinliivi. Sade-/kuravaatteita pidän koiralla ennen kaikkea itseni takia: säästyn lenkin jälkeiseltä pesemiseltä ja kuivaamiselta. Koira itse ei kura- ja sadeväliä.

Back on Track -toppatakki terveysvaikutusten vuoksi. 16-vuotiaalla täysin lihaksettomaksi menneellä koiralla mantteli/sadetakki lämmikkeenä. Nuoremmilla koirilla takit kylmillä keleillä harrastuksissa autossa omaa vuoroa odottaessaan. Fleece-tossuja tarpeen mukaan jäisillä keleillä, jolloin anturat kovassa vauhdissa saattavat halkeilla.

Koiran vaatettamisen suhteen tulkiten koiranomistajilla olevan käytännönläheinen ajatusmaailma. Käyttövaatteet ovat suurimman osan mielestä koiran hyvinvointia tukevia erilaisissa sääolosuhteissa, jolloin koira viilentävät tai lämmittävät vaatteet ovat yksilöstä ja rodusta riippuen perusteltuja. *Sadeviitta on hyvä sekä koiran että oman mukavuuden vuoksi.* Turkin halutaan pysyvän siistinä kura- ja sadekeleillä, ja tassuja suojellaan tossuilla kovilta pakkasilta tai hiekoituskiviltä. Heijastinliivit hyväksytään koiran päällä, koska ne lisäävät turvallisuutta. Lihaksiston kunnosta puolestaan voi huolehtia tarkoituksenmukaisella lämpöä heijastavalla loimella tai vastaavilla tuotteilla: *BOT-loimet molemmilla treenejä ja lihasjumeja varten.* Harrastuksissa treenien välillä on tarpeen pitää koiran lihakset lämpiminä vaateen avulla ja monen koira joutuu odottamaan autossa, jolloin viileällä tai kylmällä säällä sille puetaan lämmikettä. Moni pitkäturkkisen koiranomistaja ei muuten pue koiriaan vaatteisiin, mutta sellainen on hankittu esimerkiksi pentuaikaa varten: *pennulle piti hankkia lämmikettä, kun oli kovat pakkaset ja koira vielä pentukarvassa eikä oikein vielä kunnollista turkkia/pohjavillaa.* Koiranomistajat kokevat, että tarpeenmukainen koiran vaatettaminen on paikallaan,

mikäli se ei koiran liikkumista tai lajityypillistä käyttäytymistä haittaa. Erään vastaajan mielipide tiivistää monen muun ajatuksen siitä, että koiran pukemiselle tulee olla hyvä syy:

Koirien vaatettaminen on melko typerää, jos sille ei ole oikeaa syytä. Asusteista joku huivi tai rusetti voi olla ihan söpö, mutta muuten en ajatuksesta ole kauhean innostunut. Tärkeintä minusta on, että koira saa olla koira ja käyttäytyä kuten koira, eivätkä vaatteet saa häiritä tätä.

Koiranomistajat korostavat, että koiran pukemisen pitää olla tarkoituksenmukaista: *aluskarvaton, aktiivisesti liikkuva ja treenaava koira tarvitsee Suomen talvessa vaate-tusta.* Moni vastaaja näkee silti, että vaikka säänkestävä koira ei tarvitse vaatteita pysyäkseen lämpiminä tai suojakseen, voi niiden käytössä joustaa omistajan oman arjen helpottamiseksi.

Koiralla on pitkä karva, joka kastuu ja likaantuu nopeasti huonolla säällä, joten helpottaa koiran pesemistä ja asunnon siivoamista. Kylmällä säällä suojaa kylmältä sateelta ja tuulelta.

Koiran vaatettaminen ymmärretään käytännöllisyyden kannalta, mutta joskus on vaikeaa vetää rajaa sille, onko vaatteiden pukemisen perusteena koiran tarve vai ihmisen tarve:

Kumpikaan ei käytä vaatteita, ellei huvikseen pueta esim, hassusti kuvaa varten tai muuta vastaavaa.

Mielestäni koirien vaatettaminen esteettisyyden vuoksi on hassua. Ymmärrän rodut, jotka palelevat talvisin ja tarvitsevat lämmitystä. Myös vaativat turkit voivat tarvita sadetakkia ym. Käytännöllisyys on siis mielestäni ymmärrettävää. Asusteita en periaattessa ymmärrä myöskään. Meidän perheessä koirien syntymäpäivät ovat iso juttu ja silloin koiralle saatetaan laittaa esimerkiksi söpö rusetti kaulaan tai päähän, mutta siihen se asustaminen sitten jääkin.

Asusteiden käytön negatiivinen leima näkyy siinä, miten vähän niitä omistetaan verrattuna ulkoilu- ja käyttövaatteisiin. Huivin omistaa 7 prosenttia omistajista, joista kaksi omistajaa mainitsi lieventävänä seikkana hankkineensa heijastinhuivin, joten sille on käytännöllinen syy. Rusetin omistaa 5 prosenttia, hupparin 4 prosenttia ja solmion 1 prosentti vastaajista. Näiden lisäksi mainittiin yksittäisiä asusteita, kuten koiran turkin ja korvakarvojen kiinnitykseen ponnareita ja lateksilenkkejä, kruunu ja hienot pannat, nartun juoksuhausut, jouluun liittyviä pukuja ja asusteita ja nimikyltti pannassa. Ainoastaan yksi vastaaja kertoi lapsen koristavan koira koruilla, mutta kukaan ei vastannut hankkineensa koiralle toppia tai mekkoa. Tästä voitaneen päätellä, että koira ei haluta

inhimillistää pukemalla sitä ihmisen halujen tai fantasioiden mukaan (vrt. Vänskä 2016).

Koiranomistajat ymmärtävät koiran asustamisen ihmisen kaltaistamisella, sillä asusteista, kuten solmiosta tai mekosta, ei ole koiralle käytännön hyötyä. Niistä nähtiin olevan enemmän haittaa koiran liikkeille ja käyttäytymiselle: *koen ne koiraa kaltoinkoh-televiksi*. Yleisesti ottaen asusteiden koettiin olevan enemmän tarpeettomia ja ihmisen omaksi huvitukseksi:

En halua tehdä koirastani pelleä, joten puen sitä vain kylmyyttä vastaan tarpeeseen enkä ikinä pelkästään somistukseksi ihmisiä huvittamaan. Siksi en moisia sille hanki enkä pue.

Samaten Morven McEachern ja Fiona Cheetham (2011) havaitsivat tutkimuksessaan, että lemmikkien pukemista ja muotiasusteena pitämistä osa piti riistona ja julmana, mutta osa ei vastusta lemmikkien pukemista, jos joku niin haluaa tehdä, vaikka eivät itse voisi pukea lemmikkejään. Aivan kuten eräs koiranomistaja kommentoi: *Saa pukea, jos haluaa, ei mielipidettä puolesta/vastaan*. Muutamat vastaajat kokivat, että asusteita voi käyttää tietyissä tilanteissa, mikäli koira ei niistä häiriinny. Esimerkiksi syntymäpäivänä valokuvaa varten tai jouluna koiralle voidaan laittaa rusetti kaulaan.

Ei vahvoja mielipiteitä. En ymmärrä muuten vaan pukemista, vaikka onhan jotkin vaatteet hauskoja. Tarpeeseen kuuluukin pukea ja on syytä huomata, että kaikki (jalostetut) rodut ei oikeasti pärjää hyvin Suomen talvessa. Eläintä ei saisi nöyryyttää vaatteilla.

Kommentti tukee ajatusta siitä, mitä Elizabeth Anderson (2008) kirjoittaa: koirat eivät tarvitse vaatetta, ellei omistaja asu äärimmäisessä ilmastossa. Vaatteet eläimille ovat esimerkki siitä, että ihminen yrittää tehdä niistä kaltaistaan (emt., 107). Suurin osa koiranomistajista on samaa mieltä kuin Anderson siinä, että pääasiassa koirien pukemista asusteisiin pidetään niiden inhimillistämisenä, ja koirien esteettistä pukemista vieroksutaan. Aineiston vastausten perusteella koirille hyväksytään tarpeellinen, käytännöllinen ja säänmukainen vaatetus. Vaatteiden pukemista perustellaan koiran tarpeiden, vaatteiden hyödyn tai omistajan oman mukavuuden vuoksi.

5.5.3 Palvelut koiran hyvinvoinnin tukena

Koiralle suunnattujen palveluiden valintaa koiranomistajat perustelivat monin kriteerein: *hinta-laatu -suhde*, ystävällinen palvelu, *taito käsitellä koiraa*, palvelun saatavuus ja sijainti, tilojen siisteys, palveluntarjoajan ammattitaito, persoona ja luotettavuus, palvelun sopivuus omistajalle ja/tai koiralle, koiran tarpeet huomioon ottava palvelu, *koiraystävällinen palvelu* ja muiden harrastajien tai tuttujen suositukset. *Yleensä menen sinne, mistä olen kuullut hyvää palautetta tai jonka tunnen ennestään.* Palveluita valikoidessa tähdättiin tarpeellisuuteen ja koiran hyvinvointiin. Palvelulta toivottiin koiran positiivista käsittelyä ja koulutusmenetelmiä. Kulutus päätöksissä usein kysytään ystävien mielipiteitä (Ilmonen 2007, 59), ja samaa kirjoittivat aineiston koiranomistajat:

Haluan, että palveluiden antajat ovat kunnan ammattilaisia. Toivon, että lähipiirillä on heistä hyviä kokemuksia. En halua maksaa taidottomasta hieronnasta tai huonosta koulutuksesta.

Hinta, suositukset, asiakaspalvelu. Valitsen usein sellaisen palveluntarjoajan, josta olen kuullut muilta hyvää. Tutkin myös aktiivisesti esim. nettisivuja, millaisia palveluita on tarjolla, vaikuttavatko niiden perusteella minulle mieluisalta vaihtoehdolta ja vertailen hinnastoja keskenään. Olen hintatietoinen, mutta se ei tarkoita, että välttämättä valitsisin aina edullisinta vaihtoehtoa.

Palveluiden valikoinnissa koettiin tärkeäksi palveluntarjoajien ammattitaito ja luotettavuus. *Haluan saada rahoilleni vastinetta. Palveluita tarjoavan henkilön pitää olla pätevä.* Tuttujen suosittelomalle osaavalle ja koulutetulle ammattilaiselle uskalletaan viedä koira palveltavaksi: *en luota koiraani ihan kenen tahansa hoitoon/käsittelyyn.* Koira on omistajalleen tärkeä, joten palveluntarjoajilta odotetaan sekä omistaja- että koiraystävällistä palvelua, ja taitoa käsitellä koiraa sen vaatimalla tavalla. Trimmauspalveluilta esimerkiksi odotetaan siistiä lopputulosta, kun sen suorittaa ammattilainen.

Eläimen hyvinvointia ajatellen omistajan kuuluu huolehtia eläimelle riittävästä ravinnosta, tiloista, levosta ja liikunnasta, hoitaa ja siistiä eläimen kehoa sekä mahdollistaa eläimelle luonnollinen sosiaalinen käytös (Broom & Fraser 2015). Eläimen hyvinvoinnilla voidaan tarkoittaa sen elämänlaatua, johon kuuluu olennaisesti terveys, onnellisuus ja pitkäikäisyys (Fraser 1995). Omistajan tulee siis huolehtia eläimelle kuuluvista fyysisistä ja sosiaalisista perustarpeista. Näin aineiston koiranomistajat tekevät hankkimalla koiran tarvitsemat asiat. Lisääntynyt kysyntä lemmikkien terveyspalveluille puolestaan heijastaa rahan määrää, joita ihmiset ovat valmiina kulutta-

maan lisätäkseen seuraeläintensä elämän pituutta ja laatua (Cavanaugh, Leonard & Scammon 2008).

Koirille saatavissa olevista terveyteen liittyvistä palveluista koiranomistajat hyödyntävät eniten hierojaa (37 % vastaajista) ja koirauimalaa (17 % vastaajista), mutta niiden lisäksi myös osteopaattia (8 %), fysioterapeuttia (5 %), akupunktiota (5 %) sekä eläinlääkäreitä (4 %). Lisäksi yksi vastaajista on tarvinnut Kalevalaisen jäsenkorjaajan palvelua. Terveyspalveluiden, kuten hierojan ja fysioterapian palveluiden hakeutumiseen ohjaa selvä tarve ja halu huolehtia koirasta kokonaisvaltaisesti. Palveluilla halutaan huolehtia ikääntyvän koiran terveydestä ja hyvinvoinnista. Selkävaivoja omaavan koiran oloa ja elämänlaatua nostaakseen omistajat vievät niitä säännöllisesti hoidettavaksi: *selkävikainen tarvitsee hierojaa, fysioterapiaa jne. pysyäkseen oireettomana ja pystyäkseen elämään täyttä elämää*. Koiraharrastajat kokevat tärkeäksi pitää treenikaverista huolta: *aktiivinen urheilukoira tarvitsee hierontaa ym., jotta keho pysyy terveenä*. Aktiivinen harrastava koira viedään fysioterapiaan tai hierontaan siksi, että huolletaan koiran kehoa ja lihaskuntoa; pidetään lihaskuntoa yllä ja aukaistaan lihasjumeja. Hierojalla käytetään myös varmuuden vuoksi, ettei lihasjumeja pääse syntymään.

Kisakoirat tarvitsevat välillä lihashuoltoa ja siksi käytän niitä hieronnassa. Ja välillä jos jumeja on saavat myös akupunktiota. Mun vanha koira on rescuetapaus ja halusin totuttaa sen vieraan ihmisen kosketukseen ja siksi se kävi nuorena hieronnassa. Se oppi siihen, että vieraan ihmisen kosketus tuntuu hyvältä.

Koen, että urheilevan koiran on syytä käydä säännöllisesti lihashuollossa ja -kontrollissa, omat taitoni eivät vielä riitä jumien yms. ongelmien havaitsemiseen. Koirauimala olisi varmasti myös käytössä, jos koira ei inhoaisi vettä, uiminen on parhaita treenitapoja.

Koiran fyysisen kunnon hoidattamisen lisäksi omistaja saa hedonistista iloa koiran kokemasta mielihyvästä sen nauttiessa hoidoista: *hierojaa käytän välillä sen takia, että saa koira nautinnon ja mahdolliset lihasjumit aukaistua*. Koirauimalassa pidetään yllä koiran kuntoa ja kuntoutetaan koiria, sillä *koirauimalassa koira saa liikutettua todella tehokkaalla tavalla, sillä uinti tekee koirallekin hyvää*. Erilaisia terveyspalveluita käytetään koiran fyysisen kunnon hoitamiseen ja kuntoutukseen eli tiivistetysti eläimen hyvinvoinnista huolehtimiseen.

Gabriella Lakatos ja Ádam Miklósi (2012, 189) kirjoittivat siitä, miten koiranomistajat viettävät aktiivisesti enemmän aikaa vuorovaikutuksessa koiriensa kanssa kuin kissanomistajat, joten koiranomistajat ovat halukkaampia kuluttamaan paljon muun muassa eläinlääkärikuluihin. Näyttää siltä, että koirat ovat kapitalistisen teknokulttuurin myötä saaneet ”oikeuden terveyteen” siinä määrin, että koiramainen kulutuskulttuuri näyttää lähes rajattomalta (Haraway 2008, 49–51). Koirien ruokinta, terveystalvet, vakuutukset, päivähoitopalvelut ynnä muut koirien terveyttä edistävät asiat myyvät vahvasti, joten koiran ”oikeus terveyteen” kerrostuu koiriin liittyvään kulutukseen ja siten myy hyvin markkinoilla. Donna Haraway (emt. 52) näkee, että kapitalisoiduilla markkinoilla ”arvonlisätyt” koirat ovat perheen kanssakuluttajia.

Eläinlääkärinä valitsessa minulle on tärkeää koiraystävällinen palvelu. Olen käyttänyt koiriani sekä kaupungin lääkärillä että yksityisellä. Ensimmäisessä palvelu oli hieman liukuhihnatuotantoa, mutta jälkimmäisessä selvästi otettiin huomioon se, että koirani pelkää aika pahasti lääkärinä. Näin ollen olen vaihtanut yksityiseen, jos saisin mukavalla palvelulla käynnit edes hieman miellyttävämmiksi koirilleni.

Koira toimii kanssakuluttajana, kun omistaja ottaa koiran huomioon yksilönä. Koiranomistaja palvelee koiraa hankkimalla sille tarvittavia palveluita ja toisekseen saa itse nautintoa ja mielihyvää koiraltaan, jolloin myös koira ikään kuin palvelee omistajaansa. (Kylkilahti ym. 2016, 126.) Palvelut valitaankin koiran yksilöllisyys huomioon ottaen. Esimerkiksi koirahotellin palveluilta toivottiin oman koiran lenkkeilytystä ja siitä huolehtimista.

