



UNIVERSITY OF
EASTERN FINLAND

Kuluttajakasvatus kotitalouden oppikirjoissa

Pihla Säteri

Kotitalousopettajakoulutus

Itä-Suomen yliopisto

Filosofinen tiedekunta

Soveltavan kasvatustieteen ja
opettajakoulutuksen osasto

30.4.2022

Itä-Suomen yliopisto, Filosofinen tiedekunta
Soveltavan kasvatustieteen ja opettajakoulutuksen osasto
Kotitalousopettajakoulutus
Säteri, Pihla A.: Kuluttajakasvatus kotitalouden oppikirjoissa
Opinnäytetutkielma, 62 sivua
Tutkielman ohjaaja: Yliopistonopettaja Sanna Talvia
Huhtikuu 2022

Asiasanat: kuluttajakasvatus, kuluttajuus, oppikirja-analyysi, kotitalouden oppikirjat

TIIVISTELMÄ

Kuluttajakasvatus on tärkeä osa, kun peruskoulussa ja kotitalousopetuksessa kasvatetaan nuorta toimimaan yhteiskunnan jäsenenä. Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena oli selvittää, min-kälaisia tavoitteita perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa asetetaan peruskoulussa toteutettavalle kuluttajakasvatukselle ja toisaalta, mitä kuluttajakasvatuksen osa-alueita peruskoulun kotitalouden oppikirjoissa käsitellään. Syvimpänä tarkoituksena oli siis löytää vastaus kysymykseen, vastaavatko peruskoulun kotitalouden oppikirjat kuluttajakasvatuksen osalta perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden tavoitteisiin.

Tutkielman aineistona toimi Opetushallituksen laatimat perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet ja kolme vuosiluokkien 7–9 peruskoulun kotitalouden oppikirjaa. Opetussuunnitelman perusteita analysoitiin soveltuvin osin ja myös oppikirjoista jätettiin analyysin ulkopuolelle tutkimukselle merkityksettömät osat, kuten reseptit. Analyysiin kuului niin otsikot, leipäteksti, erilaiset infolaatikot kuin kuvat ja kuvatekstitkin.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena, jonka apuna käytettiin joitain kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmiä, kuten prosenttiosuuksien laskemista. Analyysimenetelmä tutkimuksessa oli teorialähtöinen sisällönanalyysi, joka tarkoitti sitä, että teorian pohjalta koostettiin oppikirjojen analyysiä ohjaava analyysirunko. Tutkielman taustalla vaikutti tulkinallinen paradigma ja hermeneuttinen tieteenperinne, eli tutkielmassa tutkittiin aineistoa kontekstisidonnaisesti ja pyrittiin tuomaan aineistosta esille asioiden todellinen merkitys.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että kotitalouden oppikirjat eivät ole sellaisenaan riittäviä siihen, että peruskoulun kotitalousopetuksessa voitaisiin kuluttajakasvatuksen opetus pohjata pelkästään niihin. Tulosten perusteella oppikirjat käsittelevät kuitenkin monipuolisesti suurinta osaa kuluttajakasvatuksen teemoista. Tämän tutkielman tulokset helpottavat kotitalousopettajien työtä kuluttajakasvatuksen opettamiseen liittyvien materiaalien tekemisessä, kun on tarjolla tietoa siitä, mitkä aiheet on käsitelty riittävän kattavasti oppikirjoissa ja puolestaan, mihin aiheisiin tarvitsee etsiä materiaalia muista lähteistä.

University of Eastern Finland, Philosophical Faculty

School of Applied Educational Science and Teacher Education

Home economics teacher education

Säteri, Pihla A.: Consumer education in home economics textbooks

Master's thesis, 62 pages

Supervisors: University lecturer Sanna Talvia

April 2022

Keywords: consumer education, consumerism, textbooks analysis, home economics textbooks

ABSTRACT

Consumer education is an important part of educating young people in primary and lower secondary education to become members of society. The purpose of this master's thesis was to find out what kind of goals are set in the basics of the basic education curriculum for consumer education in primary school. And on the other hand, what aspects of consumer education are covered in the home economics textbooks. The target was to find an answer to the question of whether primary school home economics textbooks meet the objectives of the basics of the basic education curriculum in terms of consumer education.

The material of the study was the basics of the basic education curriculum prepared by the National Board of Education and three textbooks for home economics in grades 7-9. The basics of the curriculum were analyzed where applicable, and parts of the home economics textbooks that were not relevant to the research, such as recipes, were also excluded from the analysis. The analysis included headlines, text, various information boxes as well as images and captions.

The study was conducted as a qualitative study, which was aided by some methods of quantitative research such as the calculation of percentages. The method of analysis in the study was theory-based content analysis which meant that an analysis framework was guiding the analysis of textbooks. The background of the dissertation was influenced by the interpretive paradigm and the hermeneutic tradition of science. The dissertation examined the material in a contextual context and sought to bring out the real meaning of things from the material.

Based on the results, it can be concluded that home economics textbooks are not in themselves sufficient to base consumer education in primary school education on them alone. Based on the results however textbooks cover most of the themes of consumer education in a variety of ways. The results of this dissertation facilitate the work of home economists in making materials related to the teaching of consumer education. When information is available on which topics have been covered sufficiently comprehensively in textbooks and in turn on which topics need to be sought from other sources.

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	1
2	TEOREETTINEN JA KÄSITTEELLINEN TAUSTA	3
2.1	Kuluttajuus ja kuluttaja käsitteenä.....	3
2.2	Kuluttajakasvatus	6
2.3	Nuoren kuluttajakäsityksen kehittyminen	10
2.4	Kuluttajakasvatus peruskoulussa.....	11
2.5	Oppimateriaalit.....	12
2.6	Aiempi tutkimus kotitalouden oppikirjoista	15
3	TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET.....	17
4	AINEISTO JA MENETELMÄT	18
4.1	Tutkimusaineisto	19
4.2	Aineiston analyysi.....	23
5	TULOKSET	27
5.1	Yleiskatsaus aineistoon.....	27
5.2	Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet	29
5.3	Kimara kotitalous 7-9	32
5.4	Kotitaloustaito 7-9.....	39
5.5	Onni kotitalous 7-9	44
5.6	Oppikirjojen vertailu perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden mukaisiin vaatimuksiin	49
6	POHDINTA	52
6.1	Luotettavuus ja eettisyys.....	53
6.2	Jatkotutkimusehdotukset	55
	LÄHTEET	56

1 JOHDANTO

Kuluttajakasvatukseen opettamiseen liittyvät kysymykset ovat ajankohtaisia ja tärkeitä teemoja, kun puhutaan peruskoulun kotitalousopetuksesta. Voimassa olevien perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden (Opetushallitus 2016) mukaan kuluttajakasvatukseen aiheet ovat yksi kolmesta kotitalousopetuksen sisältöalueesta. Täytyy muistaa, että koulu ja siellä toimivat oppilaat ja opettajat ovat tiukasti vuorovaikutuksessa ympäröivän yhteiskunnan ja maailman kanssa. Kuluttajakasvatus on siis tärkeässä roolissa peruskoulussa myös siksi, että koulun oppilaat ovat tulevaisuuden yhteiskunnan toimijoita, ja kuluttajakasvatuksella pyritään nimenomaan edistämään yhteiskunnan jäseneltä vaadittavia asenteita, tietoja ja taitoja (Finto.fi 2022; Purutcuoglu & Bayraktar 2004, 443).

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena on tarkastella, onko käytössä olevien kotitalouden oppikirjojen sisällöt riittäviä kattavan kuluttajakasvatukseen toteuttamiseen. Kuluttajakasvatuksen ollessa aihealueena hyvin laaja, voi se esiintyä oppikirjoissa hyvin monessa kohtaa. Opettajana olisi-kin tärkeä tiedostaa, mitkä kaikki oppikirjan teemat todellisuudessa käsittelevät myös kuluttajakasvatusta. Lisäksi tutkimuksen tekeminen perehdyttää minut tutkijana syvälle oppikirjoihin ja tuo tämän myötä lisää osaamista omaan opettajuuteeni.

Kuluttajakasvatukseen teemojen käsitteleminen kotitalousopetuksessa on mielestäni tärkeää myös siksi, että useat kotitalousopettajat kokevat kuluttajakasvatukseen aiheet haastaviksi opettaa. Venäläinen (2015, 82) on tutkimuksessaan havainnut, että jopa 46 % tutkimukseen vastanneista kotitalousopettajista koki kuluttajuuteen liittyvät teemat vaikeimmaksi opettavaksi aihealueeksi kotitaloustunneilla, ja kuluttajateemaa painotetaankin kaikista aihealueista vähiten. Nämä tulokset herättävät kysymyksen siitä, miksi näin on. Johtuuko opettamisen vaikeus kenties riittämättömistä opetusmateriaaleista oppikirjoissa tai verkossa, oppilaiden kiinnostuksen puutteesta aiheeseen vai opettajien omasta kiinnostuksen puutteesta aiheeseen? Tämän pro gradu -tutkielman avulla pyritään vastaamaan siihen, voiko kuluttajakasvatukseen opetuksen vaikeus johtua osaltaan riittämättömistä oppikirjojen opetusmateriaaleista.

Kotitaloustiede on syntynyt monesta eri tieteestä ja tämän vuoksi se on hyvin monimuotoinen tieteenala. Yhtenä kotitaloustieteen kiinnostuksen kohteena on tutkia kotitalouden taloudellista, kulttuurista ja sosiaalista toimintaa. Kotitaloustieteen yhtenä tehtävänä on myös palvella kotitalouden

aineenopettajien koulutusta tuottamalla kotitalouden opetuksessa tarvittavaa käsitteistöä, oppiainetta jäsentäviä rakenteita sekä uutta tietoa kotitalouksien arkipäivän toiminnasta. Tämän tutkielman aihe vastaa tässä kotitaloustieteen kiinnostukseen kotitalouden taloudelliseen toimintaan ja sen tutkimiseen sekä tukee kotitalouden opettajien koulutusta. (Rauma 2003, 203–205.)