Koirapuistoa koiranomistajat ovat hyödyntäneet aktiivisesti koiriensa kanssa, siellä koirat saavat vapaasti tutustua ja leikkiä muiden koirien kanssa. Koirapuistoa on käyttänyt noin puolet vastaajista (51 %). Muitakin palveluita koiranomistajat ovat käyttäneet, kuten turkinhoitopalveluita (12 %), koirahoitolaa (11 %), koirahotellia (4 %) sekä ravitsemusneuvontaa (3 %). Koiran virikkeellistämiseen ja hoitamiseen käytetään eniten koirapuistoa, mikä palvelee ajatusta siitä, että koiralle annetaan mahdollisuus toteuttaa turvallisessa tilassa lajille ominaista sosiaalista käytöstä (vrt. Broom & Fraser 2015).

Koulutukseen liittyviä palveluita vastaajat ovat käyttäneet seuraavasti: paikallisten koiraharrastusjärjestöjen tarjoama koulutus (46 %), pentukurssi (39 %), luennot/seminaarit (26 %), muut kurssit (22 %), yksityisohjaus (16 %) ja ongelma-

koirakoulutus (5 %). Koulutuspalveluiden käyttöä perusteltiin koirien aktiivisuuden, koulutuksen, *koiran mielenvireyden kannalta*. Koirasta haluttiin kehittää ”yhteiskuntakelpoinen” (ks. Koski 2006). Erityiskoulutusta tarvittiin esimerkiksi lintukoiran kanssa *riistatilanteissa toimimisessa* ja yksityisopetusta esimerkiksi koiran luonteen ja käytöksen parantamisessa.

Aineiston perusteella palveluiden valintaa muovaavat palvelusta tehty tulkinta, harkinta, olemassa oleva tarjonta, sekä omistajan omat resurssit, kuten aika, raha ja tieto palveluista (vrt. Ilmonen 2007, 240–246). Koira myös itse vaikuttaa sitä koskevien palveluiden valintaan oman toimijuutensa myötä. Palveluiden valintapäätöksiä ohjaa pitkälti halu huolehtia koiran hyvinvoinnista ja aktivoinnista, unohtamatta koiran omia mieltymyksiä.

5.5.4 Koiraharrastus

Vaikka koiran harrastuskuluista en kysynyt kyselyssä, halusi muutama koiranomistaja kommentoida erikseen harrastukseen liittyviä kustannuksia.

Koiranäyttelyharrastajan kulutus on hyvin poikkeavaa verrattuna normaaliin koiranomistajaan, minulla on mennyt parin vuoden aikana pelkkiin koiranäyttelymenoihin (ilmoittautumismaksut, matkustuskulut jne.) n. 2000-3000 euroa. Siihen päälle vielä kaikki koiran normaalit ylläpitokulut, kuten ruokinta, eläinlääkärikulut jne.

Harrastus vie jo aika paljon rahaa, kun matkustetaan ympäri maailmaa näyttelyissä ja joskus tulee ostettua herkuja tai muuta mukavaa niille.

Harrastus voi olla kallista, mutta sen ollessa keskeinen osa koirasuhdetta, ollaan siihen valmiita käyttämään rahaa. Kuten kappaleessa 4.3 nostin esille, harrastamiseen yhdistetään monia positiivisia merkityksiä, joten harrastamiseen liittyvät kulut hyväksytään ja ymmärretään osaksi sitä. Elämäntavaksi omaksuttu koiraharrastus sitouttaa omistajaa jopa niin, että välillä harrastusta varten on säästettävä omia menoeriään:

Koiranäyttelyharrastus on hyvin kallis harrastus, joten monesti joutuu siten säästämään omissa menoissa, jos on tulossa esimerkiksi näyttelyreissu ulkomaille. Minulle harrastus on enemmänkin elämäntapa kuin pelkkä harrastus, joten en näe tätä negatiivisena asiana.

Elämäntapaan pohjautuvat kulutusvalinnat ovat vakaita ja tiedostamattomia (ks. Toivonen 1998), joten harrastus ja siihen liittyvät kulut limittyvät luonnollisina harrastajan elämään. Tavoitteelliselle koiraharrastajalle harrastaminen saattaa viedä hyvin paljon aikaa ja rahaa. *Pääasiallinen harrastukseni on agility, jossa kisaan SM-tasolla, joten siihen tulee kulutettua paljon rahaa.* Eräs omistaja kirjoitti, että suurimman osan kaikesta koiraan menevistä kuluista lohkaisee harrastus: *eniten menee rahaa kisamaksuihin.*

Rahaa kuluu paljon pelkkien tarvikkeiden ja palveluiden lisäksi kisaamiseen. Kisaan tällä hetkellä koirieni kanssa neljässä lajissa ja lisää lajeja on tulossa, kunhan koirat ovat valmiita. Kisa maksut ovat nykypäivänä korkeita ja koska asun kohtuu syrjässä kertyy myös matkaa paljon. Välillä käymme kisoissa myös ulkomailla. Matkoihin kuuluu itse kisamatkat, matkakustannukset (auto), yöpymiset ja ruuat. Harrastukset ja varsinkin niissä kisaaminen on yksi suurimmista menoeristä. Kisoja saattaa olla yhden kuukauden aikana 4 eli joka viikonloppu. Ne kaikki saattavat sijaita yli 300km päässä eli matkoja kertyy paljon. Se ei ole minulle kuitenkaan ongelma, sillä pidän kisoja tärkeänä osana harrastamista.

Zygmunt Baumanin (2007, 56–57) mukaan kulutuksella sijoitetaan kaikkiin asioihin, joilla on merkitystä yksilön ”sosiaaliselle arvolle” ja itsetunnolle. Toisin sanoen koiranomistajat investoivat kulutuksella sosiaaliseen jäsenyyteen ja itsetuntoonsa esimerkiksi tavoitteellisina koiraharrastajina. Koiran kanssa harrastava ja harrastuksen vuoksi kuluttava asettuu Arto Noron (1995, 10–11) esittämän *harrastajan* kuluttajafiguuriin. Noro näkee tällaisen teoreettisen sosiaalifiguurin toimivan tyypittelynä tai stereotypiana ihmisten todellisessa käyttäytymisorientaatioissa. Siten koiraharrastaja kuuluu harrastuksen kautta sosiaalisen maailman jäseneksi, jolloin kulutusta ohjaa eräänlainen objektiivinen estetiikka. (emt. 6, 11.)

Kustannukset kuuluvat osana harrastusta, aivan kuin siihen liittyvät myönteiset tunteet ja merkitykset. Harrastus voi aiheuttaa koiranomistajalle huomattavia kustannuksia, mutta tulkisen asian niin, että harrastuksesta saatavat positiiviset merkitykset tasoittavat tai jopa ylittävät harrastukseen käytettävät resurssit; yhtäältä harrastus voi vaatia paljon resursseja, mutta toisaalta se antaa jotain sellaista takaisin, mitä ei välttämättä voi rahassa mitata.

5.6 Koiran vaikutus kulutuspäätöksiin

Tutkijat Lisa Cavanaugh, Hillary Leonard ja Debra Scammon (2008) ovat esittäneet, että kun lemmikit asettuvat enemmän kotitalouksiin, perheet ottavat todennäköisemmin lemmikit ja niiden tarpeet huomioon suurissa kulutuspäätöksissä, kuten ajoneuvon, asuinsijainnin ja asuinpaikan ostopäätöksissä (emt.; ks. myös Kylkilahti ym. 2016). Tarkastelen tässä kappaleessa kulutusvalintaprosessin ulkoisena tekijänä koiran vaikutusta omistajan kulutuskäyttäytymiseen, sillä lemmikit kykenevät vaikuttamaan omistajansa toimintoihin ja tunteisiin (Haraway 2008), ja kulutuskäyttöön (Chen, Hung & Peng 2012).

Kun koira nähdään perheenjäsenenä, se halutaan sisällyttää perheen arkeen ja elämään. Koira vaikuttaa omistajiensa ajankäyttöön ja kuluihin suorasti ja epäsuorasti: suorasti sille ostetuilla tarvikkeilla tai ruoalla, ja välillisesti siten, että omistaja ajattelee koiraansa kulutusvalinnoissaan.

Koirat ovat perheenjäseniä. Ne merkitsevät paljon minulle. Ne ovat yleensä mukana kaikkialla. Suhde koiriin on läheinen ja ajattelen niitä aina tehdessäni valintoja esim. lomista ja matkoista. Voiko niitä ottaa mukaan, minne ne viedään hoitoon yms.

Vaiuttaa paljon, varsinkin harrastuksiin tulee käytettyä paljon rahaa. Myöskään autolla ei olisi suurta tarvetta, jos koira ei olisi.

Koira otetaan huomioon arkipäiväisissä valinnoissa, niin vapaa-ajalla kuin lomalla. Tällöin koira voidaan nähdä kanssakuluttajana (Kylkilahti ym. 2016; ks. myös Vänskä 2014). Vaikka omistaja toimijana tekee kulutuspäätöksiä, jotka eivät suoraan kosketa koiraan, niin koira silti osallistuu passiivisena kanssakuluttajana, joka otetaan näissä päätöksissä huomioon. Koiran epäsuora vaikutus perheen kulutusvalintoihin voi toteutua monella osa-alueella kodin lattiaratkaisuista auton, matkakohteiden tai vaatteiden valintaan:

Oma pukeutuminen pitää soveltua koiraulkoiluun, sisustus: kestävät lattiatapinnat ja helposti puhdistettavat matot. Auton vaihdossa ajatellaan ensiksi koiria. Fleece-vaatteita en osta, kun niistä tulee heti koirankarvaisia. Huomioin esim. sisustuksessa käytännöllisyyttä ja väritystä. Hotellit ja koiraystävälliset kahvilat ja terassit tiedossa ja ohjaavat jopa lomasuunnitelmia.

Omistajat kertovat koiran vaikuttavan muun muassa kodin remontointiin, että *kodin sisustusmateriaalit ovat helposti puhdistettavia, johon ei koiran karvat tartu, matkasuunnitelmiin ja vaatteiden hankintaan: valitsen enemmän ne kunnolliset maasto-*

lenkkarit kuin korkkarit kaupan hyllyltä. Moni koiranomistaja on muodostanut koiraan niin vahvan siteen, että säästää juuri koiriaan ja niihin meneviä kuluja varten:

Jos ylimääräistä rahaa on, saavat koirat uusia leluja tai höpöhöpö pureskeluluuta. Palkastani pyrin säästämään aina jonkun kymppin säästötililleni, jotka käytän koirieni kuluihin esim. eläinlääkäri, kilpailut jne. Jätän ostamatta asioita itselleni, jotta pääsen koiran kanssa koulutuksiin ja näyttelyihin.

Ratamäki näkee, että eläimen fyysinen ulottuvuus, kulttuurihistoria, tulkintoja laativa ihminen sekä yhteiskunnallinen konteksti ovat osa prosessia, jossa monimuotoiset tulkinnat eläimistä syntyvät. Tilanteen moniulotteisuus lisääntyy, kun ajatellaan eläintä tietoisena ja tiedostamattomana toimijana. Näin ollen eläin voi vaikuttaa ihmisen ajatteluun ja toimintaan omalla käyttäytymisellään, joskin tiedostamattaan. (Ratamäki 2009b.) Näkisin aineistoni perusteella, että vaikka omistajat eivät eri tilanteissa suoraan myönnä tai tiedosta eläimen vaikutusta kulutukseensa, mutta koira silti vaikuttaa tiedostamattaan siten, että omistaja ostaa sellaisia tuotteita, joista koira pitää tai sen oletetaan pitävän.

Koira voi osallistua valintaprosessiin tuntevana subjektina. Kanssakuluttajana ja itsenäisenä toimijana koira välittää tunteensa sille ostetuista palveluista, joten omistaja voi päätyä hankkimaan juuri niitä palveluita, joissa koira viihtyy ja nauttii. Seuraava sitaatti kertoo koiran yksilöllisestä mieltymyksestä:

Hyvämaineinen koirahoitola, jonne koira menee mielellään ja näyttää pitävänsä henkilökunnasta.

Koira pystyy välillisesti vaikuttamaan perheen kulutuspäätöksiin ilmaisemalla mieltymyksensä. Autio työryhmineen (Autio ym. 2014) on tarkastellut julkaisussaan lemmikkejä muun muassa lemmikkipalveluiden arvon kokijana. Omistajan ottaessa huomioon lemmikkinsä kokemukset esimerkiksi palveluista, korostuu lemmikin ”kaksinaiminen” rooli kuluttavana subjektina, että objektina, joka välittää kokemuksensa kuluttajalle. Lemmikin kokemusta ei arvioida siitä irrallisena, vaan lemmikki sijoittuu aktiiviseksi subjektiksi ja palvelun kokijaksi. (emt. 100.) Näin koira toimii kanssakuluttajana, jolloin se vaikuttaa omistajan valintoihin päätyä erinäisiin palveluihin. Omistaja kuitenkin tekee viime kädessä päätökset, vaikka koira ikään kuin neuvottelee kulustoimissa (ks. Kylkilahti ym. 2016).

Perheenjäsenen roolissa koira sisällytetään perheen arkeen, ja siten se myös huomioidaan kulutus päätöksissä. Näyttääkin siltä, että koira osallistuu omistajansa kulutusvalintoihin kanssakuluttajana passiivisena taustavaikuttajana tai aktiivisena, tuntevana subjektina. Samankaltaiseen tulokseen ovat päätyneet Syrjälä työryhmineen, koska he esittävät, että omistaja-kuluttaja osallistuu lemmikkikulutukseen omistamansa lemmikkieläimen kanssa ja/tai kautta (Syrjälä ym. 2014, 39). Aineiston pohjalta koen koirasuhteen vaikuttavan kulutuksen taustalla. Koira voi toimia ikään kuin instrumenttina, jolloin kulutuksen kohteisiin reagoimalla se saa omistajansa toimimaan reaktioiden mukaisesti kuluttamalla esimerkiksi tietynlaisiin leluihin. Toisaalta koiran hyvinvointiin sijoittaminen ja koiran kautta kuluttaminen voi edistää myös omistajan hyvinvointia. ”Se, miten ja mitä kulutetaan, neuvotellaan lemmikin välityksellä” (emt. 39).

5.7 Yhteenveto: tunnesiteen vaikutus kulutukseen

Tässä luvussa olen empiirisesti analysoinut koirasuhteen heijastumista koiraan kohdistuvaan kulutukseen ja koiranomistajan kulutus päätöksiin. Koiraan muodostuu läheisessä suhteessa tunnesidos. Sitoutuessaan ja kiintyessään koiraan, omistaja on taipuvainen heijastamaan tunteitaan kulutuksen kohteeseen eli koiraansa (vrt. Ilmonen 2007, 305). Tunteet sijoitetaan edelleen esimerkiksi kulutustuotteisiin, joilla voidaan ilmentää koiraan kohdistuvia tunteita. Koiraan liittyvän kulutuksen taustalla vaikuttaa erinäisin tavoin omistajan kokema emotionaalinen läheisyys ja tunneside koiraan eli kiintymyside. Havaitsin koiranomistajien kulutuskäyttäytymiseen vaikuttavan ensimmäisessä luvussa kartoittamani koirasuhteen muodot kiintymyksen mukaan (Taulukko 7). Seuraavaksi koostan näkemykseni koirasuhteiden vaikutuksista koiraan kohdistuvaan kulutukseen ja koiran vaikutusta koiranomistajan kulutus päätöksiin.

Ensimmäisenä tarkastelin heikosti kiintyneiden koiranomistajien kulutusta. Koiranomistajat tekevät kulutuksen osalta enimmäkseen rationaalisia päätöksiä kohdistuen koiran tarvitsemiin tuotteisiin ja palveluihin, joilla katetaan koiran välttämätön hoito. Heikosti kiintyneet koiranomistajat kokevat koiran eläimenä, joten sille harvoin ostetaan emotionaalista sidettä symboloivia heräteostoja. Mikäli sellaisia hankitaan, on heräteostoilla käytännöllinen tarkoitus. Koiranomistajat eivät halua käyttää eläimen hoitoon paljon rahaa, vaan kuluttavat kohtuudella koiran hyvinvointi mielessään. Jotkut

omistajat potevat huonoa omaatuntoa käyttämällä suuria summia eläimeen, vaikka siitä ei koituisi taloudellista räsitusta. Tällaiset omistajat ovat vähemmän kiintyneitä lemmikkeihinsä, joiden aseman he näkevät ihmistä selvästi alempana. (Brockman, Taylor & Brockman 2008.) Koiran merkitys voi silti olla omistajalleen suuri, vaikka käytössä ei olisikaan suuria määriä rahaa. Esimerkiksi Leslie Irvine (2013) havaitsi, että jopa kodittomat ihmiset pyrkivät huolehtimaan seuraeläimistään parhaansa mukaan, vaikka saatavilla olevia resursseja on niukalti käytössä. Heikosti kiintyneiden koiranomistajien kulutusta koiriin kuitenkin ohjavat pitkälti hintasuuntautuneisuus ja tarkoituksenmukaisuus. Kaiken kaikkiaan koiranomistajat huolehtivat koiriensa tarpeista ja hyvinvoinnistaan siinä määrin, että ikään kuin pyrkivät kertomaan muille ”hyvästä koiranomistajuudesta”.