Kotitaloustieteen kentällä on tarvetta kuluttajakasvatuksen opetukseen liittyvälle tutkimukselle. Kotitalouden oppikirjoja on tutkittu aiemmin muutamissa opinnäytetöissä, joista yhdessä on tutkittu kuluttajakasvatuksen aiheita. Muuta tutkimusta kuluttajakasvatuksesta ja kotitalouden oppikirjoista ei löydy juuri lainkaan, joten tälle pro gradu -tutkielmalle on todellista tarvetta.

Tässä tutkielmassa esitellään tämän johdannon jälkeen tutkimuksen teoreettinen viitekehys. Teorialuvussa käsitellään ensiksi kuluttajakasvatusta ja siihen liittyviä käsitteitä. Käsitteinä kuluttaja ja kuluttajuus liittyvät oleellisesti kuluttajakasvatukseen, joten niiden käsittelylle on varattu oma alalukunsa. Teoreettiseen ja käsitteelliseen taustaan perehdyttäessä tutustutaan myös nuoren kuluttajakäsityksen kehittymiseen ja kuluttajakasvatukseen peruskoulussa. Teorialuvussa käsitellään myös toista tämän tutkielman pääaihetta, eli oppikirjoja ja verkko-oppimateriaaleja sekä luodaan lyhyt katsaus aiempaan kotitalouden oppikirjoihin kohdistuvaan tutkimukseen.

Tutkielman kolmannessa pääluvussa esitellään tutkielman tarkoitus ja tutkimuskysymykset. Tämän jälkeen tutkielmassa esitellään tutkimusmenetelmä ja -aineisto sekä aineiston analyysi. Viidennessä pääluvussa esitellään vielä tutkimuksen tulokset aineistokohtaisesti, jonka jälkeen vastataan tutkimuskysymykseen omassa alaluvussaan. Lopuksi pohditaan tutkimuksen tuloksia ja peilataan niitä teorialuvussa esitettyyn teoriapohjaan, arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja eettisyyttä sekä esitetään muutama jatkotutkimusehdotus.

2 TEOREETTINEN JA KÄSITTEELLINEN TAUSTA

Jotta kuluttajakasvatuksen tarkasteleminen on järkevää, tulee ensin tutustua kuluttajan ja kuluttamisen käsitteisiin. Tämän luvun tarkoituksena on määritellä tälle tutkielmalle keskeisiä käsitteitä ja aiheita alustavasti siten, että lukija saa jonkinlaisen käsityksen tutkimuksen aiheesta ja siihen liittyvistä käsitteistä. Kuluttajan ja kuluttamisen käsittelemisen jälkeen määritellään kuluttajakasvatus ja sen rooli opetussuunnitelmassa ja peruskoulussa. Näiden lisäksi tiivis katsaus nuorten kuluttajakäsityksen kehittymiseen. Luvun lopussa käsitellään oppikirjoja ja verkko-oppimateriaaleja sekä tehdään lyhyt katsaus aiempaan tutkimukseen kuluttajakasvatuksesta oppikirjoissa.

2.1 Kuluttajuus ja kuluttaja käsitteenä

Kuluttajuudella tarkoitetaan sellaista käyttäytymistä, jossa panostuksen vastineeksi saadaan esimerkiksi mielihyvää, hyvinvointia tai parempaa elämänlaatua. Panostuksella voidaan tarkoittaa joko energiaa, rahaa tai muita vastaavia panoksia. (Csikszentmihalyi 2000, 267.) Kuluttajuus on aina siis jonkinlaista vaihtokaupan tekemistä, ja sen päätarkoitus on lisääntyvä kuluttaminen, eli se että kuluttajat ostavat palveluita ja tavaroita aina enenevässä määrin (Schmitt, Brakus & Biraglia 2021, 4). Kuluttajuuden vaihtokauppa voi kohdistua niin konkreettiseen tuotteeseen kuin johonkin palveluunkin.

Edellä mainittiin, että kuluttajuudella pyritään tuottamaan vaihtokaupan seurauksena mielihyvää, hyvinvointia tai parempaa elämänlaatua. Kuluttajuudessa voidaan tuottaa mielihyvää joko yksilölle itselleen tai vaihtoehtoisesti koko yhteiskunnalle. Kuluttajuudelle voidaankin nähdä kaksi eri merkitystä, joista ensimmäinen liittyy nimenomaan yksilön tarpeen tyydyttämiseen ja mielihyvän luomiseen. Toinen kuluttajuuden merkitys on se, että kuluttaja voi ilmentää kuluttamisen kautta omia arvojaan. Tähän omien arvojen ilmentämiseen liittyy kuluttajuuden yhteiskunnallinen merkitys, sillä esimerkiksi myös yritykset ilmentävät omia arvojaan kuluttajuuden avulla. (Jones, Hillier, Comfort & Eastwood 2005, 35.)

Kuluttajuuteen liittyy myös sosiaalinen ja kestävä ulottuvuus. Kuluttajuuteen liittyy se, että siinä pyritään tarjoamaan kuluttajille tietoa sosiaalisesti kestävästä valinnoista. Kestäväällä kulutuksella

tarkoitetaan kuluttajuuden tavoin toimintaa, joka tyydyttää perustarpeet ja tuottaa parempaa elämänlaatua, mutta on ympäristöystävällisempää. Kestävään kulutukseen liittyy siis resurssien kestävä käyttö, ylikulutuksen vähentäminen ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksuminen. Myös kierrättäminen, jätteen vähentäminen ja resurssien kestäväan käyttöön liittyvä tehokas luonnonvarojen käyttö ovat osa kestäväa kulutusta. (Janhonen, Mattila, Mesiranta, Kouhia, Autio & Närvänen 2020, 6; Lamberg 2009, 84.)

Kestävä kulutus ei rajoitu kuitenkaan ainoastaan tuotteiden ekologisuuteen, vaan siinä tulee ottaa huomioon myös laajemmat ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden merkitykset (Lamberg 2009, 98). Esimerkiksi eettisten tuotteiden tai palveluiden kuluttaminen, konkreettisen toiminnan arvottaminen ja merkitysten luominen ovat osa kestäväa kulutusta (Janhonen ym. 2020, 6; Luukkonen 2020). Kuluttajan tulisi siis ottaa huomioon kulutus päätöksiä tehdessään itse tuotteen tai palvelun lisäksi se, miten sitä on tuotettu tai kehitetty, eli tuotteiden alkuperä ja valmistusolosuhteet (Cronberg 2008, 138).

Kuluttaja voi siis omilla kulutustottumuksillaan sekä tuotteita ja palveluita käyttämällä vaikuttaa kuluttamisen kestävyuteen, sillä kuluttaminen aiheuttaa tietynlaisen ketjureaktion, jossa tuotetaan juuri niitä tuotteita, joita kuluttajat haluavat kuluttaa. Kestävä kulutus on yksi planeettamme säilymisen peruskysymyksiä (Cronberg 2008, 136) ja siihen pyritäänkin vaikuttamaan erilaisten strategioiden ja ohjelmien avulla. Näitä ovat muun muassa ilmastostrategiat, YK:n kestäväan kehityksen tavoitteet, kiertotalous, EU:n yhdenmetytuotepoliittinen ja kestäväan kulutuksen ja tuotannon toimienpideohjelma, Pohjoismaiden ministerineuvoston ympäristöohjelma sekä vihreä talous ja kasvu. (Nissinen, Lähtenoja, Alhola, Antikainen, Kaljonen, Kautto, Kuosmanen, Lippo & Salo 2017, 13–18.)

1800-luvun alussa kuluttajalla viitattiin sellaisiin ihmisiin, jotka käyttivät energiavaroja, julkisia peruspalveluita, kuten vettä, hiiltä tai kaasua, tai kuuluivat kulutusverotuksen, kuten valmisteveron piiriin (Trentmann 2008, 19). Kuluttajan määritelmä on kuitenkin muuttunut vuosisatojen aikana, mutta nykyäänkään kuluttaja ei ole käsitteenä helposti ja yksiselitteisesti määriteltävissä. Kuluttajalle on muodostunut niin kutsuttu yleismääritelmä, joka kuvaa kuluttajaa laajasta näkökulmasta. Kuluttajalla tarkoitetaan henkilöä, joka hankkii tavaroita ja palveluksia. Olennaista kuluttajan määritelmässä on se, että hankitut tavarat ja palvelukset tulevat omaan käyttöön ilman myyntitarkoi-

tusta. Kuluttajan voidaan siis sanoa olevan yksilö, joka hankkii ja käyttää erilaisia hyödykkeitä. Määriteltäessä kuluttajan käsitettä tulee ottaa huomioon myös kuluttajan sosiaalinen vuorovaikutus ja kanssakäyminen muiden kanssa. (Heinonen & Raijas 2005, 9.)

Kuluttaja ei kuitenkaan ole yleismaailmallinen yksi iso ryhmä, vaan se koostuu useista pienemmistä alaryhmistä. Näillä ryhmillä on jokaisella omat erilaiset roolit, intressit ja tarpeet. Kuten jo aiemmin on mainittu, kuluttajan käsitteeseen tulee liittää myös sosiaalinen vuorovaikutus, ja kuluttaja nähdäänkin ennen kaikkea aktiivisena toimijana, jossa korostuu se, että kuluttaminen on sosiaalista toimintaa. (Heinonen & Raijas 2005, 14.) Claus Offe (1984, 228) puolestaan kuvaa kuluttajaa ennemminkin abstraktina kategoriana kuin selvästi rajattuna ja jäsentyvänä yksilöiden kokonaisuutena. Kategorioiden määrittelevinä tekijöinä Offe näkee lähes jokaiselle yksilölle ominaiset sosiaalisen toiminnan ulottuvuudet.