Kohtalaisen kiintymyksen koiranomistajien kulutuskäyttäytymisessä havaitsin keskeisenä ilmiönä tasapainottelun mielihalujen ja hankintojen järkevyyden välimaastossa. Pääsääntöisesti koiranomistajat pyrkivät realismiin niin, että kuluttaminen pysyy kohtuullisena eli koiralle tulee hankittua sen tarvitsemat asiat, mutta tilaa jää myös yksilöllisille, emotionaalisille ja hedonistisille ostoksille. Koiran yksilöllisyyden merkitys tulee esiin käytännöllisissä konteksteissa, kun koiralle hankitaan sitä miellyttäviä asioita. Toisaalta hankinta palautuu omistajan kokemana mielihyväksi. Myös Henna Jyrinki (2010) havaitsi, että lemmikille ostaminen oli omistajista kivaa ja miellyttävää. Kohtalaisen kiintyneet omistajat sijoittavat koiran hyvinvointiin siinä määrin, että omistajat saattavat vähentää omia kulujaan. Hyvinvointia edistetään hankkimalla esimerkiksi laadukkaita tuotteita ja ruokaa. Tulkiten kohtalaisen kiintymyksen koiranomistajien kulutuksen symbolisesti kertovan muille, että he ovat ”huolehtivia koiranomistajia”.

Vahvan kiintymyksen koiranomistajat ovat rakastavia ja huolehtivia omistajia, joten kulutusta värittää emotionaalinen sitoutuminen ja vaivannäkö. Näille koiranomistajille koiran hyvinvointi on ensisijaisen tärkeää, joten kulutuksella vahvistetaan tätä aspektia. Hyvinvointiin sijoitetaan hankkimalla koiralle parasta hinnasta riippumatta. Rakkaus ikään kuin materialisoidaan kulutushyödykkeisiin, joilla osoitetaan koiran hoitoon omistautuminen ja syvä kiintymys. Koiranomistajien avokätisyys ilmenee esimerkiksi usein ostetuissa heräteostoissa ja koiran hoitoon liittyvissä hankinnoissa. Omistajat ovat valmiita uhrautumaan taloudellisesti koiran vuoksi. Vahvan kiintymyksen koirasuhteen

näen vaikuttavan kulutus päätöksiin ennen kaikkea emotionaalisen kiintymyksen ja sitoutumisen läpäistessä kulutuksen. Ensisijaisesti hyvinvointiin tähtäävän kulutuksen koen rakentavan koiranomistajien ideaalikuva ”sitoutuneesta koiranomistajasta”.

Kokoavasti havaitsin, että koiranomistajat tunnistavat velvollisuutensa huolehtia koiran tarpeista: ruoasta, terveydenhoidosta, riittävästä liikunnasta ja emotionaalisesta hyvinvoinnista (ks. Beverland, Farrelly & Lim 2008; Broom & Fraser 2015). Suurin osa vastaajista on sitä mieltä, että vähintään perustarvikkeiden hankinta ja koiran perustarpeiden huomioon ottaminen kulutuksessa on tärkeää arjen sujuvuudelle. Eniten aineistossa kerrottiin koiraan liittyvien hankintojen tapahtuvan tarpeen näkökulmasta. Näin ollen tarvikkeiden, ruoan ja palveluiden hankinnassa kiinnitetään huomiota muun muassa niiden laatuun, käytännöllisyyteen, sopivuuteen omalle koiralle ja kestävyYTEEN. Koiralle hankitaan ”koiran hyvinvoinnin kannalta” tarvikkeita, joita tarvitaan päivittäiseen hoitoon, ulkoiluun, matkusteluun sekä harrastuksiin. Turhia hankintoja pyritään välttämään, mutta moni omistaja ilmaisi halunsa hankkia koiralle ”joskus jotain ylimääräistä” ilahduttaakseen ystäväänsä eli vahvistaakseen ihmisen ja koiran välistä kiintymyssidettä.

Tulkintani kiintymyksen keskeisestä vaikutuksesta koiriin kuluttamiseen saa tarttumapintaa Annamari Vänskän (2016) ajatuksesta, että koiriin kuluttaminen on tunteellistamista (*emoting*). Lemmikki tuotemarkkinat vetoavat rakastavan ja huolehtivan lemmikinomistajan huolehtivan lemmikkinsä yleisestä hyvinvoinnista tuotteilla ja palveluilla, jolloin on mahdollista edistää lämmintä ja rakastavaa sidettä koiraan. Tällöin lemmikki tuotteiden markkinointi rakentaa ideaalikuva lemmikinomistajuudesta ja materialisoi kulutushyödykkeissä ja palveluissa tunteita, jotka pohjautuvat lemmikkien omistajien positiivisiin tunteisiin (emt.). Seuraeläimellä on itseisarvo omistajien silmissä, jolloin niitä arvostetaan niiden itsensä takia (Serpell & Paul 1994; Belk 1996; Holbrook ym. 2001; Beverland, Farrelly & Lim 2008). Itseisarvon vuoksi koiralle ei kuitenkaan osteta kalliita leluja, vaatteita tai lahjoja, vaan sitä vastoin kulutetaan välttämättömyyksiin, kuten terveydenhoitoon ja laadukkaaseen ruokaan (Beverland, Farrelly & Lim 2008).

Emotionaalista tunnesidettä omistaja-kuluttajat vahvistavat kulutuksella eri tavoin riippuen kiintymyssiteen vahvuudesta. Heikosti ja kohtalaisesti kiintyneet koiranomistajat tekevät tietoisia ja järkeilyjä kulutuspäätöksiä vahvistaakseen tunnesidettä huolehtimalla koiran perustarpeista ja satunnaisilla tai joskus annetuilla lahjoilla. Vahvasti kiintyneet omistajat näkevät koiransa arvostettuina perheenjäseninä, joten he tekevät muita enemmän emotionaalisia päätöksiä. On nähty, että mitä enemmän kuluttaa, sitä enemmän näyttää koirasta välittämistään (Vänskä 2014), ja saman havaitsin empiirisen analyysin perusteella. John Websterin (1995, 249) mukaan ihminen huolehtii eläimistä suorassa suhteessa niiden arvoon nähden. Koiranomistajat kuluttavat koiriinsa sitä enemmän, mitä syvempi kiintymys niihin on muodostettu.

Erinäisten kulutuskohteiden tarkastelun avulla avasin koiranomistajien yhtenäisempää linjaa koiraan kohdistuvasta kulutuksesta. Koiranruoalla, riippumatta sen tyypistä, pyritään edistämään seuraeläimen hyvinvointia ja terveyttä. Vaatteita hankitaan hyödyn, tarpeen tai omistajan arjen helpottamiseksi eli käytännöllisyyden vuoksi. Koira ei haluta inhimillistää pukemalla sitä asusteisiin. Palveluilla ennen kaikkea pyritään tukemaan koiran hyvinvointia ja terveyttä ennaltaehkäisevästi tai tarpeen mukaan. Koira osallistuu palveluiden valintaan tietystä määrin kanssakuluttajana. Koiraharrastukseen kuluttavat eniten aktiivisesti koirien kanssa harrastavat omistajat, mutta se on samalla sijoitus koirasuhteeseen: harrastus myös sitoo omistajaa ja koira vahvemmin yhteen.

Koirien ruokien, tuotteiden ja palveluiden ostaminen ja käyttäminen kategorisoituvat kulutusobjekteiksi, ja koirat puolestaan ”kulutuksen lähteiksi”, jotka mahdollistavat ja saavat omistajansa kuluttamaan (Jyrinki 2010). Näin ollen koirat ovat sekä kulutuksen kohteita että lähteitä (Jyrinki & Laaksonen 2007). Subjekteina koira voi itse vaikuttaa suhteeseen ja kulutukseen. Aineistossa koiran mieltäminen subjektiksi esiintyy esimerkiksi koiran tunteen ilmaisun tai subjektiivisen kokemuksen kuvauksissa. Koiran subjektiivisuus, kuten koiran tunteen ilmaisu, jolloin koira ”tykkää” tai ”nauttii” jostakin, näkyy omistajan toiminnassa siten, että niille hankitaan sellaisia tavaroita tai palveluita useammin. Lemmikin oletettavasti kokema nautinto ja ilo tuottavat omistajalle hedonistista mielihyvää, joka liittyy kulutukseen. Koiranomistaja tekee aina lopullisen päätöksen, mutta kanssakuluttajana koira neuvottelee ainakin itseään koskevien kulutuspäätösten osalta. Koiran voi nähdä olevan kanssakuluttaja, joka hyötyy sille oste-

tuista tuotteista ja palveluista, välittäen samalla kokemuksensa ja tunteensa niistä. Toisaalta koira osallistuu kuluttajan jokapäiväiseen elämään, kulutustoimintoihin ja päätöksentekoon, toisaalta myös toimii itse palveluiden tuottajana, jolloin se tukee omistajansa hyvinvointia (Kylkilähti ym. 2016).

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Esitin tutkimuksen alussa kaksi kysymystä koirasuhteen ja kulutuksen kietoutumisesta koiranomistajien elämässä. Näihin kysymyksiin vastatakseni olen tarkastellut empiirisesti koiraan suhtautumista, koiranomistajan ja koiran välistä emotionaalista sidettä sekä kulutuksellisia näkökulmia koiran omistajuudesta. Aineistonani käytin internetkyselyn tuloksia, jota olen analysoinut sisällönanalyysin keinoin. Näissä johtopäätöksissä pyrin ymmärtämään, mitä aineistossa kerrotut asiat merkitsevät tutkittaville (ks. esim. Tuomi & Sarajärvi 2009, 113), ja löytämään tosiasioita kvalitatiivisen tutkimuksen hengessä (ks. esim. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 161). Seuraavassa käyn läpi tutkimuksen johtopäätöksiä ja tärkeimpiä huomioita.

6.1 Ihmisen ja koiran suhde

Tutkimukseni ensimmäisessä näkökulmassa kartoitin ihmisen ja koiran välistä suhdetta kysymällä, millaisena ihmisen ja koiran suhde määrittyy kulutuksen kontekstissa. Tämä näkökulma kohdistui erityisesti koirasuhteen tarkempaan perehtymiseen aineiston valossa. Tuloksissa päädyin havainnoimaan ihmisen ja koiran vastavuoroista suhdetta kiintymyssiteen kautta. Muissakin tutkimuksissa on päädytty kuvaamaan ihmisen ja koiran suhteessa esiintyvää affektiivista sidettä kiintymyksenä (esim. Topál ja Gácsi 2012; Siniscalchi, Stipo & Quaranta 2013).

Tulkitsin koirasuhdetta kolmenlaisen kiintymyssiteen pohjalta, jotka rinnastuvat emotionaalisen siteen (HAB) vahvuuteen. Koirasuhteet rakentuvat yleisesti ottaen koiran perheenjäsenyyden kautta. Heikon kiintymyksen koirasuhteessa painotetaan *koiran näkemistä luonnollisena eläimenä*, jolloin se asemoituu ihmistä alemmaksi. Tällaisessa suhteessa koira asettuu enemmän objektin asemaan, vaikka koiraa pidetään perheenjäsenenä, joten se on eräänlainen hybridi. Hybridinomaisesti koira asettuu tiiviisti kulttuurin jäseneksi ”perheenjäsenenä”, ja toisaalta ”vain koirana”, osana eläinkuntaa ja luontoa. Koiran aseman vuoksi tunnesuhdetta ja kiintymystä osoitetaan hillitysti arjen konteksteissa. Koiranomistajan suhde koiraan ilmeneekin ennen kaikkea *rationaalisena suhteena*, jossa sekä koiraan että kiintymyksen osoitukseen suhtaudutaan järkipäisesti.

Kohtalaisen kiintymyksen koirasuhteessa koiran arvo ja asema linkittyy koiran yksilöllisyyteen ja *koiran näkemiseen seuraeläimenä*. Koiralle annetaan enemmän subjektiivista arvoa, joten suhde koetaan vastavuoroisena. Koiranomistajat kaiken aikaa tasapainottelevat emotionaalisen kiintymyksen välimaastossa. Itseisarvoisena seuraeläimenä koira on omistajansa huolenpidon kohde, jolloin emotionaalista kiintymystä osoitetaan koiralle heikon kiintymyksen koirasuhdetta enemmän. Sosiaalinen ristiriitaisuus suhteessa eläimiin kuvastuu myös koiran ja koiranomistajan suhteessa. Ihmisen ja eläimen välinen side, HAB ikään kuin heikentää emotionaalista voimakkuutta kokonaisuutena, jolloin suhteen asema heikentyy erilaiseksi kuin ihmisten välinen suhde. (ks. Dawson 2012, 114.) Koiranomistajat tunnustavat kiintymyksensä koiraa kohtaan, mutta ikään kuin hallitsevat kiintymystään asettamalla koiran läheisen seuraeläimen asemaan, ihmisestä erilaiseksi eläimeksi, muttei alempiarvoiseksi (vrt. Jyrinki 2010, 120). Kohtalaisen kiintymyksen koirasuhde ilmenee *realistisena suhteena*.

Vahvan kiintymyksen koirasuhde ilmenee nimensä mukaisesti syvänä tunnesiteenä ihmisen ja koiran välillä. Koiran ja omistajan välinen HAB on vahva, joten koiranomistaja *näkee koiransa arvostettuna toisena* eli subjektina ja yksilönä. Vahvan kiintymyksen koirasuhteessa koira asettuu muita koirasuhteita enemmän ihmisen kaltaiseen asemaan. Vastaajat ovat muodostaneet koiriinsa syviä ja tunnepitoisia suhteita, jotka muistuttavat ihmisten välisiä suhteita. Varsinkin vahvaa kiintymystä osoittavissa suhteissa eläintä pidetään itsestään arvokkaana yksilönä, jonka voi nähdä ihmiseen verrattavissa olevina henkilöinä (vrt. Aaltola 2008). Suhteessa ilmenee koiran inhimilistämistä, sillä sitä kohtaan tunnettua kiintymystä ei hillitä. Useat omistajat ovat tietoisia, että karvainen perheenjäsen on ”vain” koira, mutta heillekin koirat ovat itseisarvoltaan rakastettuja seuraeläimiä, vaikka tätä ei suoraan sanottu. Koirat antavat ehdotonta rakkautta vastineeksi omistajiensa huolenpidosta ja kiintymyksestä. Koira onkin omistajalleen emotionaalisen omistautumisen ja kiintymyksen kohde. Tulkitsin koirasuhteen *rakastavaksi suhteeksi*, jossa koira nähdään ihmisen kanssa tasaveroisena tietoisena toimijana.

Kyselyvastauksista ilmenee, miten keskeisessä asemassa emotionaalisuus on koiranomistajien eläinsuhteessa. Koiranomistajat tulkitsevat koiriaan toisaalta tieteellistävasti,

toisaalta inhimillistävästi. Tieteellisen tulkinnan mukaan koira pyritään ymmärtämään eläimenä, lajinsa edustajana. Yksilötasolla koiraa kuvataan inhimillistävästi ihmismäisten tunteiden kautta. Eläinsuhde ilmenee monitasoisena, ja jopa ristiriitaisena: esimerkiksi emotionaalisissa kuvauksissa eläimestä saatetaan käyttää antropomorfistisia ilmaisuja, kuten myös tieteellisissä kuvauksissa (vrt. Schuurman 2010). Yhteiskuntatieteellinen eläintutkimus käsittää eläimet yhteisöjen osina, subjekteina ja aktiivisina toimijoina (Kaarlenkaski & Ung-Lanki 2013). Aineiston perusteella koiraa pyritään ymmärtämään tuntevana subjektina ja oikeutettuna perheenjäsenenä, mutta yhtäältä arvostetaan koiran eläimellisyyttä. Koira näyttää asettuvan perheissä luontokulttuuri-jaon rajalle sekä antropomorfismin ja antroposentrismen väliseen jännitteeseen: koira elää ihmisyhteisössä luonnosta irrallaan, mutta sitä ei täysin oteta mukaan ihmisyhteisön sosiaalisiin järjestyksiin ja toisaalta koira nähdään ihmisen kaltaisena olentona ja toisaalta ihmisestä ja ihmisyydestä erilaisena (ks. Koski & Bäcklund 2012).