Tarkasteltaessa kuluttajan käsitettä yleismääritelmää tarkemmin ja eri näkökulmasta, laajentuu kuluttajan käsite. Käsitteen määritelmiin tulee mukaan termejä kuten valinta ja valinnan vapaus, sosiaalinen erottautuminen, elämäntyylin heijastaminen, mielihyvän tavoittelu sekä identiteetin rakentaminen.

Moderni markkinatalous perustuu valinnalle ja kuluttajan valinnanvapaudelle. Valintaan ja valinnanvapauteen liittyy vahvasti myös kulutusyhteiskunnan informaatiotulva, joka mahdollistaa ihmisille valintojen tekemisen erilaisten vaihtoehtojen välillä. Kuluttajan valinnanvapauteen liitetään myös yksilön vapaus, ja mikäli yksilöllä ei ole valintamahdollisuuksia, hän on vaarassa syrjäytyä ja joutua automaattisesti alistetuksi. (Heinonen & Raijas 2005, 9–10.)

Kuten aiemmin on jo määritelty, kuluttajalla on myös sosiaalinen ulottuvuus. Modernissa yhteiskunnassa voidaankin nähdä, että kulutus on yksi sosiaalisen erottautumisen keino. Sosiaalinen erottautuminen näkyy muun muassa yksilön elämän tyyliä, ja elämäntyylin onkin sanottu heijastuvan kulutukseen. (Heinonen & Raijas 2005, 11–12.)

Kuluttajaan liitetään usein myös identiteetin käsite. Jokaisella yksilöllä on jokin kuluttajaidentiteetti, joka ei välttämättä ole pysyvä. Kuluttajan identiteetin muuttumisen lisäksi kuluttajat eivät muutenkaan ole aina täysin johdonmukaisia, vaan tilanteesta riippuen kuluttaja voi omaksua erilaisia rooleja ja jopa muuttaa omaa persoonaansa. Kuluttajan valintoja voi muovata esimerkiksi mielihyvän tavoittelu. (Heinonen & Raijas 2005, 12.)

Kuluttajan määritelmä ei siis ole suoraviivainen ja kuluttajia on monenlaisia, riippuen aikakaudesta ja toimintaympäristöstä. Heinonen ja Raijas (2005, 14) esittävät kirjassaan yhdeksän eri kuluttajakuvaa, jotka on jaettu kolmeen eri kuluttajan toimintaympäristöön. Kuluttajakuvia ovat valitsija, löytöretkeilijä, kommunikoiva kuluttaja, uhri, aktivisti, identiteetin rakentaja, hedonisti, kapinallinen ja kansalainen. Toimintaympäristöjä ovat puolestaan kotitalous, markkinat ja julkinen sektori eli valtio ja kunnat sekä kolmas sektori eli kansalaisyhteiskunta. Heinonen ja Raijas (2005, 15) toteavat, että taloudellisen toiminnan päämääränä tulisi olla kotitalouksien hyvinvointi, eli hyvinvoinnin tulisi olla eri kuluttajan toimintaympäristöjen ja niihin liittyvien kuluttajaroolien keskiössä.

2.2 Kuluttajakasvatus

Kuluttajakasvatukselle on olemassa useamman lähteen mukaan pääpiirteittäin melko yhtenäinen määritelmä, mutta joiltain osin lähteet kuitenkin poikkeavat toisistaan. Yhtenäistä määritelmille on kuitenkin se, että kuluttajakasvatuksella tarkoitetaan sellaista kasvatusta, jolla pyritään edistämään yhteiskunnan jäseneltä vaadittavia arkisia asenteita, tietoja ja taitoja (Finto.fi 2022; Purutcuoglu & Bayraktar 2004, 443). Näitä taitoja voivat olla esimerkiksi tunnetaidot, erilaiset käytännön taidot sekä taidot tehdä valintoja (Opetushallitus 2021b; Pohjoismaiden ministerineuvosto 2019, 20). Asenteiden, tietojen ja taitojen lisäksi kuluttajakasvatus tukee kriittisyyttä, vastuullisuutta ja kestävä kehityksen mukaisia valintoja (Finto.fi 2021).

Edellisen määritelmän ulkopuolelta kuluttajakasvatuksen määritelmään voidaan lisätä maininta ongelmanratkaisukyvyyn edistämisestä (Opetushallitus 2021b). Lisäksi voidaan todeta kuluttajakasvatuksen keskittyvän sellaisiin asenteisiin ja ymmärrykseen, joita kuluttajat tarvitsevat elämään ja tehdäkseen monenlaisia valintoja kulutusyhteiskunnassa (Purutcuoglu & Bayraktar 2004, 443). Sekä ongelmanratkaisukyky että asenteiden ja ymmärryksen kehittäminen ovat mielestäni tärkeä osa kuluttajakasvatusta, ja niiden merkitys tulee esille myös kuluttajakasvatuksen osa-alueiden käsitelyssä.

Edellä esitellyissä kuluttajakasvatuksen määritelmässä nousee selkeästi esille yksilön kehittäminen siten, että hän voi toimia osana yhteiskuntaa. Tällöin puhutaan niin sanotusta minäkeskeisestä kuluttajakasvatuksesta, joka on hyvin perinteinen tapa toteuttaa kuluttajakasvatusta. Nykyään minäkeskeisen kuluttajakasvatuksen ja yksilön tarpeiden täyttämisen rinnalle tulisi nostaa laajempi ajattelu kuluttamisesta ja tuotteen elinkaaresta. Tämä tuleekin hyvin esille kuluttajakasvatuksen

määritelmässä, kun puhutaan kriittisyydestä, vastuullisuudesta ja kestäväen kehityksen mukaisista valinnoista. (Benn 2002, 172.)

Kuluttajakasvatuksesta puhuttaessa on tärkeää myös nostaa esille kuluttajakasvatuksen tavoitteita. Kuluttajakasvatuksen tavoitteet ovat pitkälti samankaltaisia kuluttajakasvatuksen määritelmän kanssa, sillä tavoitteena on tukea oppilaiden kasvua vastuullisiksi kuluttajiksi sekä valmistaa yksilöitä kehittämään taitoja ja ymmärrystä, jotta he voisivat käyttää mahdollisimman tehokkaasti käytössään olevat resurssit (Opetushallitus 2021b; Nelson 1977.) Kuluttajakasvatuksessa siis pyritään muun muassa asenteita, tietoja ja taitoja kehittämällä kasvattamaan vastuullisia kuluttajia, jotka osaavat edelleen kehittää omia taitojaan ja ymmärrystä.

Käytännössä kuluttajakasvatusta tulisi lähestyä kahdesta eri näkökulmasta, kuluttajan ja tuottajan. Kuluttaja voi toimia kerrallaan yhdessä tai monessa roolissa ja on tärkeää, että hän silloin tiedostaa toimintansa vaikutuksen kaikista häneen liittyvistä näkökulmista käsin. Kuluttaja voi toimia joko aktiivisena tai passiivisena kuluttajana tai sekä että. (Benn 2002, 173.)

Kuluttajakasvatus voidaan jakaa eri osa-alueisiin sen teemojen perusteella. Taulukkoon 1 on koottu kuluttajakasvatuksen osa-alueita neljän eri lähteen perusteella. Taulukossa ylimpänä ovat ne osa-alueet, jotka on mainittu useimmissa lähteissä ja alimpana ne, jotka on mainittu vain yhdessä lähteessä. Taulukkoon valituissa lähteissä kuluttajakasvatuksen osa-alueet oli määritelty niin selkeästi, että ne kyettiin erottelemaan toisistaan erillisiksi osa-alueiksi.

Taulukon lähteistä Ruokatieto (2008) ja Opetushallitus (2021b) ovat verkkolähteitä. Ruokatieto (2008) on Ruokatiedon verkkosivuilla oleva uutinen, joka pohjautuu kuluttajaviraston tekemään selvitykseen oppikirjojen sisältämästä kuluttajatiedosta. Tämä selvitys ei ole enää saatavilla. Opetushallituksen (2021b) verkkosivuilla esitellään puolestaan materiaalia kotitalousopetuksen S3-sisältöalueen opettamiseen. Verkkosivuilla on määritelty kuluttajuutta ja kuluttajataitojen opetusta nimenomaan suomalaisessa kotitalousopetuksessa. Kolmas taulukossa käytetty lähde on Pohjoismaiden ministerineuvoston (2010) laatima ehdotus kuluttajakasvatuksen sisällöiksi ja tavoitteiksi. Tämä ehdotus on sarjassaan kolmas samankaltainen asiakirja, ja sen tekemisessä on ollut mukana ministeriöitä, virastoja ja neuvostoja Virosta, Suomesta, Tanskasta, Norjasta ja Ruotsista. Viimeisenä lähteenä taulukossa on käytetty Purutcuoglun ja Bayraktarin (2004) tekemää tutkimusta, jossa selvitetään kuluttajakasvatuksen tarvetta lukioikäisten oppilaiden keskuudessa. Tutkimus on toteutettu Turkissa Ankaran yliopistossa Perheiden ja kulutuksen tutkimuksen laitoksella.