Tulosteni perusteella näyttää siltä, että kiintymyksen voimakkuus kumpuaa omistajan kokemuksista ja käsityksistä: koiran asemasta suhteessa ihmiseen ja koiran kanssa jaetuissa elämän kokemuksissa. Kaikkiaan löydöksissäni koirasuhde punoutuu *kiintymykseen*, jota vahvistetaan lahjoilla, yksilöllisellä huomioinnilla ja sisällyttämällä koira perheen arkeen ja juhliin. Koiran kanssa yhdessä harrastaminen myös vahvistaa tulkintani mukaan koirasuhteen kiintymystä. Kiintymys lemmikkiin näyttäytyy moniulotteisena ja dynaamisesti rakentuvana siten, että koiranomistajan suhde koiraan ei rajoitu yhdenlaiseksi, vaan koira voidaan kokea samanaikaisesti esimerkiksi harrastusvälineenä ja ystävänä (vrt. Jyrinki 2010; 2012). Tästä syystä koen, että omistajien suhtautumiset koiraan eivät suinkaan ole pysyviä tai rajoitu ainoastaan yhteen muotoon vaan ne elävät ja muuttuvat.

Koirasuhde ei näkemykseni mukaan ole järjestään kiinteästi eroteltavissa erillisiksi suhteiksi, kun otetaan huomioon kiintymyksen syvyyden vaihtelu. Kiintymys ei pysy aina samanlaisena, joten ei koirasuhdekaan. Pilkoin empiirisessä analyysissä koirasuhteen kolmeen erilaiseen muotoon siksi, että voidaan hahmottaa selkeämmin kiintymyksen voimakkuuden vaikutusta omistajan kulutuskäyttäytymiseen, jota tulkitsen toisessa näkökulmassa. Tavoitteena ei ollut lokeroida koiranomistajia tietyn koirasuhteen sisään, vaan tarjota peilauspintaa siihen, millaisia kiintymykseen pohjautuvia koirasuhteita voi

olla. Tiivistetysti näkisin, että ihmisen ja koiran suhde on moniulotteinen ja mukautuva suhde, jonka ydin perustuu kiintymykseen sen eri muodoissa.

6.2 Kiintymyssidos kulutuksen muokkaajana

Tutkimuksen toisessa perspektiivissä lähdin tulkitsemaan sitä, millaisena kulutus näytetään koirasuhteessa ja miten koirasuhde vaikuttaa omistajan kulutusvalintoihin. Tulokset osoittavat, että koiranomistajan ja koiran välinen suhde kietoutuu koiraan kohdistuvaan kulutukseen. Peilasin koiranomistajien kulutuskäyttäytymiseen vaikuttavana tekijänä kiintymyssidettä kiintymyksen voimistuessa heikosta vahvaan.

Heikosti kiintyneitä koiranomistajien kulutusta ohjaa taustalla käsitys koirasta eläimenä, jolloin kuluttaminen keskittyy koiran hoidon kannalta välttämättömiin tuotteisiin ja palveluihin. Koiranomistajilla on vankka ymmärrys siitä, että koira on eläin, eikä ihmisen korvike. Koiran luonnollisuuden arvostuksen näen heijastuvan esimerkiksi luonnonmukaisen ruoan hankintaan, jolloin siitä voidaan tavanomaista enemmän maksaa. Kulutuspäätöksiä perusteena ohjaa enimmäkseen tarve ja käytännöllisyys, koska koirasuhde pohjautuu rationaalisuudelle.

Kohtalainen kiintymyssuhde saa koiranomistajan kuluttamaan sekä tarpeen että mielihaluja mukaan. Harkittujen kulutuspäätösten ohella he tekevät myös irratioonaisia ostospäätöksiä osoittaakseen kiintymystään seuraeläimeen. Osittain emotionaalinen kuluttaminen johtuu motiivista sijoittaa koiran henkiseen ja fyysiseen hyvinvointiin. Halu huolehtia koiran hyvinvoinnista asettuu kulutuksessa merkittäväksi motiiviksi, sillä seuraeläimellä on itseisarvo. Kohtalainen kiintymysside saa omistajan myös vähentämään omia kulujaan koiran vuoksi.

Kaikista eniten ja runsaiten kuluttavat vahvasti kiintyneet koiranomistajat. He ovat emotionaalisesti sitoutuneita, joten koiran hyvinvointiin kuluttaminen on ensisijaista. Koiran ollessa heille arvostettu perheenjäsen, esimerkiksi terveydenhoitoon saatetaan panostaa hinnasta riippumatta, jos sillä on mahdollista pidentää lemmikin elinikää (vrt. Brockman, Taylor & Brockman 2008). Vahvasti kiintyneet omistajat uhrautuvat jopa

taloudellisesti osoittaakseen rakkauttaan ja emotionaalista omistautumistaan materiaalisesti. Kulutus on heidän osaltaan avokätistä ja tunnepohjaista.

Kaikkiaan koiranomistajat näyttävät aineiston valossa käytännönläheisiltä kuluttajilta, jotka panostavat koiransa hyvinvointiin, ja toisinaan tai usein paljastavat tunteitaan materian muodossa. Affektiivinen sidos näkyy esimerkiksi koiran syntymäpäivänä tai jouluna annetuilla lahjoilla, vaikka tapa olisi lähinnä omistajan omaksi iloksi. Joskus kuluttajat ovat valmiita kuluttamaan niin paljon kuin on tarpeen huolehtiakseen lemmikistä (esim. Jyrinki 2012.) Tulosten perusteella näyttää siltä, että kulutus tunteellistuu ja runsastuu mitä syvempi kiintymys ihmisen ja koiran välillä on (vrt. Vänskä 2014). Kuluttamalla voidaan osoittaa huolenpitoa, koiran arvoa omistajalle, ja tunteita kuten rakkautta. Emotionaalinen sidos ja kiintymys koiraan näkyy siinä, että omistaja kuluttaa mielellään koiransa hyvinvointia tukeviin hankintoihin tai palveluihin. Koiran itseisarvo saa omistajan huolehtimaan koirasta myös sen itsensä takia. Materiaaliset tavarat ovat ikään kuin osoitus perheenjäsenenä pidettävään koiraan kohdistuvasta rakkaudesta ja huolenpidosta. Koiran avulla voidaan viestiä muille omistajan identiteetistä, varallisuudesta tai siitä, että pitää huolen eläimestään.

Yhtenä tutkimukseni näkökulmana pyrin selvittämään, kuinka koira vaikuttaa omistajan kulutuskäyttäytymiseen aktiivisena subjektina ja kanssakuluttajana. Havaitsin vastaavan ilmiön kuin Jyrinki (2010) väitöstutkielmassaan siitä, että kuluttamisen subjektina lemmikki voi olla inhimillistetty ja siten välinearvotettu. Kuluttajana koira on puolestaan itsearvoinen kulutuksen subjekti. Kulutuksen kohteena koiran puolestaan voi nähdä objektina, esimerkiksi koiraharrastuksen välineenä. Toisaalta kulutuksen kohteena ollessaankin lemmikin passiivinen objektirooli murentuu omistajansa huolenpidon ja keskinäisen luottamuksen vaikutuksesta, jolloin lemmikki on ”väistämättä aktiivinen toimija, joka vaikuttaa ja tulee vaikutetuksi kulutuksen kentässä” (vrt. Jyrinki 2010, 122). Koiraan liittyvässä kulutuksessa koira ei väistämättä asetu joko kulutuksen passiiviseksi objektiksi tai aktiiviseksi subjektiksi, sillä ihmisen ja koiran välisessä vastavuoroisessa suhteessa koira on myös aktiivinen toimija, joka kykenee vaikuttamaan kulutusprosessiin, vaikka se olisi kulutuksen kohteena.

Omien havaintojen pohjalta koira vaikuttaa passiivisena kanssakuluttajana esimerkiksi silloin, kun koira huomioidaan perheen kulutuspäätöksissä, jotka eivät suoranaisesti liity koiraan, kuten auton, vaatteiden tai kodin materiaalivalinnoissa. Aktiivisen toimijan ja tuntevan subjektin roolissa koira osallistuu kulutukseen välittämällä tunteensa kulutuskohteista. Koiran käyttäessä omistajan sille tarjoamia palveluita ja tavaroita, koirasta tulee itsekin kuluttaja. Ihmisen ja koiran välisessä vastavuoroisessa suhteessa koira on myös aktiivinen toimija, joka kykenee vaikuttamaan kulutusprosessiin, vaikka se olisi kulutuksen kohteena. Koira on siten yhtä aikaa kuluttaja, mutta myös keino kuluttaa.

Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että mitä vahvempi koirasuhteen kiintymyssi on, sitä enemmän omistaja ottaa koiransa huomioon päätöksissä, ja sitä enemmän koira osallistuu toimijana siihen kohdistuvaan kulutukseen. Koira ikään kuin neuvottelee kulutuspäätösten taustalla, vaikka omistaja tekee lopullisen valinnan. Kiintymyksen voimistuessa omistaja kuluttaa koiraansa enemmän ja emotionaalisemmin.

7 LOPPUPOHDINTA

Tässä osiossa otan työhön etäisyyttä ja arvioin sitä objektiivisesti. Tarkastelen tutkimuksen eettisyyttä, omaa positiotani tutkijana, valitsemiani menetelmiä, aineiston laatua, tutkimuksen luotettavuutta ja tutkimuksen kontribuutiota tutkimuskentälle. Osaa näistä olen käsitellyt jo työn aiemmissa osioissa, mutta kokoan lankoja yhteen tämän loppupohdinnan muodossa. Lopuksi arvioin tutkimukseni antia ja esitän ehdotuksia jatkotutkimuksia varten.

7.1 Eettisyys ja tutkijan asema

Tutkimukseni sisältää erilaisia päätöksiä, jolloin pohdin seuraavaksi tutkimukseni eettisiä näkökulmia. Tutkimuksessani olen pyrkinyt noudattamaan tutkimuksen tekemisen eettisiä periaatteista kaikissa tutkimukseni vaiheissa. Tutkijana velvollisuuteni on kunnioittaa tutkittavia ihmisiä, varmistaa heidän lupansa tutkimukseen ja selventää miten kerään, analysoin ja levitän tietoa, mitä olen heiltä kerännyt (Grix 2010, 143). Tieteellisessä tutkimuksessa tutkijan tulee huomioida tutkimuksensa luottamuksellisuus, rehellisyys ja tarkkuus sekä varmistaa vastaajien yksityisyys ja suostumus tutkimukselle. Tutkijan tulee välttää tutkittavien vahingoittamista ja harhauttamista. (emt., 145.) Tutkittavien anonyymius tulee varmistaa tutkimuksen aikana (David & Sutton 2004, 19). Pyrin koko tutkimusprosessin ajan avoimeen ja läpinäkyvään tieteelliseen toimintaan.

Tutkimuksen aineiston käsitteli vain tutkija, jolloin sitä ei levitetty kolmansien osapuolien ulottuville. Tutkimukseni aihe ja aineiston keräämisen tapa eivät aiheuttaneet vastaajille haittaa. Keruu tapahtui avoimesti ja julkisesti niin, että halukkaat osallistujat tiesivät tutkimuksen aiheen ja antoivat lupansa aineiston keruuseen. Kyselyn aihe koskettaa monia ihmisiä positiivisessa mielessä eikä ole arkaluonteinen tai ahdistusta aiheuttava, joten oletin sen olevan vastaajille helposti lähestyttävä. Tutkimukseen osallistumiseen liittyvissä kysymyksissä ei mielestäni ole eettistä ongelmaa, koska minun vaikutukseni tutkittaviin on minimaalinen ja tutkittaville osallistuminen oli täysin

vapaaehtoista. Tutkimukseni analyysin ja johtopäätökset kirjoitin tieteellisen raportoinnin mukaan.

Kyselytutkimusta tehdessä on tärkeää, että kysely esitetään asiantuntevasti, jolla ilmaistaan tutkimuksen tärkeys vastaajille (David & Sutton 2004, 170). Sama tavoite näkyi tutkimukseni kutsussa (Liite 2). Esittäydyin haastateltaville yhteiskuntatieteiden maisteriopiskelijana tarkoitukseni käyttää aineistoa vain pro gradu –tutkielmaani. Tutkimuksella oli tarkoitus selvittää vastaajien näkemyksiä koiraan kuluttamisesta ja koiran merkityksestä omistajalleen. Kyselytiedotteessa kerroin vastaajille, että tutkimukseen vastaaminen on täysin vapaaehtoista, jolloin he voivat keskeyttää vastaamisen halutessaan. Kerroin heille lomakkeen viitteellisen täyttöajan. Varmistin tiedotteessa, että vastaukset kerättiin nimettömänä ja otteeni tutkimusaineiston käsittelyyn on luottamuksellinen. Vastaajilla oli mahdollisuus ottaa tutkijaan yhteyttä annettujen yhteydenottotietojen pohjalta. Pysin tutkimustiedotteessani, kuten koko tutkimuksessa siihen, että tarkoitukseni olivat avoimia ja selkeitä vastaajille.

Kyselylomakkeessa kysyin vastaajien sukupuolen, iän, koulutuksen ja muita taustatietoja, mutta heitä ei voi tunnistaa yksittäisinä henkilöinä. Analyysissä käsittelem aineistoa siten, että vastaajien anonymiteetti säilyy. Vastaajien anonymiteetin turvaamiseksi aineistositaattien yhteydessä en mainitse vastaajista mitään tunnistetietoja, kuten ikää tai arkista koirakontekstia, kuten koirien lukumäärää tai rotua. Kyselyn vastauksiin minulla oli vähän vaikutusvaltaa tutkijana, koska kyseessä oli lomakemuotoinen aineistonkeruu. Tutkimuksen analyysiosuudessa ja myöhemmissä tulkinnoissa pyrin tiedon luotettavuuteen eli välittämään vastaajien kokemukset ja ajatukset sellaisina kuin ne ovat aineistossa ilmenneet. Tutkimuksen valmistuttua hävitän tutkimusaineiston, joten kyselyllä kootut vastaukset ovat käytössä vain tutkimuksen ajan.

Seuraavaksi arvioin asemaani tutkijana ja suhdettani tutkimukseen. Tutkijana en voi irtisanoutua arvolähtökohdista kuten en täydellisestä objektiivisuudestakaan (ks. esim. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 161), mutta siksi valitsin neutraalit metodit ja olen rehellinen tekemistäni valinnoista koko prosessin aikana. Myönnän avoimesti subjektiviteettini, ja olevani keskeinen tutkimusväline analyysin ja tulosten osalta (Eskola &

Suoranta 1998, 211). Keskeiseksi piirteeksi tutkimuksen aikana on muodostunut tutkijalle tarvittavan etäisyyden ja asiallisen tutkimusotteen pitäminen, koska tutkimuksen innoittajana toimivat omakohtainen kiinnostus ja kokemus. Pysin tutkimuksen kuluessa pysähtymään ja miettimään omaa asemaani ja ajatuksiani sekä kokonaiskuvan muodostamiseksi että asiallisen otteen ylläpitämiseksi. Riittävää etäisyyttä tutkimusaiheeseen lisäsin teoreettisella pohdinnalla, käsitteellistyksillä ja menetelmillä (ks. esim. Eskola & Suoranta 1998, 35).

7.2 Tutkimuksen arviointi ja luotettavuus

Tässä alaluvussa arvioin keräämäni aineiston laatua ja tutkimukseni luotettavuutta Klaus Mäkelän (1990, 47–48) ajatusten mukaan: arvioin aineistoni merkittävyyttä ja sen yhteiskunnallista paikkaa, aineiston riittävyyttä, analyysin kattavuutta sekä analyysin arvioitavuutta ja toistettavuutta. Tutkimuksen lukijalle tulee kertoa ratkaisuksista, jotta tutkimukseni on arvioitavissa (Eskola & Suoranta 1998, 20).

Tutkimuksen kohteena on selvittää koiranomistajien suhdetta ja kulutusta koiriinsa kulutuksen kontekstissa. Tämä tutkimus on minusta tärkeä, koska aiheita ei ole kovin paljoa Suomessa tutkittu. Tutkittava aihe on ollut yhteiskunnallisesti ajankohtainen tutkimukseni kaksivuotisen keston ajan, ja sillä on yhä annettavaa tutkimuskentälle. Tutkimustyyppinä tutkimukseni tavoittelee Antti Eskolan (1975, 39) määritelmää kuvailevasta tutkimuksesta, jonka tarkoituksena on antaa tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman tarkka kuva.