Taulukko 1. Kuluttajakasvatuksen osa-alueet lähteittäin

Kuluttajakasvatuksen osa-alue	Ruokatieto, 2008	Opetushallitus, 2021b	Pohjoismaiden ministerineuvosto, 2010	Purutcuoglu & Bayraktar, 2004
Kuluttajan oikeudet ja vastuut	x	x	x	
Media (lukutaito)	x	x	x	
Yksityistalous	x		x	
Kestävä kulutus			x	x
Markkinointi ja vaikuttaminen	x		x	
Ympäristö ja etiikka	x	x		
Turvallisuus	x			
Arvot				x
Päätöksentekoprosessit ja tavoitteiden saavuttaminen				x
Elintarvikkeet	x			
Kyky tehdä ostoksia ja hankintoja		x		
Teknologia lukutaito			x	
Kotitalouden hallinta ja osallisuus			x	
Ymmärrys talousjärjestelmästä				x

Taulukosta 1 nähdään, että oleellisimpina kuluttajakasvatuksen osa-alueina pidetään kuluttajan oikeuksia ja vastuita, yksityistaloutta, mediaa ja sen lukutaitoa, kestävästä kulutuksesta, markkinointia ja vaikuttamista sekä ympäristöä ja etiikkaa. Kuluttajan oikeudet sekä media ja sen lukutaito oli mainittu kolmessa, ja muut kahdessa lähteessä neljästä. Loput kuluttajakasvatuksen osa-alueet oli mainittu vain yksittäisissä lähteissä, mutta teemoiltaan nämäkin osa-alueet liittyvät kuluttajakasvatuksen määritelmiin, joita on esitetty useammissakin lähteissä.

Kuluttajan oikeudet ja vastuut ovat osa kuluttajakasvatusta ja kuluttajakauppaa. Kuluttajan tulee tietää ja tuntee kaupankäyntiä koskevat säännöt ja lait sekä pystyä noudattamaan niitä omassa toiminnassaan. Oikeuksiin ja vastuisiin kuuluu esimerkiksi erilaiset sopimukset, markkinointi ja perintä, ja näiden tarkoituksena on kuluttajan edun suojeleminen. Kuluttajan oikeudet ja vastuut -

osa-alueen keskeisiä sisältöjä ovat kuluttajalainsäädäntö, kaupankäynnin muodot, sosiaalisesti kestävä ja vastuullinen kulutus, kuluttajaneuvonta sekä verkkomarkkinat. (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 34–35.)

Yksityistaloudella tarkoitetaan kotitalouden hallintaan liittyvien taloustaitojen osaamista. Taloustaitoihin kuuluu kyky tunnistaa oma taloudellinen tilanne ja toimia vastuullisesti sen puitteissa sekä kyky hankkia ja arvioida oman lähiympäristön hallintaan liittyvää tietoa. Myös ennakointi ja tulevaisuusajattelu kuuluvat yksityistalouden alle. Yksityistalouden keskeisiä sisältöjä ovat taloudenhallinnan periaatteet, yksityistalouden rahavirrat, yksityistalouden säädökset sekä taloudelliset vaikeudet. (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 35.)

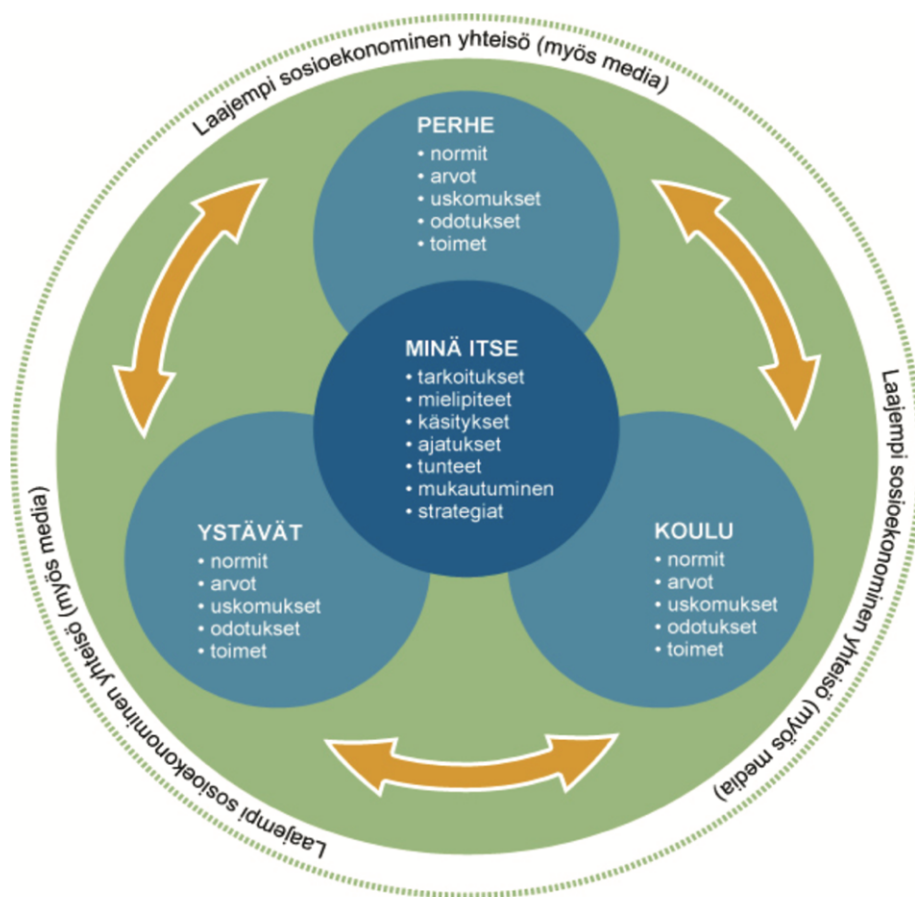
Medialukutaidolla tarkoitetaan yksilön kykyä toimia eri tavoin eri medioissa. Toiminta voi olla joko tekstien lukemista, tulkitsemista tai luomista. Medialukutaidon voidaan sanoa olevan osa oman elämän hallintaa, sillä se on sellaista tajua, tietoisuutta ja autonomiaa, joka antaa taidon itsenäiseen ja kriittiseen pohdintaan. Medialukutaitoon kuuluu myös taito suunnistaa ja luoda myös itse sisältöä mediaympäristössä taidokkaasti ja vastuullisesti. Medialukutaidon keskeisiä sisältöjä ovat kuluttajateknologia ja mediaympäristö, teknologian ja median valinta ja käyttö, osallistuminen sekä turvallisuus ja suojautuminen. (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 32.)

Markkinointi ja vaikuttaminen on yksi kuluttajakasvatuksen osa-alueista. Markkinoinnilla tarkoitetaan asiakkaan eli kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välistä vuorovaikutusta. Vuorovaikutusta voi tapahtua monella eri tavalla ja tällöin voidaankin puhua kaupallisen vaikuttamisen eri keinoista ja työkaluista. Markkinoinnin ja vaikuttamisen osa-alueen keskeisiä tavoitteita ovat markkinoinnin ja median vaikutukset yksilöön ja yhteiskuntaan, kuluttajaviestinnän menetelmät ja strategiat, markkinoinnin ja mainonnan perussäännöt, sosiaalisesti kestävä kulutus ja markkinointi sekä kuluttajan teknologia ja mediaympäristö. (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 36.)

Ympäristön ja etiikan osa-alue on mainittu kahdessa lähteessä ja lopuissa kolmessa on käytetty kestävän kulutuksen käsitettä. Kuten jo edellisessä alaluvussa on todettu, kestävään kulutukseen kuuluu sekä ympäristönäkökulma että kulutuksen eettinenkin puoli. Tämän vuoksi ei ole välttämätöntä pitää ympäristön ja etiikan sekä kestävän kulutuksen osa-alueita toisistaan irrallisina, vaan ne voisi yhdistää.

2.3 Nuoren kuluttajakäsityksen kehittyminen

Pohjoismaiden ministerineuvoston laatimassa kuluttajakasvatuksen strategiassa (2010, 20) todetaan kuluttajakasvatuksen tavoitteen olleen perinteisesti opettaa peruskoulussa aikuisiässä vaa-
dittavia tietoja, taitoja ja asenteita. Painopiste tavoitteessa on kuitenkin muuttunut siten, että nykyään painotetaan enemmän elämäntyylejää, arvoja ja omien valintojen pohdintaa. Koska tavoite on muuttunut, voidaan todeta myös, että perinteiset kuluttajakasvatuksen menetelmät ovat vanhentuneita, ja niillä on vain vähän vaikutusta nuorten kulutustottumuksiin. Nuoret rakentavat näkemyksensä omasta kuluttajaidentiteetistään ja hyvästä kuluttamisesta ennemminkin kulutusta koskevien normien, arvojen, uskomusten ja odotusten sekä median kautta kuin koulun pohjalta. Myös perheellä ja ystävillä on merkittävä rooli nuorten näkemyksiin kuluttamisesta. Nuorten kuluttajakäsityksen kehittymistä voidaankin kuvata ympyräkaaviolla (kuvio 1), jossa nuori itse on keskiössä ja sen ympärillä toimivat perhe, ystävät ja koulu toisiinsa vaikuttaen. Kaiken tämän ympärillä on vaikuttamassa vielä laajempi sosioekonominen yhteisö, kuten media. (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 25.)



Kuvio 1. Kuluttajakompetenssien oppiminen (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 26)

Nuorilla sanotaankin olevan kuluttamiseen kaksi erilaista suhdetta. Ensinnäkin nuori voi toimia itse suoraan kuluttajana, jolloin hän muodostaa oman kuluttamisensa pohjalta tietynlaista kuluttajuuteen liittyvää minäkuva. Kuluttajuuden pohjalta muotoutunut minäkuva näkyy nuoren elämässä jatkossa muun muassa koulutusvalinnoissa sekä nuoren suhtautumisessa lapsiin, aikuisiin tai työelämään. Nuorilla on kuluttajuuteen myös epäsuora suhde. Epäsuoralla suhteella tarkoitetaan sitä, että nuoren elämässä mukana olevien kolmansien osapuolien, kuten perheen, kuluttaminen vaikuttaa siihen, kuinka nuori näkee kuluttamisen. Perheen lisäksi kolmansia osapuolia voivat olla myös ystävät tai koulu. (Benn 2004, 108–113.)

Kuviosta 1 nähdään, että laajempi sosioekonominen yhteisö vaikuttaa nuoren itsensä lisäksi myös ystäviin, perheeseen ja kouluun, eli edellä mainittuihin nuoren elämässä mukana oleviin kolmansien osapuoliin. Tästä voisikin päätellä, että sosioekonomisella yhteisöllä, kuten medialla, on hyvin vahva vaikutus nuoren kuluttajakäsityksen kehittämisessä.

2.4 Kuluttajakasvatus peruskoulussa

Kuten edellä on huomattu, kuluttajakasvatus on käsitteenä hyvin monimuotoinen ja laaja. Samoin kuluttajakasvatuksen toteuttamiseen on olemassa monenlaisia keinoja, ja kuluttajaosaamista voidaan edistää niin formaalisti kuin nonformalistikin. Formaalisella tarkoitetaan esimerkiksi peruskoulussa tapahtuvaa opettajajohtoista kuluttajakasvatusta. Nonformaalilla kuluttajakasvatuksella tarkoitetaan koulutuslaitoksen ulkopuolella tapahtuvaa kasvatusta. Koulutuslaitoksen ulkopuolisia kuluttajakasvatusta tekeviä tahoja voivat olla esimerkiksi järjestöt, viranomaiset ja media. (Raijas 2015, 26.)

Kuluttajakasvatukselle ei ole omaa oppiainetta, vaan sitä tulee opettaa useissa eri aineissa yli oppiainerajojen. Kuluttajakasvatus voi olla teemana myös koulun erilaisissa monialaisissa oppimiskokonaisuuksissa. On toki selvää, että kaikissa oppiaineissa ei kuluttajakasvatus voi ilmentyä samalla tavalla, vaan jokaisen oppiaineen kohdalla aiheen lähestyminen tehdään kyseiselle oppiaineelle luontevalla tavalla siten, että käsiteltävät asiat voidaan liittää helposti osaksi oppiainetta ja oppilaiden arkielämää (Pohjoismaiden ministerineuvosto 2010, 26–27). Kuluttajakasvatuksen teemoja opetetaan perinteisesti eniten 9-luokan yhteiskuntaopissa, mutta myös muun muassa äidinkieliessä, matematiikassa, kotitaloudessa, biologiassa, kuvaamataidossa ja historiassa tulee opetussuunnitelman mukaan käsitellä kuluttajakasvatusta (Tilastokeskus 2014).

Peruskoulun opetussuunnitelmassa kuluttajakasvatuksen teemat tulevat esille kaikkia oppiaineita käsittelevissä laaja-alaisissa tavoitteissa L3 ja L4. Tavoitteella L3 – itsestä huolehtiminen ja arjen taidot pitävät sisällään teemoja kestävästä kulutuksesta ja elämäntavasta, kotitalouden hallinnasta ja osallisuudesta, kuluttajan oikeuksista ja vastuista sekä yksityistaloudesta. Tavoitteessa L4 – Monilukutaito todetaan tavoitteen painopisteen olevan analyttisessä, kriittisessä ja kulttuurisessa lukutaidossa. Kuten jo kuluttajakasvatuksen määritelmistä on käynyt ilmi, juuri tämänlainen L4 tavoitteen mukainen lukutaito on olennaista kuluttajakasvatuksessa. Monilukutaidon tavoitteessa syvennetään myös kuluttajakasvatukselle keskeistä medialukutaitoa. (Opetushallitus 2016, 283.)

Laaja-alaisten tavoitteiden lisäksi kuluttajakasvatuksen teemoja nousee peruskoulun opetussuunnitelmassa esille myös oppiainekohtaisissa tavoitteissa. Kotitalouden opetuksen tavoitteet vuosiluokilla 7–9 voidaan jakaa käytännön toimintataitoihin, yhteistyö- ja vuorovaikutustaitoihin sekä tiedonhallintataitoihin. Kuluttajakasvatuksen aihealueita tulee kaikissa näissä tavoitteissa esille. Esimerkiksi käytännön toimintataidoissa on maininta kestävästä kulutuksesta, yhteistyö- ja vuorovaikutustaidoissa tavoitellaan kotitalouden hallintaa ja osallisuutta ja tiedonhallintataidot käsittelevät muun muassa media- ja teknologialukutaitoa. (Opetushallitus 2016, 438.)

Kotitalousopetuksen tavoitteisiin vuosiluokilla 7–9 liittyvät sisällöt voidaan jakaa keskeisiin sisältöalueisiin S1–S3. Sisältöalueet ovat ruokaosaaminen ja ruokakulttuuri, asuminen ja yhdessä eläminen sekä kuluttaja- ja talousosaaminen kodissa. Kuluttajakasvatuksen teemoja käsitellään pääasiassa sisältöalueessa S3 kuluttaja- ja talousosaaminen kodissa, jossa tuodaan esille kuluttajan oikeuksia ja vastuita, yksityistaloutta sekä markkinointia ja kaupallista mediaa. Sisältöalueen S3 kautta kuluttajakasvatus onkin siis selvästi osa kotitalouden pakollista opetusta. Kaiken kaikkiaan kotitalousopetuksen sisältöjen valinnasta opetussuunnitelmassa todetaan, että opetuksen sisältöjen valinnassa tulee ottaa ”huomioon monipuolinen kotitaloudellisen osaamisen ja ajattelun kehittyminen sekä kestävään tulevaisuuteen tähtäävä toiminta”. (Opetushallitus 2016, 349.) Kuluttajakasvatuksen tulisi olla osa kaikkea opetusta vähintäänkin ajattelun kehittymisen ja kestäväen elämäntavan näkökulmasta käsiteltävästä sisältöalueesta riippumatta.

2.5 Oppimateriaalit

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tutkia oppikirjoja ja niiden verkko-oppimateriaaleja sekä analysoida niiden sisältöä. Tämän vuoksi onkin tärkeää perehtyä tarkemmin oppikirjan ja verkko-

oppimateriaalien määritelmiin ja niille ominaisiin piirteisiin. Oppikirjat ovat varmasti kaikille jollakin tavalla tuttuja, ja ne ovatkin vanhin ja keskeisin oppimateriaali. Oppikirja on teos, joka on laadittu nimenomaan opetustarkoituksiin (Lappalainen 1992, 11). Oppikirjan sekä harjoitus- ja tehtäväkirjojen tulisi pohjautua aina opetussuunnitelmiin ja opetussuunnitelmien perusteisiin. Oppikirjojen ensisijaisena tavoitteena on välittää tietoa ja ymmärrystä opittavasta asiasta. (Heinonen 2005, 29.)

Puhuttaessa oppikirjoista, voidaan puhua laajemmin myös oppimateriaaleista, jolloin mukaan voidaan laskea myös muun muassa verkko-oppimateriaalit. Oppimateriaalin runkona on se, että siellä on aina jokin pedagoginen lähtökohta. Tämä tarkoittaa sitä, että oppimateriaaleja ja oppimisen periaatteita ei voi erottaa toisistaan. Arvioitaessa oppimateriaaleja, tulee muistaa, että yhteen oppimateriaaliin ei voi liittää kaikki hyvän oppimisen piirteitä. Oppimateriaalit on usein kohdistettu johonkin tiettyyn oppimisen tapaan, jolloin on luonnollista, että siinä korostuu kyseiselle tavalle sopivat oppimisen piirteet. (Opetushallitus 2021a.) Oppimateriaaleissa on tärkeää, oli kyse sitten verkko-oppimateriaalista tai perinteisestä kirjasta, että tieto on ajantasaista ja sisältö on laadukasta ja se sisältää oikeanlaiset pedagogiset elementit (Tossavainen 2015, 196).

Oppikirjoille ominaisia piirteitä on esitettävien asioiden neutraalius ja objektiivisuus. Tällä tarkoitetaan sitä, että kirjoittajan oma ääni ei kuulu oppikirjan teksteistä. Oppikirja ei ole kuitenkaan täysin neutraali teos, vaan se ilmentää aina koulussa vallitsevaa pedagogista ajattelua. Oppikirjan tarkoituksena on kuitenkin kertoa oppijalle se, mitä on tärkeä oppia kyseisestä asiasta, eli asian keskeisimmät tiedot. (Mikkilä-Erdmann, Olkinuora & Mattila 1999, 436.) Ominaista oppikirjalle on myös niiden tarkkaan rajattu kohderyhmä, sillä ne on usein kohdistettu vain tietyille ikäryhmälle (Heinonen 2005, 29). Tarkkaan rajatun kohderyhmän lisäksi oppikirjamarkkinaan vaikuttaa oppikirjojen melko lyhyt elinkaari. Syitä oppikirjan lyhyeen elinkaareen on käsiteltävien sisältöjen vanheneminen sekä se, että oppimisen tavat muuttuvat ajan myötä. (Tossavainen 2015, 187.)

Suomalainen opetuskulttuuri on hyvin oppikirjaorientoitunut, millä tarkoitetaan sitä, että opetus nojautuu vahvasti oppikirjoihin. Onkin todettu, että oppikirja voi ohjata opetusta jopa enemmän kuin opetussuunnitelma. Syitä oppikirjakeskeiseen opetuskulttuuriin ovat mahdollisesti kirjallista opetusta painottava perinne sekä pitkään jatkunut valtakunnallisesti standardoitujen opetussuunnitelmien käyttö. Opetuskulttuurin vahvaa oppikirjoihin nojaamista on kritisoitu muun muassa sillä, että oppikirjat rajoittavat oppilaiden ja opettajien toimintavapautta opetuksen muuttamiseksi. Oppikirjoja onkin kritisoitu niiden staattisesta tietokäsityksestä, eli siitä että tieto esitetään

ympäristöstään irrallisena faktana ja esimerkiksi tehtävät ovat pelkkää tiedon siirtoa tekstikappaleista tehtäväkirjaa. Oppikirjoihin nojaamisella myös hyviä puolia, sillä valmiiden oppimateriaalien puute voisi heikentää opetusta merkittävästi. (Mikkilä-Erdmann ym. 1999, 437–438.)