Aineisto on kerätty verkkopohjaisella, kvalitatiivisella kyselyllä (esim. Jansen 2010). Kyselyllä kerätyn tiedon pinnallisuutta usein kritisoidaan (Alkula, Pöntinen & Ylöstalo 1994, 121) ja pitkissä lomakkeissa tutkimuksen luotettavuus voi kärsiä, jos lomakkeen viimeisiin kysymyksiin vastataan ilman perusteellista pohdintaa (Valli 2015, 87). Kritiikki on osin aiheellista myös oman aineiston kohdalla, koska suurin osa vastauksista oli lyhyitä muutaman sanan tai muutaman lauseen pituisia. Osa vastaajista näki vaivaa ja aikaa kirjoittaakseen pitkiä vastauksia ajatuksen kanssa varsinkin viimeisiin koiraa koskeviin ajatuksiin, joten nämä vastaukset lisäsivät aineiston laatua. Yleensä kyselytutkimusten yhteydessä törmätään vastaajien haluttomuuteen vastata kyselyyn tai

ne nähdään negatiivisessa valossa. Minun tutkimuksessani tätä ongelmaa ei kuitenkaan ollut: innokkaita vastaajia oli paljon, ja tutkimusaihetta kiiteltiin. (vrt. Curtis & Curtis 2011, 142–143.) Tämän tutkimuksen kysymykset ovat toistettavissa olevia, jolloin voidaan olettaa, että vastaukset olisivat samanlaiset toistettaessa samat kysymykset samalle vastaajalle. Tällöin myös soveltamalla käyttämäni analyysimetodia, on mahdollista päätyä samanlaisiin tulkintoihin. (vrt. Eskola & Suoranta 1998, 217.)

Keräämäni aineisto on luonnollinen siten, että aineiston sisältämät vastaukset ovat alkuperäisessä asussaan, siten kuin vastaaja on ne itse kirjannut enkä ole niitä mitenkään muokannut (vrt. Mäkelä 1990, 50). Aineistoa olen käsitellyt ainoastaan kyselyn alussa kysytyjen perustietojen tiivistämisen ja luokittelun muodossa. Suuren osallistujamäärän vuoksi koen aineiston kattavaksi sen saturaation vuoksi. Aineisto osoitti kylläntymisen merkkejä jo parin tunnin sisällä kyselyn julkaisusta, kun osallistujien perusjoukko kasvoi riittävän suureksi. Suurimmaksi virheeksi tutkimuksen tiimoilta kokisin kokemattomuuteni tutkijana muotoilla kyselylomakkeen kysymykset vastaajille riittävän tarkkaan ja ymmärrettävään muotoon. Muutama vastaaja ei ymmärtänyt joitakin kysymyksiä, jolloin niihin ei käytännössä vastattu. Tämä seikka heikentää kyselyn uskottavuutta metodina, koska en ole voinut jälkikäteen täsmentää vastaajille epäselvien kysymysten tarkoitusta, ja toisekseen latistaa minun uskottavuutta tutkijana, kun minulla ei ollut riittävää taitoa laatia kaikista kysymyksistä selviä ja tarkkoja. Toisaalta koen, ettei näin suuren aineiston kohdalla muutama vastaamatta jätetty vastaus suurelta vaikuta tuloksiin, koska pystyin valitsemaan suuresta vastausten joukosta tutkimuksen tarkoitukseen soveltuvat.

Tutkimuksen analyysimetodina käytin sisällönanalyysia ja teemoittelua koodaamalla aineiston käsin. En käyttänyt tietokoneavusteista analyysiohjelmaa, koska koin miellekkäämmäksi tehdä analyysin käsin kuin käyttää aikaa analyysiohjelman opetteluun. Toki tietokoneohjelmalla voi helpottaa laajan aineiston hallintaa (ks. esim. Eskola & Suoranta 1998), mutta vanhanaikaisella käsin koodaamisen tekniikalla pääsin aineiston analyysiin heti käsiksi. Analyysiprosessissa tavoittelin analyysin kattavuutta. Klaus Mäkelän (1990, 53) mukaan analyysin kattavuudella tarkoitetaan sitä, että tulkintoja ei perusteta satunnaisiin poimintoihin vaan analysoidaan kaikki aineiston tapaukset ja samat jäsenystävät eri teemojen sisällöissä. Kirjaan analyysiprosessini ja tutkimus-

tulokseni tarkkaan, jolloin myös lukija kykenee arvioimaan analyysiani ja seuraamaan päättelyäni. Annan tällöin lukijalle mahdollisuuden hyväksyä tai riitauttaa tulkintani (emt., 53; ks. myös Eskola & Suoranta 1998, 218). Sulkusen (1990, 271) mukaan on tärkeää tuoda esille aineiston tulkintojen pohjalla käytetty päättelyn strategia. Tutkimuksen arvioitavuutta olen lisännyt kertomalla analyysiprosessista ja liittänyt työhön taulukot vastaajien perustiedoista sekä analyysin ryhmittelystä.

Olen kautta tutkielman halunnut parantaa luotettavuutta antamalla lukijoille mahdollisimman tarkan kuvan teknisistä ja ajatuksellisista toimenpiteistä, jotka ovat johtaneet raportoituihin tuloksiin (Mäkelä 1990, 59). Raportoin huolella tutkimuksen tekemisestä, toteuttamisesta ja tuloksista. Pyrin tutkimuksessani tulosten ja tulkintojen luotettavuuteen ja tarkkuuteen. Tutkijana oma persoonani on mukana tässä tutkimuksessa, mutta säilytän silti neutraalin otteen aineistoa ja löydöksiä kohtaan.

7.3 Tutkimuksen anti

Aineiston suhteellisen rajatun vastaajajoukon vuoksi tutkimuksen päätelmistä ei ole järkevää tehdä yleistyksiä koko Suomen koiranomistajiin tai heidän kulutukseensa. Lisäksi on huomioitava se seikka, että koska tiedonantajat täyttivät itse kyselyt, ei voida täysin tietää pitävätkö kerrotut tiedot paikkaansa, tai ovatko ne totuudenmukaisia. Siten on vaikea arvioida vastausten vaikutuksia tuloksiin. Tulkintani perustuvat aineistossa annettuihin tietoihin.

Johtopäätösten yleistettävyyden sijaan toivon tarjoavani lisää tietoa koiran ja omistajan keskinäisestä suhteesta, koiriin liittyvistä käsityksistä ja merkityksistä sekä kulutuksesta, joka kohdistuu koiriin. Tutkimuksen tulosten voidaan nähdä tuovan esille erityyppisiä koiranomistajia, koirasuhteita ja kiintymykseen pohjautuvia kulutusmuotoja. Olen pyrkinyt tutkimuksellani tuomaan esille sitä, että koiriin liittyvä kulutus voi saada monimuotoisia, koiran arvoon viittaavia sisältöjä.

Kuten Aylesworth, Chapman & Dobscha (1999) pohtivat sitä, että ymmärtämällä kuluttajan kokemuksia ja suhtautumista lemmikeistään, voidaan avata ymmärrystä kuluttajista itsestään. Tutkimukseni osoittaa sen, omistaja–kuluttajien suhde koiriinsa on

monimerkityksinen ja kiintymykseen pohjautuva. Koiranomistajan ja koiran välinen suhde lävistää koiraan kohdistuvan kulutuksen ensinnäkin siten, että koiraa kohtaan koettu kiintymys materialisoidaan monin eri tavoin, ja toiseksi siten, että koira vaikuttaa kanssakuluttajana kulutuspäätöksiin.

Tutkimukseni anti tuo kontribuutiota ja kiinnostavuutta sekä omalle tieteenalalleni että Human–Animal Bond ja Human–Animal Studies -tutkimusaloille; miksei myös ulkopuoliselle yleisölle. Tämän tutkimuksen ehdottomaksi vahvuudeksi koen sen, että se avaa uutta keskustelua sekä ihmisen ja koiran välisestä suhteesta yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen näkökulmasta että suhteesta kulutuksellisesta näkökulmasta. Kulutustutkimuksen sisällä ihmisen ja koiran suhteen kartoitus kulutuksen aspektista on jäänyt vähäiselle tarkastelulle Suomessa, saati sitten sosiologian alalla. Lemmikkikulutusta on toki tutkittu, mutta ihmisen ja koiran välisen suhteen sekä kulutuksen kontekstin yhdistävää tutkimusta ei tietääkseni ole tehty, sillä en ole löytänyt yhtäkään tutkimusta, joka kytkee toisiinsa nämä kaksi näkökulmaa. Tutkimukseni tuo siis uutta näkemystä niin ihmisen ja eläimen suhteen keskustelulle kuin lemmikkeihin liittyvän kulutuksen keskustelulle.

7.4 Jatkotutkimusehdotuksia

Tutkija Marc Bekoff (2007b) ehdottaa, että suhteemme eläimiin tulisi olla jatkuvan arvioinnin alla. Suhteemme eläimiin muuttuu jatkuvasti, joten alalla on lisätutkimuksille aina tarvetta. Yhteiskuntatieteellisen eläintutkimuksen ja erityisesti sosiologisen eläintutkimuksen piirissä eläimet ovat suhteellisen uusi tutkimuskohde, joten tutkimuksen jatkamiselle on mahdollisuuksia.

Jos haluaa jatkaa tämän tutkimuksen jalanjäljissä, olisi mielenkiintoista seurata millaisia tuloksia syntyisi esimerkiksi haastatteluin kerätyllä aineistolla, sillä kyselyllä kerätty aineisto tahtoo joiltain osin jäädä suppeaksi. Henkilökohtaisilla haastatteluilla ilmiöön voisi pureutua syvemmälle, joten esimerkiksi koirien merkitystä omistajilleen olisi mielenkiintoista avata haastatteluaineiston kautta. Toisekseen myös koiraan kohdistuvan kulutuksen perusteluihin ja piirteisiin voisi saada laajempaa tarkastelupohjaa kysymällä niistä koiranomistajilta suoraan.

Kiinnostavana kulutustutkimuksellisenä aiheena olisi mielenkiintoista selvittää esimerkiksi koiranomistajien kulutuspäätöksiensä eroavuuksia koirarotujen tai koiran ”tarkoituksen”, kuten työkoira–seurakoira -parin välillä, sillä tämän tutkimuksen aineistosta tulkitsin hienoisia eroja ensinnäkin omistajan suhtautumisessa ja toiseksi kulutusvalinnoissa esimerkiksi harrastuskoiraksi määritellyn ja seurakoiraksi määritellyn koiran välillä.

Yhteiskuntatieteelliseen eläinsuhteeseen liittyen muun muassa koirasuhde, millaisena itse sitä tutkin, sinänsä sisältää mielenkiintoisia tutkimusalueita, joita en tässä tutkimuksessa tullut avanneeksi. Esimerkiksi aineistosta ilmeni joidenkin koiranomistajien mukaan koirien kytkeminen elämäntapaan. Koira elämäntapana jäi tässä työssä pimentoon, joten ihmisen ja koiran välisessä suhteessa tai koiraan liittyvässä kulutuksessa elämäntavan merkitystä voisi kartoittaa monipuolisemmin. Toisekseen ihmisen ja koiran välisen kiintymyksen syvällisempään tutkimiseen toivoisin lisätutkimusta.

LÄHTEET

- Aaltola, Elisa. 2008. *Personhood and Animals*. *Environmental Ethics* 30:2, 175–193.
- Aaltola, Elisa. 2015. ”Tappava rakkaus: Itsepetos, empatia ja tarkkaavaisuus.” Teoksessa *Eläimet yhteiskunnassa*, toim. Elisa Aaltola & Sami Keto. Helsinki: Into Kustannus Oy, 285–310.
- Aaltola, Elisa & Sami Keto. 2015. *Eläimet yhteiskunnassa*. Helsinki: Into Kustannus Oy.
- Alasuutari, Pertti. 1994. *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.
- Alasuutari, Pertti. 2001. *Johdatus yhteiskuntatutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Alkula, Tapani, Seppo Pöntinen & Pekka Ylöstalo. 1994. *Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät*. Porvoo: WSOY.
- American Pet Products Association (APPA). 2017. *Pet Industry Market Size & Ownership Statistics*. http://www.americanpetproducts.org/press_industrytrends.asp (Luettu 13.10.2017.)
- Anderson, Elizabeth P.. 2008. *The powerful bond between people and pets: Our boundless connections to companion animals*. Westport, Connecticut: Praeger.
- Archer, John. 1997. ”Why Do People Love Their Pets?” *Evolution and Human Behaviour* 18, 237–259.
- Arluke, Arnold & Clinton R. Sanders. 1996. *Regarding animals*. Philadelphia: Temple University Press.
- Autio, Jaakko, Ari Kuismin, Minna Autio, Henna Syrjälä & Eliisa Kylkilahti. 2014. ”Consumer value journey with pet in multiple service touchpoints.” *Proceedings of XXIV Annual RESER Conference*, 96–106.
- Aylesworth, Andrew, Ken Chapman & Susan Dobcha. 1999. ”Animal Companions and Marketing: Dogs Are More Than Just a Cell in the Bcg Matrix!” *Advances in Consumer Research* 26, 385–391.
- Baudrillard, Jean. 1988. *Selected writings*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Zygmunt. 1992. *Intimations of postmodernity*. London: Routledge.
- Bauman, Zygmunt. 2001. ”Consuming Life.” *Journal of Consumer Culture* 1:1, 9–29.
- Bauman, Zygmunt. 2007. *Consuming life*. Cambridge, Malden, MA: Polity Press.
- Beck, Alan. 2007. ”Benefits of Animal Contact.” Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 841–846.
- Beck, Alan & Aaron Katcher. 1983. *Between Pets and People: The Importance of Animal Companionship*. New York: Putnam.
- Beck, Alan M. & N. Marshall Meyers. 1996. ”Health Enhancement and Companion Animal Ownership.” *Annual Review of Public Health* 17, 247–257.
- Bekoff, Marc. 2002. *Minding Animals: Awareness, Emotions and Heart*. Oxford: Oxford University Press.
- Bekoff, Marc. 2007a. ”Anthrozoology: The Study of Human-Animal Relationships.” Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration*

- of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, xxxv–xxxix.
- Bekoff, Marc. 2007b. *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*. Westport, Conn: Greenwood Press.
- Belk, Russell W. 1996. "Metaphoric Relationships with Pets." *Society and Animals* 4:2, 121–145.
- Berg, Annukka 2011. "Elämää kulutusyhteiskunnassa." Teoksessa *Ihminen ja Ympäristö*, toim. Jari Niemelä, Eeva Furman, Antti Halkka, Eeva-Liisa Hallanaro & Sanna Sorvari. Helsinki: Gaudeamus, 354–361.
- Beverland, Michael B., Francis Farrelly & Elison Ai Ching Lim. 2008. "Exploring the dark side of pet ownership: Status- and control-based pet consumption." *Journal of Business Research* 61, 490–496.
- Birke, Lynda & Jo Hockenhull. 2012. "On Investigating Human-Animal Bonds: Realities, Relatings, Research." Teoksessa *Crossing boundaries: Investigating human-animal relationships*, toim. Lynda Birke & Jo Hockenhull. Leiden: Brill, 15–36.
- Bloor, Michael & Fiona Wood. 2006. *Keywords in Qualitative Methods: A Vocabulary of Research Concepts*. London; Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Boya, Unal. O, Michael J. Dotson & Eva M. Hyatt. 2012. "Dimensions of the dog-human relationship: A segmentation approach." *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* 20, 133–143.
- Bradshaw, John. 2013. *Koiruus: Tiede auttaa ymmärtämään koiraasi*. Suomentanut Eija Valtari. Helsinki: Gemm Oy.
- Brockman, Beverly K., Valerie A. Taylor & Christopher M. Brockman. 2008. "The price of unconditional love: Consumer decision making for high-dollar veterinary care." *Journal of Business Research* 61:5, 397–405.
- Broom, Donald M. & Andrew F. Fraser. 2015. *Domestic animal behaviour and welfare*. 5th edition. Oxfordshire; Massachusetts: CABI.
- Bäcklund, Pia, Kaisa Kuisma, Riikka Rahikainen & Leena Koski. 2014. "Se toinen Leena." Teoksessa *Mutta mikä on tutkimuksen teoreettinen kysymys?: Leena Kosken juhlaKirja*, toim. Päivi Harinen, Mari Käyhkö & Anni Rannikko. Joensuu: University Press of Eastern Finland, 282–296.
- Campbell, Colin. 1987. *The Romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Carter, Bob & Nickie Charles. 2011a. "Human-Animal Connections: An Introduction." Teoksessa *Human and Other Animals: Critical Perspectives*, toim. Bob Carter & Nickie Charles. Basingstone, New York: Palgrave Macmillan, 1–27.
- Carter, Bob & Nickie Charles. 2011b. "Power, Agency and a Different Future." Teoksessa *Human and Other Animals: Critical Perspectives*, toim. Bob Carter & Nickie Charles. Basingstone, New York: Palgrave Macmillan, 236–241.
- Carter, Bob & Nickie Charles. 2016. "The animal challenge to sociology." *European Journal of Social Theory*, 1–19.