Mikkilä-Erdmann ym. (1999, 40–41) tavoin myös Karvonen, Tainio ja Routarinne (2017, 40) toteavat, että painetut oppimateriaalit eli oppi- ja työkirjat ovat olleet ja ovat edelleen käytetyimpiä oppimateriaaleja suomalaisessa perusopetuksessa. Painetut oppi- ja työkirjat ovat säilyttäneet suosionsa niin luokan- kuin aineenopettajienkin keskuudessa, siitäkkin huolimatta, että painettuihin oppikirjoihin on kohdistettu muun muassa edellä esiteltyä Mikkilä-Erdmannin mukaista kritiikkiä. Painettujen oppikirjojen rinnalle on tullut myös erilaisia digimateriaaleja, eivätkä nekään ole pystynyt horjuttamaan täysin suomalaisen opetuskulttuurin oppikirjaorientoituneisuutta. (Tainio & Routarinne 2017, 40–41.) Jonkinlaista muutosta painettujen oppikirjojen käyttöön on kuitenkin havaittavissa, sillä opettajajohtoista ja oppikirjakeskeistä pedagogiikkaa halutaan kehittää, ja tämän kehittämisen apuvälineenä käytetään muun muassa opetuksen sähköisiä materiaaleja (Kuuskorpi & Sipilä 2016, 3).

Vaikka oppikirjat ovat vanhin oppimateriaali, ovat muut oppimateriaalit kehittyneet ajan saatossa. Teknologia on yksi merkittävä tekijä, joka on uudistanut oppimateriaaleja. Teknologia on tuonut oppimateriaaleihin kuvat ja äänen tekstin rinnalle sisällön välittämisen keskeisiksi muodoiksi. Perinteisesti oppikirjat ovat olleet sisällön asiantuntijoiden laatimia ja ammattikustantajien tuottamia. Teknologian mahdollistamat sähköiset oppimateriaalit ovat tuoneet tähän poikkeuksen, sillä materiaalin luominen on helpompaa, ja onnistu esimerkiksi aivan tavalliselta opettajalta. (Tossavainen 2015, 188–193.)

Verkko-oppimateriaalilla tarkoitetaan sellaista kirjaa, jota on rikastettu videoilla, äänellä, vuorovai-
kutteisilla kuvioilla tai mallinuksilla (Tossavainen 2015, 188). Verkko-oppimateriaalilla voidaan tarkoittaa myös kaikkea verkossa saatavilla olevaa oppimateriaaliksi tarkoitettua materiaalia. Verkko-oppimateriaalista voidaan käyttää myös nimityksiä e-oppimateriaali, sähköinen oppimateriaali ja digitaalinen oppimateriaali. (Opetushallitus 2021a.) Verkko-oppimateriaalissa voi olla linkkejä, jotka mahdollistavat helpot reitit lisätiedon saamiseen aiheesta. Muita verkko-oppimateriaalin hyviä puolia ovat ilmiön ja käsitteen monipuolisempi havainnollistaminen, itse itsensä tarkastavat oppikirjan tehtävän ja pelillisuus. Verkko-oppimateriaalia on myös helpompi päivittää, kun ei tarvitse uusia kirjoja. Haasteena verkko-oppimateriaaleissa voi olla esimerkiksi videoiden heikko laatu ja huono suunnittelu, joka oppimisen edistämisen sijaan hankaloittaa oppimista. (Tossavainen

2015, 188–189.) Myös verkko-oppimateriaalien suuri määrä voi koitua haasteeksi, kun opettajan on vaikea löytää kohtuullisella vaivalla käyttökelpoista materiaalia (Ilomäki 2012, 7).

Tarjolla olevien verkko-oppimateriaalien määrä on lisääntynyt teknologian yleistyessä, joten on ollut tarpeellista listata laadukkaan verkko-oppimateriaalin piirteitä. Näitä piirteitä ovat muun muassa materiaalin joustavuus oppilaan tason ja kiinnostuksen mukaan, yhteisöllisen työskentelyn tukeminen, oppilaan ajattelun aktivoiminen sekä oppimisen taitojen kehittyminen. Sisällöllisesti materiaalin tulisi keskittyä käsiteltävän ilmiön ydinasioihin sekä olla teknisesti helppokäyttöinen ja ulkoasultaan pedagogisia ja sisällöllisiä tavoitteita tukeva. (Ilomäki 2013, 11.) Varsinaisen oppimateriaalin lisäksi oppimistapahtumaan vaikuttaakin oppimisalusta, johon liittyy esimerkiksi edellä mainittu helppokäyttöisyys (Opetushallitus 2021a).

2.6 Aiempi tutkimus kotitalouden oppikirjoista

Kuluttajakasvatuksen sisältöjä kotitalouden oppikirjoissa ei ole tutkittu aiemmin juurikaan. Vuonna 2008 Kuluttajavirasto on laatinut selvityksen oppikirjojen sisältämästä kuluttajatiedosta, mutta tätä selvitystä ei ole enää saatavilla, vaan esimerkiksi Ruokatieto-sivustolla on selvitykseen liittyvä uutinen. Tästä uutisesta selviää, että tutkimuksessa oli tutkittu 85 oppikirjaa peruskoulun kaikille yhteisistä oppiaineista, ja lopputuloksena oli, että tuona aikana käytössä olleet oppikirjat eivät pystyneet yksin vastaamaan opetussuunnitelman ja muuttuvan yhteiskunnan vaateisiin. (Ruokatieto 2008.)

Kotitalouden oppikirjoja on tutkittu muutamissa kotitaloustieteen opinnäytetöissä. Esimerkiksi Harju (2020) on tehnyt oppikirja-analyysin kotitalousopetuksen oppikirjojen vastuullisuuskasvatuksesta ja Heft (2017) kuluttajakasvatuksesta yhteiskuntaopin ja kotitalouden oppikirjoissa. Kummasakaan edellä mainitussa oppikirja-analyysissä ei ole tämän tutkielman tavoin otettu huomioon kirjoihin kuuluvia verkkomateriaaleja. Harjun (2020) tutkimusaineiston kirjat ovat tällä hetkellä käytössä olevan opetussuunnitelman mukaiset, mutta Heftin (2017) tutkimusaineisto pohjautuu vanhaan opetussuunnitelmaan, eli nämä oppikirjat eivät ole enää tällaisenaan käytössä.

Harjun (2020) tutkimuksessa havaittiin, että vastuullisuuskasvatuksen osa-alueista ympäristö- ja taloudellinen vastuullisuus painottuivat oppikirjoissa enemmän kuin sosiaalinen vastuullisuus. Oppikirjojen todettiin olevan kaikkien samantasoisia vastuullisuuskasvatuksen käsitteilyn suhteen, eli ne tarjosivat vastuullisuuskasvatuksesta keskenään samanlaista tietoa.

Heft (2017) puolestaan tutki kuluttajakasvatusta peruskoulun alakoulun ja yläkoulun oppikirjoissa. Tutkittavat oppikirjat olivat sekä kotitalouden oppikirjoja että yhteiskuntaopin kirjoja. Heft havaitsi tutkimuksessaan, että kaikissa oppikirjoissa kuluttajakasvatuksen aiheita esitellään samankaltaisesti, mutta oppikirjojen välillä on eroja asiasisällössä, laajuudessa sekä asioiden käsittely- ja esittelytavoissa. Heftin tutkimuksen mukaan kaikkia tutkittuja kuluttajakasvatuksen osa-alueita tulee esille kaikissa oppikirjoissa, mutta suurinta osaa käsitellään niukasti tai puutteellisesti. Kotitalouden oppikirjoissa ympäristön huomioiminen ja kotitalouden hallinta tulee esille melko kattavasti.

3 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tämän tutkielman tarkoituksena on kartoittaa, miten kuluttajakasvatus näkyy opetussuunnitelman perusteissa ja kotitalouden oppikirjoissa. Tavoitteena on siis selvittää mitä kuluttajakasvatuksen aihealueita painotetaan eniten kotitalouden oppikirjoissa, ja käsitelläänkö kirjoissa kaikkia kuluttajakasvatuksen olennaisimpia teemoja. Tutkielmassa ollaan kiinnostuneita siitä, ovatko kotitalouden oppikirjat sellaisenaan riittävän kattavia opetussuunnitelman perusteiden näkökulmasta.

Tutkielman pääkysymys onkin:

Vastaavatko peruskoulun kotitalouden oppikirjat kuluttajakasvatuksen osalta perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksiin?

Vastausta pääkysymykseen etsitään kahden seuraavan apukysymyksen avulla:

1. Mitä kuluttajakasvatuksen osa-alueita perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa tuodaan esille kotitalouden opetuksen osalta?
2. Mitä kuluttajakasvatuksen osa-alueita peruskoulun kotitalouden oppikirjoissa käsitellään?

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

Toteutin tutkimukseni kvalitatiivisena tutkimuksena, koska se mahdollisti havaintoaineiston käsittelyn temaattisesti ja käsitteellisesti yleisimmiksi merkityksiksi (Hirsjärvi ym. 2014, 266). Tutkimuksessani analysoidaan peruskoulun kotitalouden oppikirjoja laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Kvalitatiivisen tutkimuksen pyrkimyksenä on kuvata tutkittavaa kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti, ja tavoitteena on löytää tosiasioita eikä niinkään pyrkiä todistamaan jo olemassa olevaa tietoa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2014, 163). Tutkimukseni tavoitteena oli kartoittaa, miten kuluttajakasvatus ja sen eri teemat näkyvät kotitalouden oppikirjoissa.

Kvalitatiivinen tutkimus voidaan jakaa neljään ryhmään: kielen piirteisiin, säännönmukaisuuksien keksimiseen, tekstin tai toiminnan merkityksen ymmärtämiseen ja reflektioon. Tämän tutkimuksen kannalta merkityksellistä on tekstin merkityksen ymmärtäminen, joka voidaan syventää edelleen teemojen löytämiseen. (Hirsjärvi ym. 2014, 165–166.)

Tutkielmani taustalla vaikuttaa tulkinnallinen paradigma. Tulkinnallisessa paradigmassa minä itse tutkijana vaikutan tutkimukseen tulkitsemalla aineistoa. Puusa ja Juuti (2020, 35) toteavatkin, että laadullista tutkimusta tehtäessä on mahdotonta saada arvovapaata tietoa, koska tutkija on aina osa tutkittavaa maailmaa ihmistieteissä. Tulkinnalliseen paradigmaan kuuluu myös se, että havainnot ja tulkitaan myös kontekstisidonnaisesti eikä ainoastaan ennalta määrättyjen luokkien mukaan, ja juuri tämänlaista oppikirjojen tulkintaa on tässä tutkimuksessa tarkoitus tehdä. (Puusa & Juuti 2020, 38–39.)

Tulkinnalliseen paradigmaan liittyy myös hermeneuttinen tieteenperinne, joka vaikuttaa myös tutkielmani taustalla. Hermeneuttista menetelmää käytettäessä tutkija siis pyrkii esittämään tulkintaehdotuksensa aineistonsa perustuen. Hermeneuttisen tieteenperinteen tavoitteena on ilmaista selkeästi se, mikä on aineistossa olemassa mahdollisesti jopa epäselvästi, eli tavoitteena on tuoda esille asioiden todellinen merkitys ja saavuttaa inhimillisestä näkökulmasta ymmärrettävä näkemys tutkittavasta ilmiöstä. (Haaparanta & Niiniluoto 2016.)

Abduktiivisen päättelyn avulla voidaan palata tutkimuksessa taaksepäin ja löytää uusia selityksiä tai havaintoja tutkimuksen ilmiöille (Paavola & Hakkarainen 2006, 4). Abduktion voidaankin sanoa olevan hyvin lähellä havaitsemista, jolloin edetään aineistosta kohti teoriaa. Tällöin voidaan hakea yhteyttä esimerkiksi tutkijan havaintojen ja teorian välille. Abduktiivinen päättely itsessään ei ole

vahva päättelymuoto, koska usein tuloksena on mahdollinen selitys tai hypoteesi (Paavola & Hakkarainen 2006, 4). Abduktion avulla olen täydentänyt aineiston luokittelua havaittuani aineistosta alkuperäisen luokitteluun kuulumattoman luokan (ostopäätöksen tekeminen).

4.1 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineistooni kuului Opetushallituksen (2016) laatimat perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet. Opetussuunnitelman perusteita analysoin vain tutkimukseni kannalta oleellisimmat osat. Analyysiin otin mukaan luvut 1.2 Opetussuunnitelman perusteet ja paikallinen opetussuunnitelma, 2 Perusopetus yleissivistyksen perustana, 3 Perusopetuksen tehtävä ja yleiset tavoitteet, 15.2 Laaja-alainen osaaminen vuosiluokilla 7–9 (s. 281–285) ja 15.4.18 Kotitalous (s. 437–441).

Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden lisäksi valitsin tutkimusaineistooni kolme kotitalouden oppikirjaa. Kaikki oppikirjat on tarkoitettu käytettäväksi koko yläkoulun ajan eli vuosiluokilla 7–9. Oppikirjat on julkaistu vuosina 2015–2021, ja kaikki niistä ovat voimassa olevan opetussuunnitelman (Opetushallitus 2016) mukaisia. Päädyin valitsemini oppikirjoihin, koska ne ovat yleisesti kouluissa käytössä olevia kirjoja, ja tällä tavalla saan tutkimukseeni kattavimman kuvan siitä, millaista kuluttajakasvatuksen materiaalia oppikirjat tarjoavat peruskoulun kotitalousopetukseen. Rajasin joitain oppikirjoja tutkimusaineistoni ulkopuolelle myös siitä syystä, että ne oli tarkoitettu vain tietylle yläkoulun vuosiluokalle. Tässä tutkimuksessa olin kuitenkin kiinnostunut erityisesti siitä, millaista kuluttajakasvatusta kotitalouden oppikirjat tarjoavat oppilaille koko yläkoulun ajan, jolloin vain tietylle vuosiluokalle suunnatut kirjat eivät olleet sopivia tutkimusaineistooni.

Valitsin tutkimusaineistooni ainoastaan painettuja oppikirjoja, vaikka saatavilla olisi ollut myös pelkkiä e-oppimateriaaleja tai painettujen kirjojen digiversioita. Käytän näistä yhteistä nimitystä verkko-oppimateriaalit. Verkko-oppimateriaalien rajaaminen tutkimusaineistoni ulkopuolelle johtuu siitä, että niitä ei ole niin yleisesti käytössä kuin painettuja oppikirjoja. Tämän lisäksi niissä verkko-oppimateriaaleissa, joihin on olemassa myös painettu oppikirja, on vähintään sama sisältö kuin painetussa oppikirjassa. Tämän tutkimuksen kohdalla minua kiinnosti erityisesti se, millaista kaikille oppilaille suunnattua kuluttajakasvatuksen oppimateriaalia on tarjolla, riippumatta siitä, onko käytössä painettu oppikirja vai verkko-oppimateriaali.

Taulukkoon 2 olen koonnut perustiedot tutkimusaineistoon valitsemistani kotitalouden oppikirjoista. Perustietoihin kuuluvat julkaisuvuosi, oppikirjan tekijät, kustantaja, sivumäärä ja oppikirjan

rakenne. Julkaisuvuoden yhteydessä on mainittu tutkitun oppikirjan painos. Sivumäärän yhteydessä on ilmoitettu oppikirjan koko sivumäärä ja sulkuihin on lisätty ne sivumäärät, jotka on otettu mukaan tutkimusaineistoon.

Taulukko 2. Tutkimusaineistoon kuuluvien oppikirjojen perustiedot

Oppikirja	Kimara kotitalous	Kotitaloustaito 7–9	Onni Kotitalous 7–9
Julkaisuvuosi (painos)	2021 (1.–3. painos)	2016 (1.–3. painos)	2015 (1.–9. painos)
Tekijät	Haveri Miia, Heino Leena, Leskinen Jouni, Palojoiki Päivi & Soljanto Helena	Harjula Pia, Löytty-Rissanen Minna & Janhonen-Abuquah Hille	Kukkola Katariina, Meronen Kaisu & Summanen Anna-Mari
Kustantaja	SanomaPro	SanomaPro	Otava
Sivumäärä (analyysiin mukaan otettut sivut)	312 (6–101, 250–297)	332 (6–59, 182–319)	330 (6–189)
Oppikirjan rakenne	<p>Neljä pääjaksoa, jotka jakautuvat 8 alajaksoon:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Opiskellaan kotitaloutta <ol style="list-style-type: none"> a. Työskentelytaidot 2. Ruokaosaaminen ja ruokakulttuuri <ol style="list-style-type: none"> a. Elintarvikkeiden valinnan taidot b. Ruoanvalinnan ja ateriasuunnittelun taidot c. Ravitsemuksen taidot 3. Ruoka- ja leivontaohjeet <ol style="list-style-type: none"> a. Pääruoat, pääruoan kastikkeet ja lisäkkeet 	<p>Kahdeksan osaa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tervetuloa opiskelemaan kotitaloutta 2. Keittiössä 3. Ruokavalintoja arvioimassa 4. Miten elämä rahoitetaan 5. Kotia hoitamassa 6. Tekstiilejä hoitamassa 7. Omaan kotiin 8. Juhlan aika <p>Lisäksi: asiasanahakemisto, ruoka- ja leivontaohjekemisto, kuvitus, kuvaoikeudet, aakkosellinen ruoka- ja leivontaohjekemisto</p>	<p>Kahdeksan jaksoa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tervetuloa oppimaan kotitaloutta 2. Keittiötyöskentelytutuksi 3. Hyvinsyömisentaito 4. Ruoka-aineet tutuksi ruokakolmion avulla 5. Ruokapöydän ääreen 6. Kuluttaja- ja taloustaidot puntarissa 7. Puhtaat pyykki ja siisti koti 8. Keittiössä

	<ul style="list-style-type: none"> b. Salaatit ja pikuruoat c. Jälkiruoat, makeiset, juomat d. Leivonnaiset <p>4. Yhdessä eläminen, kuluttaminen ja asuminen</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Yhdessä elämisen taidot b. Kuluttajataidot c. Kodin hoitamisen taidot d. Tekstiilien hoitamisen taidot <p>Lisäksi: asiahakemisto, käsitehakemisto, ruoka- ja leivontaohjekemisto, aakkosellinen ruoka- ja leivontaohjekemisto sekä kuvaluettelo.</p>		<p>Reseptit omassa osiossaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ruoat ja juomat - Leivonnaiset <p>Lisäksi: hakemisto ja kuvalähdeluettelo.</p>
--	--	--	---

Oppikirjoista analysoin kaikki jaksot lukuun ottamatta Kimaran pääjaksoa 3: Ruoka- ja leivontaohjeet, joka piti sisällään reseptejä. Kotitaloustaidossa reseptit sisältyvät osaan 2: Keittiössä, ja tästä osasta analysoin vain ne kohdat, jotka käsitelivät muuta kuin reseptejä. Jätin siis tutkimusaineiston ulkopuolelle kaikissa oppikirjoissa sisällysluettelon, reseptit ja oppikirjan lopussa olevat erilaiset hakemistot. Analysoin tutkimusaineistostani monipuolisesti tekstiä, kuvia sekä mahdollisia lisätieto- tai muita infolaatikoita. Mahdollisia kappaleiden yhteydessä olevia tehtäviä en ottanut mukaan analyysiin.