- Cavanaugh, Lisa A., Hillary A. Leonard & Debra L. Scammon. 2008. "A tail of two personalities: How canine companions shape relationships and well-being." *Journal of Business Research* 61, 469–479.
- Cerulo, Karen A. 2009. "Nonhumans in Social Interaction." *Annual Review of Sociology* 35, 531–552.
- Charles, Nickie. 2014. "'Animals Just Love You as You Are': Experiencing Kinship across the Species Barrier." *Sociology* 48:4, 715–730.
- Charles, Nickie & Charlotte Aull Davies. 2011. "My Family and Other Animals: Pets as Kin." Teoksessa *Human and Other Animals: Critical Perspectives*, toim. Bob Carter & Nickie Charles. Basingstone, New York: Palgrave Macmillan, 69–92.
- Chen, Annie, Kuang-peng Hung & Norman Peng. 2012. "A cluster analysis examination of pet owners' consumption values and behavior – segmenting owners strategically." *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* 20:2, 117–132.
- Coppinger Raymond & Lorna Coppinger. 2005. *Koira? Ihmisen paras ystävä biologin näkökulmasta*. Suomentanut Katriina Mähönen, Annikki Verkkoniemi & Tiina Ohinmaa. Helsinki: Sanasilta Oy.
- Creswell, John W. 2007. *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd Edition). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Crist, Eileen. 1999. *Images of animals: Anthropomorphism and animal mind*. Philadelphia: Temple University Press.
- Cudworth, Erika. 2011. "Social Intersectionality and Species Relations." Teoksessa *Human and Other Animals: Critical Perspectives*, toim. Bob Carter & Nickie Charles. Basingstone, New York: Palgrave Macmillan, 153–172.
- Curtis, Bruce & Cate Curtis. 2011. *Social Research: A Practical Introduction*. London: SAGE Publications Ltd.
- Cusack, Odean. 1988. *Pets and mental health*. New York: The Haworth Press.
- Daniels, Thomas J. 2007. "Feral Dogs and Humans." Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1114–1118.
- Daston, Lorraine & Gregg Mitman. 2005. "Introduction: The How and Why of Thinking with Animals." Teoksessa *Thinking with Animals. New Perspectives on Anthropomorphism*, toim. Lorraine Daston & Gregg Mitman. New York, Chichester, West Sussex: Columbia University Press. 1–13.
- David, Matthew & Carole D. Sutton. 2004. *Social Research: The Basics*. London: Sage.
- Dawson, Susan Ella. 2012. "Honouring Human Emotions: Using Organic Inquiry for Researching Human-Companion Animal Relationships." Teoksessa *Crossing boundaries: Investigating human-animal relationships*, toim. Lynda Birke & Jo Hockenhull. Leiden: Brill, 113–138.
- DeMello, Marc. 2012. *Animals and society: An introduction to human-animal studies*. New York: Columbia University Press.
- Dotson, Michael J. & Eva M. Hyatt. 2008. "Understanding dog–human companionship." *Journal of Business Research* 61, 457–466.

- Dutton, Diane. 2007a. "Animal Minds and Human Perspectives." Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 930–934.
- Dutton, Diane. 2007b. "Animal Personality and the Human-Animal Bond." Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 139–143.
- Eskola, Antti. 1975. *Sosiologian tutkimusmenetelmät: 2*. Porvoo: WSOY.
- Eskola, Jari. 2010. "Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat: laadullisen aineiston analyysi vaihe vaiheelta". Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: II, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus, 179–203.
- Eskola, Jari & Juha Suoranta. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Fitzgerald, Amy J. 2007. "Sociology and Human-Animal Relationships." Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 955–961.
- Flynn, Clifton P. 2000. "Battered Women and Their Animal Companions: Symbolic Interaction Between Human and Nonhuman Animals." *Society & Animals* 8:2, 99–127.
- Franklin, Adrian. 1999. *Animals and Modern Cultures: A Sociology of Human-animal Relations in Modernity*. London: Sage Publications.
- Fraser, David. 1995. Science, Values and Animal Welfare: Exploring the 'Inextricable Connection'. *Animal welfare* 4:2, 103–117.
- Fudge, Erica. 2008. *Pets*. London, New York: Routledge.
- Gabriel, Yiannis & Tim Lang. 2008. "New Faces and New Masks of Today's Consumer." *Journal of Consumer Culture* 8:3, 321–340.
- Gabriel, Yiannis & Tim Lang. 2015. *The Unmanageable Consumer*. Kolmas painos. Los Angeles: SAGE.
- Grier, Katherine. 2014. "The material culture of pet keeping". Teoksessa *Routledge Handbook of Human-animal Studies*, toim. Garry Marvin & Susan McHugh. Abingdon; UK: Routledge, 124–138.
- Grix, Jonathan. 2010. *The Foundations of Research* (2nd Edition). Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Hamilton, Lindsay & Nik Taylor. 2013. *Animals at Work: Identity, politics and culture in work with animals*. Leiden: Brill.
- Haraway, Donna J. 2008. *When species meet*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Hart, Lynette. 1995. "The Role of Pets in Enhancing Human Well-Being: Effects for Older People." Teoksessa *The Waltham Book of Human-Animal Interaction*:

- Benefits and Responsibilities of Pet Ownership*, toim. Ian Robinson: Exeter: Pergamon, 19–31.
- Harvey, Graham. 2005. *Animism: Respecting the living world*. London: Hurst & Co.
- Hemingway, Ann, Rosie Meek & Caroline Ellis-Hill. 2015. “An Exploration of an Equine-Facilitated Learning Intervention with Young Offenders.” *Society and Animals*, 23:6, 544–568.
- Higgin, Marc. 2012. ”Being guided by Dogs.” Teoksessa *Crossing boundaries: Investigating human-animal relationships*, toim. Lynda Birke & Jo Hockenhull. Leiden: Brill, 73–88.
- Hill, Ronald Paul, Jeannie Gaines & Mark Wilson. 2008. ”Consumer Behaviour, extended-self, and sacred consumption: An alternative perspective from our animal companions.” *Journal of Business Research* 61, 553–562.
- Hines, Linda M. 2003. ”Historical Perspectives on the Human-Animal Bond.” *American Behavioral Scientist*. 47:1, 7–15.
- Hirsjärvi, Sirkka & Helena Hurme. 2000. *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes & Paula Sajavaara. 1997. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Holbrook, Morris B., Debra Lynn Stephens, Ellen Day & Sarah M. Holbrook. 2001. ”A Collective Stereographic Photo Essay on Key Aspects of Animal Companionship: The Truth About Dogs and Cats.” *Academy of Marketing Science Review* 1, 1-17.
- Honkanen, Tanja. 2013. *Turpaterapiaa ja karvaista kaveruutta: Ihmisen ja eläimen välinen suhde sekä eläinten koetut vaikutukset hyvinvointiin ja elämäntyytyväisyyteen*. Psykologian pro gradu –tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto, yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö.
- Horowitz, Alexandra C. 2007. ”Anthropomorfism.” Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 60–66.
- Ilmonen, Kaj. 1993. *Tavaroiden taikamaailma: Sosiologinen avaus kulutukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Ilmonen, Kaj. 1998a. ”Kulutuksen reunaehdot: tulot ja rationaalinen valinta.” Teoksessa *Muutoksen sosiologia*, toim. Elina Saksala. Helsinki: Yle-opetuspalvelut, 101–106.
- Ilmonen, Kaj. 1998b. ”Kulutus ja rutiinit.” Teoksessa *Muutoksen sosiologia*, toim. Elina Saksala. Helsinki: Yle-opetuspalvelut, 107–114.
- Ilmonen, Kaj. 2000. ”Sosiologinen kulutustutkimus: Trendejä ja perspektiivejä.” Teoksessa *Hyvää elämää: 90 vuotta suomalaista kulutustutkimusta*, toim. Kaarina Hyvönen, Anneli Juntto, Pirjo Laaksonen & Päivi Timonen. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus: Tilastokeskus, 188–190.
- Ilmonen, Kaj. 2007. *Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.

- Ilmonen, Kaj. 2008. ”Kulutuksen sosiologinen tutkimus ja kulutussosiologinen tutkimus.” Teoksessa *Kulutuksen pitkä kaari: Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin*, toim. Kirsi Ahlqvist, Anu Raijas, Adriaan Perrels, Jussi Simpura & Liisa Uusitalo. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 326–332.
- Ingold, Tim. 1994. ”From trust to domination.” Teoksessa *Animals and Human Society: Changing Perspectives*, toim. Aubrey Manning & James Serpell. London: Routledge. 1–22.
- Irvine, Leslie. 2004. *If You Tame Me: Understanding Our Connection With Animals*. Philadelphia: Temple University Press.
- Irvine, Leslie. 2013. *My dog always eats first: Homeless people and their animals*. Boulder, Colorado: Lynne Rienner Publishers.
- Jallinoja, Riitta. 1995. ”Sosiologiaa postmodernisuudesta.” Teoksessa *Sosiologisen teorian uusimmat virtaukset*, toim. Keijo Rahkonen. Helsinki: Gaudeamus, 30–54.
- Jallinoja, Riitta. 2004. ”Tunteiden kulutus.” Teoksessa *Arjen talous: Talous, tunteet ja yhteiskunta*, toim. Pertti Jokivuori & Petri Ruuskanen. Jyväskylä: Minerva Kustannus Oy, 122–138.
- Jansen, Harrie. 2010. ”The Logic of Qualitative Survey Research and its Position in the Field of Social Research Methods”. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 11:2, <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1002110>. (Luettu 27.01.2017.)
- Joseph, Cheryl. 2010. ”Exploring the animal-human bond through a sociological lens.” Teoksessa *Teaching the Animal: The Social Sciences*, toim. Margo DeMello. New York: Lantern Books, 157–197.
- Jyrinki, Henna. 2010. *Lemmikinomistajan monet kasvot – Moniparadigmainen tutkimus kuluttajasubjektista lemmikkeihin liittyvässä kuluttamisessa*. Vaasa: Universitas Wasaensis.
- Jyrinki, Henna. 2012. ”Pet-related consumption as a consumer identity constructor.” *International Journal of Consumer Studies* 36, 114–120.
- Jyrinki, Henna & Pirjo Laaksonen. 2007. ”Koiramainen yhteiskuntamme muutoksessa.” *Kulutustutkimus.Nyt* 3:1, 13–28.
- Jyrinki, Henna, Hanna Leipämaa-Leskinen & Pirjo Laaksonen. 2009. ”Lemmikinomistajat ruuan kuluttajina – Tarkastelussa oman ja lemmikin ruuan kulutuksen erot ja yhtäläisyydet.” *Kulutustutkimus.Nyt* 5:1. 53–71.
- Kaarlenkaski, Taija. 2012. *Kertomuksia lehmästä. Tutkimus ihmisen ja kotieläimen kulttuurisen suhteen rakentumisesta*. Joensuu: Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura.
- Kaarlenkaski, Taija & Sari Ung-Lanki. 2013. ”Ikkunoita ihmistieteelliseen eläintutkimukseen.” *Elore* 20:1, 7–12.
- Katcher, Aaron. 2002. ”Animals in Therapeutic Education: Guides into the Liminal State.” Teoksessa *Children and Nature: Psychological, Sociocultural, and Evolutionary Investigations*, toim. Peter H. Kahn & Stephen R. Kellert. Cambridge, Mass: MIT Press, 179–198.

- Kaukio, Leena. 2002. *Koirat lemmikkieläiminä. Kaupunkikoiran ja koiranomistajan välisen suhteen tarkastelua vuosituuhannen vaihteessa*. Sosiologian pro gradu – tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos.
- Keskitalo, Jorma. (suom.). 2011. *Maailman koirat ihmisen ystävinä ja apureina*. Helsinki: Tammi.
- Knuuttila, Seppo. 2009. ”Miltä tuntuu olla joku muu? Pohdintoja ihmisen ja eläimen rajasta.” Teoksessa *Ihmisten eläinkirja: Muuttuva eläinkulttuuri*, toim. Pauliina Kainulainen & Yrjö Sepänmaa. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 103-123.
- Koski, Leena. 2006. ”Koira jälkimodernissa yhteiskunnassa.” Teoksessa *Merkityksellistymisen pohjasäikeet. Kirsi Määttäsen juhlaKirja*, toim. Päivi Kosonen & Tuomas Nevanlinna. Helsinki: Tutkijaliitto, 49–70.
- Koski, Leena. 2011. ”Teksteistä teemoiksi – dialoginen tematisointi”. Teoksessa *Menetelmäviidakon raivaajat: Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan*, toim. Anu Puusa & Pauli Juuti. Helsinki: Johtamistaidon opisto, JTO, 126–149.
- Koski, Leena & Pia Bäcklund. 2012. ”Koiran virka: Susi kaupunkien kaduilla vai ystävä erämaassa?” *Alue ja Ympäristö* 41:2, 22–33.
- Kupsala, Saara. 2011. ”Ihmisen ristiriitainen suhde eläimiin.” Teoksessa *Ihminen ja Ympäristö*, toim. Niemelä, Jari, Eeva Furman, Antti Halkka, Eeva-Liisa Hallanaro & Sanna Sorvari. Helsinki: Gaudeamus, 112–115.
- Kupsala, Saara, Pekka Jokinen, Markus Vinnari & Pasi Pohjolainen. 2011. ”Suomalaisten näkemykset tuotantoeläinten hyvinvoinnista.” *Maaseudun uusi aika* 19:3, 20–35.
- Kupsala, Saara & Salla Tuomivaara. 2004. ”Sosiologinen eläintutkimus – eläinten yhteiskunnallinen merkitys sosiologian tutkimuskohteena.” *Sosiologia* 41:4, 310–321.
- Kupsala, Saara, Markus Vinnari, Pekka Jokinen & Pekka Räsänen. 2016. ”Public Perceptions of Mental Capacities of Nonhuman Animals Finnish Population Survey.” *Society & Animals* 24:5, 445–466.
- Kylkilähti, Eliisa, Henna Syrjälä, Jaakko Autio, Ari Kuismin & Minna Autio. 2016. ”Understanding co-consumption between consumers and their pets.” *International Journal of Consumer Studies* 40, 125–131.
- Laine, Timo. 2010. ”Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma.” Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: II, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus, 28–45.
- Laitila, Teuvo. 2009. ”Mies juotti koiraa ja sai syntinsä anteeksi: Ihmisen ja eläimen suhde islamissa.” Teoksessa *Ihmisten eläinkirja: Muuttuva eläinkulttuuri*, toim. Pauliina Kainulainen & Yrjö Sepänmaa. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 55–72.

- Laitinen, Arja & Sirpa Shemeikka. 2003. "Lemmikkieläimen merkitys tyttöjen ja poikien arjessa." *Nuorisotutkimus* 21:3, 61–73.
- Lakatos, Gabriella & Ádam Miklósi. 2012. "How Can the Ethological Study of Dog-Human Companionship Inform Social Robotics?" Teoksessa *Crossing boundaries: Investigating human-animal relationships*, toim. Lynda Birke & Jo Hockenhull. Leiden: Brill, 187–208.
- Latour, Bruno. 1993. *We Have Never Been Modern*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Latour, Bruno. 2004. *Politics of nature: How to bring the sciences into democracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Levinson, E. M., M. Vogt, W. F. Barker, M. R. Jalongo & P. Van Zandt. 2017. "Effects of Reading with Adult Tutor/Therapy Dog Teams on Elementary Students' Reading Achievement and Attitudes." *Society & Animals* 25:1, 38–56.
- Luomala, Harri. 2000. "Kuluttaminen terapiana." Teoksessa *Hyvää elämää: 90 vuotta suomalaista kulutustutkimusta*, toim. Kaarina Hyvönen, Anneli Juntto, Pirjo Laaksonen & Päivi Timonen. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus: Tilastokeskus, 157–165.
- McEachern, Morven & Fiona Cheetham. 2011. "Pet Ownership and Related Consumption Practices: The Role of Moralization." *European Advances in Consumer Research* 9, 225-230.
- Mead, George Herbert. 1972. *George Herbert Mead on Social Psychology: Selected Papers*, toim. Anselm Strauss. Chicago: University of Chicago Press.
- Metsämuuronen, Jari. 2003. *Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä*. 2. uudistettu painos. Helsinki: International Methelp.
- Metsämuuronen, Jari. 2008. *Laadullisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: International Methelp.
- Miklósi, Ádám. 2007. *Dog behaviour, evolution, and cognition*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Miklósi, Ádám, József Topál & Vilmos Csányi. 2004. "Comparative social cognition: what can dogs teach us?" *ANIMAL BEHAVIOUR* 67:6, 995–1004.
- Moore, Lisa Jean. 2013. "Contexts." *American Sociological Association* 12:1, 12–13.
- Morgan, Karen & Matthew Cole. 2011. "The Discursive Representation of Nonhuman Animals in a Culture of Denial." Teoksessa *Human and Other Animals: Critical Perspectives*, toim. Bob Carter & Nickie Charles. Basingstone, New York: Palgrave Macmillan, 112–132.
- Mustonen, Marianne. 2012. "Eläintutkimus murroksessa." *Saima: Itä-Suomen yliopisto-lehti*, 6–7.
- Mäkelä, Klaus. 1990. "Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet". Teoksessa *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*, toim. Klaus Mäkelä. Helsinki: Gaudeamus, 42–59.
- Määttänen, Kirsti. 2014. "Ihmisen ja koiran yhteiselämä lajienvälisyyden näkökulmasta." Teoksessa *Mutta mikä on tutkimuksen teoreettinen kysymys?: Leena Kosken juhlaKirja*, toim. Päivi Harinen, Mari Käyhkö & Anni Rannikko. Joensuu: University Press of Eastern Finland, 276–280.

- Noro, Arto. 1995. ”Uudemman kulutussosiologian mallit ja figuurit.” *Sociologia* 32:1, 1–11.
- Nortunen, Katja. 2013. *Koiranruokien ekologisuus ja koiranomistajien kulutuskäyttäytyminen*. Opinnäytetyö. Kestävä kehityksen koulutusohjelma. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.
- Nuutinen, Suvi. 2004. *Koiranomistajat kulutusvalintoja ja vakuuttamista järjeilemässä: laskelmointia, rutiinia ja turvanhakuista keskittämistä*. Kuluttajaekonomian pro gradu –tutkielma, Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos.
- Peggs, Kay. 2011. ”Human Primacy Identity Politics, Nonhuman Animal Experiments and the Oppression of Nonhuman Animals.” Teoksessa *Human and Other Animals: Critical Perspectives*, toim. Bob Carter & Nickie Charles. Basingstone, New York: Palgrave Macmillan, 133–152.
- Peggs, Kay. 2012. *Animals and sociology*. Basingstoke; New York: Palgrave Macmillan.
- Pennala, Päivi. 2018. *On koira kotona, perheen arkea jakamassa*. Antropologian pro gradu –tutkielma. Itä-Suomen yliopisto, filosofinen tiedekunta.
- Peoples Dispensary for Sick Animals (PDSA). 2018. *The cost of owning a dog*. <https://www.pdsa.org.uk/taking-care-of-your-pet/looking-after-your-pet/puppies-dogs/the-cost-of-owning-a-dog> (Luettu 13.04.2017.)
- Pivetti, Monica. 2005. ”Ihmisen ja eläimen välisen suhteen kehittyminen länsimaissa.” Suomentanut Paula Hirsjärvi, Jaana-Piia Mäkinie mi & Saara Saunanoja. Teoksessa *Koe-eläin etiikkaa*, toim. Paula Hirsjärvi, Jaana-Piia Mäkinie mi, Saara Saunanoja & Arto Siitonen. Helsinki: Yliopistopaino, 39–54.
- Pohjola, Matti. 2015. *Taloustieteen oppikirja*. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Preece, Rod & Lorna Chamberlain. 1995. *Animal welfare & human values*. Waterloo, Ont., Canada: Wilfrid Laurier University Press.
- Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Puusa, Anu. 2011. ”Laadullisen aineiston analyysi”. Teoksessa *Menetelmäviidakon rai-vaajat: Perusteita laadullisen tutkimuslähestymistavan valintaan*, toim. Anu Puusa & Pauli Juuti. Helsinki: Johtamistaidon opisto, JTO, 114–125.
- Pöntinen, Seppo. 2004. ”Sosiologian tutkimusmenetelmiä”. Teoksessa *Sosiologisia karttalehtiä*, toim. Ismo Kantola, Keijo Koskinen & Pekka Räsänen. Tampere: Vastapaino, 71–91.
- Raevaara, Tiina. 2011. *Koiraksi ihmiselle*. Helsinki: Teos.
- Ratamäki, Outi. 2009a. *Yhteiskunnallinen kestävyys ja hallinta suomalaisessa susipolitiikassa*. Joensuun yliopiston tieteellisiä julkaisuja nro 94. Joensuu: Joensuun yliopisto, yhteiskunta- ja aluetieteiden tiedekunta.
- Ratamäki, Outi. 2009b. ”Luonto, kulttuuri ja yhteiskunta osana ihmisen ja eläimen suhdetta.” Teoksessa *Ihmisten eläin kirja. Muuttuva eläinkulttuuri*, toim. Pauliina Kainulainen & Yrjö Sepänmaa. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 37–51.

- Ruonakoski, Erika. 2011. *Eläimen tuttuus ja vieraus: Fenomenologisen empatiateorian uudelleentulkinta ja sen sovellus vieraslajisia eläimiä koskevaan kokemukseen*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Ruonakoski, Erika. 2015. ”Kiintymyksen lähteillä – koira ja ihminen matkalla tulevaan.” Teoksessa *Eläimet yhteiskunnassa*, toim. Elisa Aaltola & Sami Keto. Helsinki: Into Kustannus Oy, 261–283.
- Räsänen, Pekka. 2000. ”Kulutus, postmodernismi ja elämäntapa.” Teoksessa *Hyvää elämää: 90 vuotta suomalaista kulutustutkimusta*, toim. Kaarina Hyvönen, Anneli Juntto, Pirjo Laaksonen & Päivi Timonen. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, Tilastokeskus, 82–92.
- Räsänen, Pekka. 2008. ”Kulutuksen yksilöllistyminen sosiologisessa tutkimuksessa.” Teoksessa *Kulutuksen pitkä kaari: Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin*, toim. Kirsi Ahlqvist, Anu Rajjas, Adriaan Perrels, Jussi Simpura & Liisa Uusitalo. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 124–148.
- Sable, Pat. 1995. “Pets, attachment, and well-being across the life cycle.” *Social Work* 40:3, 334–341.
- Sanders, Clinton R. 1990. “The Animal ’Other: Self Definition, Social Identity and Companion Animals.” *Advances in Consumer Research* 17, 662–668.
- Sanders, Clinton R. 1993. “Understanding Dogs: Caretakers’ Attributions of Mindedness in Canine-Human Relationships.” *Journal of Contemporary Ethnography* 22, 205–226.
- Sanders, Clinton R. & Arnold Arluke. 2007. “Speaking for Dogs.” Teoksessa *The animals reader: The essential classic and contemporary writings*, toim. Linda Kalof & Amy Fitzgerald. Oxford, New York: Berg. 63–71.
- Sarmicanic, Lisa. 2007. ”Companion Animals.” Teoksessa *Encyclopedia of human-animal relationships: A global exploration of our connections with animals*, toim. Marc Bekoff. Westport, Connecticut: Greenwood Press, 163–174.
- Satopää, Pia. 2013. *Koira-alan markkinat ja koiranomistajien ostokäyttäytyminen Suomessa*. Opinnäytetyö. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.
- Schuurman, Nora. 2010. ”Eläinsuhde, tieto ja asiantuntijuus: tapauksena hevosten pito.” *Sosiologia* 47:1, 41–56.
- Schuurman, Nora. 2012. *”Hevoset hevosina”. Eläimen ja sen hyvinvoinnin tulkinta*. Publications of the University of Eastern Finland, Dissertations in Social Sciences and Business Studies, No. 37. Joensuu: Itä-Suomen yliopisto, Yhteiskuntatieteiden ja kauppatieteiden tiedekunta.
- Schuurman, Nora. 2013. ”Eläin – tavoittamaton tutkimuskohde?” *Elore* 20:1, 13–16.
- Sepänmaa, Yrjö. 2009a. ”Johdanto: Ihmistieteiden anti eläintutkimukselle.” Teoksessa *Ihmisten eläinkirja: Muuttuva eläinkulttuuri*, toim. Pauliina Kainulainen & Yrjö Sepänmaa. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 5–8.
- Sepänmaa, Yrjö. 2009b. ”Jälkisanat: Kulttuuritieteellisen eläintutkimuksen lähtökohdista ja mahdollisuuksista.” Teoksessa *Ihmisten eläinkirja: Muuttuva*

- eläinkulttuuri*, toim. Pauliina Kainulainen & Yrjö Sepänmaa. Helsinki: Palmenia Helsinki University Press, 220–233.
- Serpell, James. 1986. *In the Company of Animals*. Oxford: Basil Blackwell.
- Serpell, James. 2005. "People in Disguise: Anthropomorphism and the Human-Pet Relationship." Teoksessa *Thinking With Animals: New Perspectives on Anthropomorphism*, toim. Lorraine Daston & Gregg Mitman. New York: Columbia University Press, 117–131.
- Serpell, James & Elizabeth Paul. 1994. "Pets and the development of positive attitudes to animals." Teoksessa *Animals and Human Society: Changing Perspectives*, toim. Aubrey Manning & James Serpell. London: Routledge, 127–144.
- Shapiro, Kenneth. 2010. "Psychology and human-animal studies: roads not (yet) taken." Teoksessa *Teaching the Animal: The Social Sciences*, toim. Margo DeMello. New York: Lantern Books, 111–138.
- Shepard, Paul. 1998. *Thinking Animals: Animals and the Development of Human Intelligence*. University of Georgia Press.
- Siniscalchi, Marcello, Carlo Stipo & Angelo Quaranta. 2013. 'Like Owner, Like Dog': Correlation between the Owner's Attachment Profile and the Owner-Dog Bond, toim. Martine Hausberger. PLoS ONE 8:10, e78455. <http://doi.org/10.1371/journal.pone.0078455>. (Luettu 23.04.2018.)
- Society & Animals. 2017. *Instructions for Authors*. Leiden: Brill. http://www.brill.com/sites/default/files/ftp/authors_instructions/SOAN.pdf (Luettu 05.12.2017.)
- Strauss, Anselm L. 1987. *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sulkunen, Pekka. 1997. "Introduction: The New Consumer Society – Rethinking the Social Bond." Teoksessa *Constructing the new consumer society*, toim. Pekka Sulkunen, John Holmwood, Hilary Radner & Gerhard Schulze. Basingstoke: Macmillan, 1–18.
- Sulkunen, Pekka. 1998. Johdatus sosiologiaan: Käsitteitä ja näkökulmia. Juva: WSOY.
- Suomen Kennelliitto. 2017. *Rotujen rekisteröintimäärät 2006-2016*. https://www.kennelliitto.fi/sites/default/files/media/0117rek_kaikki.pdf (Luettu 13.10.2017.)
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2016. *Kotitalouksien kulutus*. Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/ktutk/2016/ktutk_2016_2016-11-03_tie_001_fi.html (Luettu 13.10.2017.)
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2018a. *Kansantalouden tilinpito*. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/vtp/index.html> (Luettu 13.04.2018.)
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2018b. *Kotitalouksien kulutus*. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/til/ktutk/tau.html> (Luettu 13.04.2018.)
- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2018c. *Maakunnat 2016*. Helsinki: Tilastokeskus. <http://tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/maakunta/001-2016/index.html> (Luettu 17.04.2018.)

- Suomen virallinen tilasto (SVT). 2018d. *Suomessa noin 700 000 koiraa*. Helsinki: Tilastokeskus. <http://www.stat.fi/uutinen/suomessa-noin-700-000-koiraa> (Luettu 13.04.2018.)
- Syrjälä, Henna, Ari Kuusmin, Eliisa Kylkilahti & Jaakko Autio. 2014. ”Aina Tassun parhaaks’ – Arvon kokeminen lemmikkikulutuksessa.” *Kulutustutkimus.Nyt* 8:1, 22–44.
- Taylor, Nicola. 2007. ”Never an It’: Intersubjectivity and the creation of animal personhood in animal shelters.” *Qualitative Sociology Review* 3:1, 59–73.
- Taylor, Nik. 2012. ”Animals, Mess, Method: Post-humanism, Sociology and Animal Studies.” Teoksessa *Crossing boundaries: Investigating human-animal relationships*, toim. Lynda Birke & Jo Hockenhull. Leiden: Brill, 37–50.
- Taylor, Nik & Tania D. Signal. 2005. ”Empathy and attitudes to animals.” *Anthrozoös* 18:1, 18–27.
- Toivonen, Timo. 1998. ”Elämäntapa ja kulutus.” Teoksessa *Sosiologia karttalehtiä: Matkaopas yhteiskunnan tutkimukseen*, toim. Keijo Koskinen. Tampere: Vastapaino, 163–179.
- Toivonen, Timo & Pekka Räsänen. 2004. ”Kulutus ja elämäntapa” Teoksessa *Sosiologia karttalehtiä*, toim. Ismo Kantola, Keijo Koskinen & Pekka Räsänen. Tampere: Vastapaino, 233–248.
- Topál, József & Márta Gácsi. 2012. ”Lessons We Should Learn from Our Unique Relationship with Dogs: An Ethological Approach.” Teoksessa *Crossing boundaries: Investigating human-animal relationships*, toim. Lynda Birke & Jo Hockenhull. Leiden: Brill, 163–186.
- Topelius, Tuuli. 2015. *Näin paljon suomalaiset käyttävät lemmikkeihin rahaa kuukaudessa – katso, paljonko muut kuluttavat!* <https://www.is.fi/lemmikit/art-2000000927878.html> (Luettu 13.04.2018.)
- Tuomi, Jouni & Anneli Sarajärvi. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Tuomivaara, Salla. 2015. ”Saako ihmistä sanoa eläimeksi?” Teoksessa *Eläimet yhteiskunnassa*, toim. Elisa Aaltola & Sami Keto. Helsinki: Into Kustannus Oy, 57–73.
- Turunen, Seppo. 2011. *Lemmikkielämää: Ihmisen eläinsuhde ja eläinten hyödyntäminen*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Töttö, Pertti. 1998. ”Tutkimusmenetelmätkin muuttuvat”. Teoksessa *Muutoksen Sosiologia*, toim. Elina Saksala. Helsinki: Yle-opetuspalvelut, 233–242.
- Valli, Raine. 2010a. ”Kyselylomaketutkimus”. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: I, Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*, toim. Juha T. Hakala, Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus, 103–127.
- Valli, Raine. 2010b. ”Vastaaja asettaa tulkinnalle haasteita”. Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: II, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin*, toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus, 236–250.

- Valli, Raine. 2015. "Paperinen kyselylomake." Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: I, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*, toim. Raine Valli & Juhani Aaltola. Jyväskylä: PS-kustannus, 84–108.
- Vastamäki, Jaana. 2010. "Kyselylomaketutkimus: Tutkimusasetelman ja mittareiden valinta". Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin: I, Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*, toim. Juha T. Hakala, Juhani Aaltola & Raine Valli. Jyväskylä: PS-kustannus, 128–140.
- Vilá, Charles, Peter Savolainen, Jesús E. Maldonado, Isabel R. Amorim, John E. Rice, Rodney L. Honeycutt, Keith A. Crandall, Joakim Lundeberg & Robert K. Wayne. 1997. "Multiple and Ancient Origins of the Domestic Dog." *Science* 276: 5319, 1687–1689.
- Vilkka, Leena. 1996. "Ympäristöetiikka – luonnon arvot ja ihmisen asenteet." Teoksessa *Ihmisen suhde luontoon: Luonnon arvottamisen filosofiaa*, toim. Leena Vilkka & Pirkko Pitkänen. Joensuu: Joensuun yliopisto, 29–50.
- Vänskä, Annamari. 2014. "New kids on the mall: babyfied dogs as fashionable co-consumers." *Young Consumers* 15:3, 263–272.
- Vänskä, Annamari. 2016. "'Cause I wuv you!' Pet dog fashion and emotional consumption." *ephemera: theory & politics in organization* 16:4, 75–97.
- Waldau, Paul. 2013. *Animal studies: An introduction*. New York: Oxford University Press.
- Webster, John. 1995. *Animal welfare: A cool eye towards Eden : a constructive approach to the problem of man's dominion over the animals*. Oxford: Blackwell Science.
- Wells, Deborah L. 2004. "The facilitation of social interactions by domestic dogs." *Anthrozoös*, 17:4, 340–352.
- Wolfe, Cary. 2003a. *Animal Rites, American Culture, The Discourse of Species and Posthumanist Theory*. Chigaco: The University of Chigaco Press.
- Wolfe, Cary. 2003b. *Zoontologies: The question of the animal*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Wolfe, Cary. 2010. "Introduction: What is Posthumanism?" Teoksessa *What is posthumanism?*, toim. Cary Wolfe. Minneapolis: University of Minnesota Press, xi–xxxiv.
- Wood, Lisa J., Billie Giles-Corti, Max K. Bulsara & Darcy A. Bosch. 2007. "More Than a Furry Companion: The Ripple Effect of Companion Animals on Neighborhood Interactions and Sense of Community." *Society and Animals* 15:1, 43–56.

LIITTEET

LIITE 1. Kyselylomakkeen runko

1) Taustatiedot

Oletko

- Mies
- Nainen

Syntymävuosi

Asuinpaikkakunta

Mikä seuraavista luonnehdinnoista parhaiten kuvaa asuinympäristöäsi?

- Suuri kaupunki (yli 100 000 asukasta)
- Suuren kaupungin lähiö tai lähiseutu (suuren kaupungin vaikutusalueella/työssäkäyntialueella)
- Pieni tai keskikokoinen kaupunki tai kunta (20 000-10 000 as.)
- Pienempi taajama tai kunta (alle 20 000 asukasta)
- Maaseutu (haja-asutusalue)

Mikä on koulutuksesi? Valitse seuraavista korkein koulutusaste, jonka olet suorittanut.

- Peruskoulu
- Ammattikoulu tai –kurssi
- Lukio tai ylioppilas
- Opistotason ammatillinen koulutus
- Ammattikorkeakoulu
- Korkeakoulu, alemman asteen tutkinto
- Korkeakoulu, ylemmän asteen tutkinto
- Ei mitään näistä

Oletko tällä hetkellä (Valitse yksi vaihtoehto)

- Naimaton
- Avioliitossa
- Avoliitossa
- Asumuserossa
- Leski
- Muu

Millainen perheesi on ja keitä siihen kuuluu?

Monta koiraa sinulla on tällä hetkellä?

Mitä koiria sinulla on tällä hetkellä? Kerro rotu, ikä ja sukupuoli kaikista koiristasi.

Miten kauan sinulla on ollut koiria?

Harrastatko koirasi kanssa jotain?

2) Koiran ruokinta ja herkut

Millaista koiranruokaa koirasi syö? Miksi juuri sitä?

Millaisia herkkuja koirasi saa ja missä tilanteissa? Miksi?

Mitkä seikat ovat tärkeitä koirasi ruokintaa ajatellen?

3) Koiran lelut

Onko koirallasi seuraavia tuotteita?

Valitse ne lelut, jotka koirallasi on. Voit lopuksi kirjoittaa kommenttisi, miksi koirallasi on kyseisiä leluja. Jos tulee mieleen jokin muu kuin mainitut tuotteet, kirjoita alla olevaan laatikkoon mikä lelu on kyseessä ja kommenttisi.

- Pehmolelu
- Lateksilelu
- Täyskumilelu
- Pallo
- Vesilelu
- Narulelu
- Vinkulelu
- Aktivointilelu
- Älypeli
- Jokin muu, mikä?

Vastaa seuraaviin kysymyksiin vapaasti omin sanoin.

Kuinka usein hankit leluja koirallesi? Millä perusteilla valitset niitä?

Miten koirasi suhtautuu hankkimiisi leluihin?

4) Koiran vaatetus

Onko koirallasi seuraavia tuotteita?

Valitse ne vaatteet ja asusteet, jotka koirallasi on. Voit lopuksi kirjoittaa kommenttisi, miksi koirallasi on kyseisiä vaatteita. Jos tulee mieleen jokin muu kuin mainitut tuotteet, kirjoita alla olevaan laatikkoon mikä vaate on kyseessä ja kommenttisi.

Ulkoiluvaatetus

- Villapaita
- Neule
- Haalari
- Toppatakki
- Mantteli
- Sadetakki
- Sadeasu
- Tossut, jalkineet ym.
- Pipo
- Jokin muu, mikä?

Asusteet

- Huppari
- Paita
- Toppi
- Mekko
- Solmio
- Rusetti
- Koruja
- Huivi
- Jokin muu, mikä?

Vastaa seuraaviin kysymyksiin vapaasti omin sanoin.

Kuinka usein hankit vaatteita koirallesi? Millä perusteilla valitset niitä?

Miten koirasi rotu tai muut ominaisuudet vaikuttavat siihen, millaisia vaatteita hankit?

Miten koirasi suhtautuu hankkimiisi vaatteisiin?

Mitä ajattelet koirien vaatettamisesta? Entä asusteista?

5) Koiran tarvikkeet

Onko koirallasi seuraavia tuotteita?

Valitse ne tarvikkeet, jotka koirallasi on. Voit lopuksi kirjoittaa perustelut, mistä syystä koirallasi on kyseisiä tarvikkeita. Jos tulee mieleen jokin muu kuin mainitut tuotteet, kirjoita alla olevaan laatikkoon mikä tarvike on kyseessä ja perustelusi.

Koiran tarpeisiin

- Panta
- Talutushihna
- Valjaat
- Peti
- Viilennystuote
- Vedonestotuote
- Juoksuhausut
- Urossuoja
- Kuonokoppa
- Heijastintuote (kuten huomioliivit, vilkkuvalot ym.)
- Turkinhoito- ja trimmaustuotteita (kuten harja, sakset, shampoo ym.)
- Ahdistus- ja pelkotiloihin tuote (kuten suihke, painepaita ym.)
- Jokin muu, mikä?

Asuminen ja matkustus

- Koiraportti
- Koira-aitaus
- Koirahäkki
- Turvavaljaat
- Kuljetusboksi
- Kantokassi
- Jokin muu, mikä?

Omiin ja perheen harrastuksiin liittyvät tarvikkeet

- Reppu
- Pelastusliivi
- Pyöräilytalutin
- Koiran vetovaljaat
- Jokin muu, mikä?

Vastaa seuraaviin kysymyksiin vapaasti omin sanoin.

Millä perusteilla valitset koirasi tarvikkeet?

Miten koirasi rotu tai muut ominaisuudet vaikuttavat siihen, millaisia tarvikkeita hankit?
Miten koirasi suhtautuu hankkimiisi tarvikkeisiin?

6) Koiraharrastus ja koulutus

Jos harrastat x-harrastusta (nimeä harrastus), mitä olet hankkinut sitä varten ja miksi juuri niitä?

Millaisia koulutustarvikkeita olet hankkinut? Miksi juuri niitä?

Mitä koirasi kanssa harrastaminen merkitsee sinulle?

7) Koiran hyvinvointi- ja muut palvelut

Oletko käyttänyt seuraavia koiriin liittyviä palveluita?

Valitse ne koiriin liittyvät palvelut, mitä käytät tai olet käyttänyt. Voit lopuksi kirjoittaa perustelut, mistä syystä käytät tai olet käyttänyt kyseisiä palveluita. Jos tulee mieleen jokin muu kuin mainitut palvelut, kirjoita alla olevaan laatikkoon mikä palvelu on kyseessä ja perustelusi.

Terveysteen liittyvät palvelut

- Hieroja
- Osteopaatti
- Akupunktio
- Koirauimala
- Koirakylpylä
- Jokin muu, mikä?

Koulutukseen liittyvät palvelut

- Paikallisten koiraharrastusjärjestöjen tarjoama koulutus
- Ongelmakoirakoulutus
- Yksityisohjaus
- Pentukurssi
- Muut kurssit
- Luennot/seminaarit
- Jokin muu, mikä?

Muut palvelut

- Turkinhoitopalvelut (kuten trimmaus, tassujen hoito ym.)
- Koirahoitola

- Koirahotelli
- Päiväkotipalvelu
- Ravitsemusneuvonta
- Koirapuistot
- Jokin muu, mikä?

Vastaa seuraaviin kysymyksiin vapaasti omin sanoin.

Miten koirasi rotu tai muut ominaisuudet vaikuttavat siihen, millaisia palveluita koirasi tarvitsee ja/tai käyttää?

Mitkä seikat ovat tärkeitä valitessasi koirallesi palveluita? Miksi juuri ne?

8) Koiran muistaminen

Vastaa seuraaviin kysymyksiin vapaasti omin sanoin.

Miten koirasi nimipäiviä ja syntymäpäiviä vietetään? Miksi?

Miten koirasi huomioidaan jouluna? Saako se joululahjoja? Miksi?

Onko muita tilanteita missä annat koirallesi lahjoja ja mistä syystä?

Miten koirasi suhtautuu saamiinsa lahjoihin?

9) Koiraa koskevat ajatukset

Vastaa seuraaviin kysymyksiin vapaasti omin sanoin.

Kerro omin sanoin, mitä koirasi sinulle merkitsee? Miten kuvailisit suhdettasi koiraasi?

Mikä on koirasi asema kotonasi tai perheessäsi? Onko koirallasi esimerkiksi tietty työ tai paikka sinun kodissasi?

Miten koirasi vaikuttaa sinun kulutusvalintoihisi? Hankitko sille jotain esimerkiksi hemmotellaksesi, tarpeeseen tms.?

Millä perusteilla hankit uusia tavaroita, vaatteita ym. koirallesi?

Mitä ajattelet koiraasi kuluttamisesta?

Onko jotain mitä haluaisit vielä itse lisätä tai kertoa?

LIITE 2. Tutkimuskutsu

Hyvä koiranomistaja,

Pyydän sinua osallistumaan koiraan kuluttamista koskevaan tutkimukseen vastaamalla oheiseen kyselylomakkeeseen. Kyselyn tarkoituksena on selvittää sinun näkemyksiäsi asiasta ja koirasi merkityksestä sinulle. Jokainen koiranomistaja voi vastata tähän kyselyyn, riippumatta koiran rodusta tai iästä.

Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista ja voit keskeyttää tutkimukseen vastaamisen missä tahansa vaiheessa. Kyselylomakkeeseen vastaaminen katsotaan suostumuksena tutkimukseen osallistumiselle. Kyselyaineistoa käytetään vain aihetta koskevaan pro gradu -tutkielmaan. Antamanne vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti. Tutkimuksen valmistuttua tutkimusaineisto hävitetään.

Kyselyyn vastataan kokonaisuudessaan sähköisesti. Pyydän täyttämään kyselyn huolellisesti. Vastausten pituutta ei ole rajattu, joten voit käyttää kyselyyn sen verran aikaa kuin itse haluat.

Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin 20-30 minuuttia. Vastausaikaa on 31.3.2016 saakka.

Ohjeita vastaamiseen:

Kysely koostuu yhdeksästä osiosta, jotka sisältävät monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä, joihin voit vastata vapaamuotoisesti annettuun tilaan. Jos omistat useamman kuin yhden koiran, voit vastata niin monesta kuin haluat. Pääset kyselyssä eteenpäin sivun alareunan nuolinäppäimistä (Edellinen/Seuraava). Kyselyssä ohjeistetaan vastaamista. Vastauksesi eivät näy kyselyn muille vastaajille. Muista painaa lomakkeen lopussa olevaa Valmis -painiketta, jolloin vastaukset välittyvät tutkijalle.

Tutkimuksesta voi kysellä lisätietoja tai lähettää kommentteja minulle sähköpostilla osoitteeseen (tieto poistettu). Käsittelen kaikki yhteydenotot luottamuksellisesti.

Kiitos arvokkaista näkemyksistäsi!

Anni Jaaranen
YTM-opiskelija
Itä-Suomen yliopisto
Yhteiskuntatieteiden laitos
sähköposti (tieto poistettu)

LIITE 3. Kyselyvastaajien taustatiedot

Tutkimusaineiston vastaajien ikä- ja sukupuolijakauma, luokiteltu aineisto

Ikä	Naisia	Miehiä	Lukumäärä	%-osuus
Alle 20 vuotta	8		8	4 %
21-30 vuotta	84	3	87	48 %
31-40 vuotta	38	3	41	22 %
41-50 vuotta	27	3	30	16 %
51-60 vuotta	11	1	12	7 %
yli 60 vuotta	4		4	2 %
Ei vastausta	1		1	1 %
Yhteensä	173	10	183	100 %

Tutkimusaineiston vastaajien asuinmaakunnat, luokiteltu aineisto

Asuinmaakunta	Lukumäärä	%-osuus
Uusimaa	28	15 %
Varsinais-Suomi	9	5 %
Satakunta	2	1 %
Kanta-Häme	3	2 %
Pirkanmaa	8	4 %
Päijät-Häme	2	1 %
Kymenlaakso	4	2 %
Etelä-Karjala	3	2 %
Pohjois-Savo	8	4 %
Pohjois-Karjala	32	17 %
Keski-Suomi	49	27 %
Etelä-Pohjanmaa	8	4 %
Pohjanmaa	3	2 %
Keski-Pohjanmaa	3	2 %
Pohjois-Pohjanmaa	8	4 %
Kainuu	4	2 %
Lappi	4	2 %
Ei vastausta	4	2 %
Kaksi maakuntaa	1	1 %
Yhteensä	183	100 %

Tutkimusaineiston vastaajien asuinalueet

Asuinalue	Lukumäärä	%-osuus
Suuri kaupunki (yli 100 000 asukasta)	49	27 %
Suuren kaupungin lähiö tai lähiseutu (suuren kaupungin vaikutusalueella / työssäkäyntialueella)	17	9 %
Pieni tai keskikokoinen kaupunki tai kunta (20 000-100 000 as.)	71	39 %
Pienempi taajama tai kunta (alle 20 000 asukasta)	16	9 %
Maaseutu (haja-asutusalue)	30	16 %
Yhteensä	183	100 %

Tutkimusaineiston vastaajien koulutusasteet

Koulutusaste	Lukumäärä	%-osuus
Peruskoulu	6	3 %
Ammattikoulu tai -kurssi	24	13 %
Lukio tai ylioppilas	36	20 %
Opistotason ammatillinen koulutus	23	13 %
Ammattikorkeakoulu	26	14 %
Korkeakoulu, alemman asteen tutkinto	25	14 %
Korkeakoulu, ylemmän asteen tutkinto	43	23 %
Yhteensä	183	100 %

Tutkimusaineiston vastaajien siviilisäätäjakauma

Siviilisäätö	Lukumäärä	%-osuus
Naimaton	53	29 %
Avoliitossa	50	27 %
Avoliitossa	76	42 %
Asumuserossa	1	1 %
Muu	3	2 %
Yhteensä	183	100 %

Tutkimusaineiston kotitalouksien rakenne, luokiteltu aineisto

Kotitalous	Lukumäärä	%-osuus
Yhden hengen talous	39	21 %
Lapseton pari	83	45 %
Yksinhuoltajatalous	7	4 %
Kahden huoltajan lapsiperhe	37	20 %
Muu talous	13	7 %
Ei vastausta	4	2 %
Yhteensä	183	100 %

Tutkimusaineiston vastaajien koirien omistusajat, luokiteltu aineisto

Omistusaika	Lukumäärä	%-osuus
Alle vuoden	10	2 %
1-10 vuotta	70	26 %
11-20 vuotta	53	29 %
21-30 vuotta	30	22 %
31-40 vuotta	12	11 %
41-50 vuotta	6	7 %
51-60 vuotta	2	3 %
Yhteensä	183	100 %

Tutkimusaineiston koirien rotujakauma talouksittain, luokiteltu aineisto

Koiran rotu	Lukumäärä	%-osuus
Puhdasrotuinen	153	84 %
Sekarotuinen	17	9 %
Molempia kotitaloudessa	13	7 %
Yhteensä	183	100 %

LIITE 4. Koiran emotionaalinen merkitys koiranomistajalle

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka
Koira koirana Arvojärjestyksessä viimeinen Yhdessäolo- ja tekeminen Harrastus- ja työkoira	Koiran arvostaminen eläimenä
Perheenjäsen Seuralainen Kumppani Elämäntapa Ystävä Huolenpidon kohde Rasite	Seuraeläin
Luopuminen jostakin koiran vuoksi Koira yli muiden ihmisten Kiintymyksen kohde	Arvostettu toinen
Koira kuin lapsi Koira kuin ihminen Koira ihmissuhteiden lisänä	Inhimillistäminen
Lahjojen antaminen Perhejuhliin sisällyttäminen Koiran syntymäpäivän juhliminen	Emotionaalisen kiintymyksen osoittamisen tapoja
Henkinen rauhoittuminen Elämäntapa Sosiaalinen verkosto Ystäviä harrastuksen kautta Yhdessä vietetty aika Myönteiset tunteet Arjesta irtiotto Mielihyvä koiran puolesta	Harrastus suhdetta syventävänä toimintana

LIITE 5. Koirasuhteen näkyminen kulutuksessa

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka
Välttämättömät tuotteet Käytännöllisyys Rodulle/yksilölle sopivat tuotteet Vain tarpeelliset tuotteet Kestävät tuotteet Edulliset tuotteet Hintaorientaatio Harvoin tai satunnaisesti heräteostoja Uusia tuotteita, jos edelliset rikki/tarjouksessa Hellittelyyn käyttötuotteita tai yhdessä oleminen/tekeminen Kulujen suuri merkitys Hyvää, mutta edullista ruokaa	Heikko kiintymys
Tasapainoilu mielihalujen ja tarpeellisten ostosten välillä Heräteostoja joskus hellittelyyn Yksilöllisyyden huomiointi Ajoittain kulutuksen irrationaalisuus Mielihyvä ostamisesta Koiraan sijoittaminen Laadukkaat tuotteet Hyvinvoinnin tärkeys Hyvää ja laadukasta ruokaa Halu tarjota koiralle hyvä elämä Omien kulujen vähentäminen koiran vuoksi	Kohtalainen kiintymys
Sitoutuminen ja vaivannäkö Heräteostoja usein hellittelyyn Hyvinvointi ensisijaista Kuluilla ei väliä Koiran tarpeet omien edelle Impulsiivisuus Avokätinen kulutus Laadukasta ruokaa hinnasta riippumatta Luopuminen omista kuluista koiran vuoksi	Vahva kiintymys