Tutkimusaineistonani toimineiden oppikirjojen analysoinnin olen toteuttanut neutraalisti ilman minkäänlaisia kytköksiä mihinkään kustantajaan, tekijään tai oppikirjaan. Olen esitellyt oppikirjat taulukossa 2 aakkosjärjestyksessä. Analysoidessani oppikirjoja tarkoitukseni ei ollut laittaa niitä paremmuusjärjestykseen, vaan analysoin niiden sisältöä neutraalisti kuluttajakasvatuksen näkökulmasta.

Kimara kotitalous 7-9 oppikirja (jatkossa Kimara) koostuu neljästä pääjaksosta, jotka ovat: Opiskellaan kotitaloutta, Ruokaosaaminen ja ruokakulttuuri, Ruoka- ja leivontaohjeet sekä Yhdessä eläminen, kuluttaminen ja asuminen. Pääjaksot jakautuvat vielä alajaksoihin siten, että alajaksoja on

yhteensä kahdeksan. Kimarassa on yhteensä 312 sivua, tutkimukseen sisällytetään 142 sivua. Tutkimuksen ulkopuolelle jäävät oppikirjan alkusivut, sisällysluettelo, reseptit ja oppikirjan lopussa olevat hakemistot.

Kimaran kappaleet rakentuvat otsikosta, leipätekstistä ja kuvista. Näiden lisäksi Kimarassa on joidenkin kappaleiden alussa 2–3 kysymystä, jotka käsittelevät kappaleen tärkeimpiä aiheita. Peruskappaleiden lisäksi Kimarassa on Opi lisää -osioita, joissa kerrotaan tarkemmin tietyistä aiheista. Opi lisää -osiot ovat usein aukeaman mittaisia ja pitävät peruskappaleiden tapaan sisällään leipätekstiä, kuvia ja kysymyksiä tärkeimmistä aiheista. Analyysissä on huomioitu peruskappaleet ja Opi lisää -osiot kokonaisuudessaan lukuun ottamatta kertaavia kysymyksiä.

Kotitaloustaito 7–9 (jatkossa Kotitaloustaito) koostuu kahdeksasta osasta, jotka ovat osa 1: tervetuloa opiskelemaan kotitaloutta, osa 2: keittiössä, osa 3: ruokavalintoja arvioimassa, osa 4: miten elämä rahoitetaan, osa 5: kotia hoitamassa, osa 6: tekstiilejä hoitamassa, osa 7: omaan kotiin ja osa 8: juhlan aika. Kotitaloustaidossa on yhteensä 312 sivua, tutkimukseen sisällytetään 190 sivua. Tutkimuksen ulkopuolelle jäävät oppikirjan alkusivut, sisällysluettelo, reseptit ja oppikirjan lopussa olevat hakemistot.

Kotitaloustaidossa oppikirjan aiheet on jaoteltu aiheen mukaan erivärisiin osiin. Jokaisen osan aloitusaukeamalla on aiheeseen johdattelevia kysymyksiä, jotka herättävät lukijan ajattelemaan osan aiheita omien kokemusten kautta. Aloitusaukeamalla näkyy aina sivun alareunassa aiheen keskeiset käsitteet. Kotitaloustaidossa kappaleet koostuvat otsikosta, leipätekstistä, kuvista ja kuvatekstistä, keltaisista infolaatikoista, tehtävälaatikoista sekä tähdellä merkityistä laaja-alaiseen osaamiseen liittyvistä laatikoista. Keltaisissa infolaatikoissa on tärkeää kappaleeseen liittyvää tietoa, kuten keskeisten termien selityksiä. Tehtävälaatikoissa on kysymyksiä, jotka ohjaavat etsimään lisätietoa ja pohtimaan asioita useammasta näkökulmasta. Laaja-alaiseen osaamiseen liittyvät laatikot puolestaan liittyvät käsiteltävän aiheen johonkin toiseen oppiaineeseen. Esimerkiksi siivoamista käsittelevässä kappaleessa on imurin toiminnasta lisätietoa fysiikan oppiaineen näkökulmasta. Näiden osa-alueiden lisäksi kappaleissa on lusikan ja kynän symboli, joka kertoo taitovihossa olevista tehtävistä.

Tämän tutkimuksen analyysiin on otettu mukaan osien aloitusaukeamat kokonaisuudessaan, kappaleiden otsikot, keltaiset infolaatikat, leipäteksti sekä kuvat ja kuvatestit. Analyysin ulkopuolelle on jätetty tehtävälaatikot ja niiden kysymykset sekä tähdellä merkityt laaja-alaiseen osaamiseen

liittyvät laatikot. Myöskään tehtävävihko ei ole mukana analyysissä, joten lusikan ja kynän symbolit on jätetty huomiotta.

Onni Kotitalous 7–9 oppikirja (jatkossa Onni) koostuu kahdeksasta jaksosta, jotka ovat Tervetuloa oppimaan kotitaloutta, Keittiötyöskentely tutuksi, Hyvinsyömisen taito, Ruoka-aineet tutuksi ruokakolmion avulla, Ruokapöydän ääreen, Kuluttaja- ja taloustaidot puntarissa, Puhtaat pyykit ja siisti koti sekä Keittiössä. Nämä kahdeksan pääjaksoa jakautuvat yhteensä 33:een kappaleeseen. Näiden lisäksi ruoka- ja leivontaohjeet ovat omana osanaan oppikirjan lopussa jaksoissa Ruoat ja juomat sekä Leivonnaiset. Onnissa on yhteensä 330 sivua, tutkimukseen sisällytetään 182 sivua. Tutkimuksen ulkopuolelle jäävät oppikirjan alkusivut, sisällysluettelo, reseptit ja oppikirjan lopussa olevat hakemistot.

Onnin jaksot alkavat aina aukeamalla, jossa esitellään jakson nimi ja muutamia aiheeseen herätteleviä ja jakson aiheen kannalta tärkeitä kysymyksiä. Kappaleet koostuvat leipätekstistä, kuvista, johdannosta, porkkanalla merkityistä laatikoista, sinisistä laatikoista, Oivalla! -osuudesta ja Onnistu! -tehtävistä. Porkkanalla merkityt laatikot sisältävät tärkeää lisätietoa kappaleen aiheesta ja käytännön vinkkejä. Sinisissä laatikoissa olevat tekstit puolestaan kertovat pieniä syventäviä asioita kappaleen aiheesta. Oivalla! -osuus löytyy aina kappaleen lopusta, ja siihen on koottu kappaleen olennaisimmat asiat ja Onnistu! -tehtävissä kerrataan kappaleen aihepiiriä ja haastetaan oppilas pohtimaan ja suunnittelemaan uusiakin asioita. Analyysiin on otettu mukaan kappaleiden kaikki osiot lukuun ottamatta Onnistu! -tehtäviä.

4.2 Aineiston analyysi

Kvalitatiivisin menetelmin kerättyä aineistoa on tässä tutkimuksessa analysoitu laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Laadullisessa sisällönanalyysissä ei kiinnitetä huomiota kielelliseen ilmaisuun, vaan keskitytään siihen, mistä asioista, aiheista ja teemoista aineisto koostuu. Laadullista sisällönanalyysia tehdään koodaamalla aineistoa. Aineiston koodaamiseen voi valita teoria- tai aineistolähtöisen lähestymistavan tai nämä voi yhdistää ja valita teoriaohjaavan lähestymistavan. Kaikissa edellä mainituissa tapauksissa koodaamisen tavoitteena on jakaa aineisto useisiin analyysiyksiköihin, joita voi vertailla keskenään. Laadullisen sisällönanalyysin tavoitteena on siis luoda selkeä kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. (Vuori 2021.)

Tässä tutkimuksessa käytin teorialähtöistä sisällönanalyysiä, jossa ensimmäisessä vaiheessa muodostin analyysirungon (taulukko 3) teoreettiseen viitekehukseen pohjautuen. Kokosin analyysirungon pitkälti taulukossa 1 esiteltyjen kuluttajakasvatuksen osa-alueiden pohjalta. Otin taulukosta 1 mukaan ne kuluttajakasvatuksen osa-alueet, joita käsitellään useammassa kuin yhdessä lähteessä. Tällä tavalla mukaan jäi yhteensä kuusi osa-aluetta. Osa-alueiden samankaltaisuuden ja päällekkäisyyden vuoksi yhdistin vielä kestävän kulutuksen sekä ympäristön ja etiikan osa-alueet yhdeksi luokaksi, jolloin lopulliseen analyysirunkoon jäi viisi kuluttajakasvatuksen osa-alueisiin pohjautuvaa luokkaa.

Aloitin aineiston analyysin silmäilemällä kirjat läpi, jotta sain hyvän yleiskäsityksen kirjojen sisällöstä. Toisessa vaiheessa luin kirjat sivu sivulta tarkasti läpi. Samalla kirjasin lauseita, kuvia ja erilaisia kuluttajakasvatukseen liittyviä mainintoja ylös teorian pohjalta luotuun taulukkoon (taulukko 3). Ryhmittelyn suoritin teemojen mukaisesti taulukkoon. Lisäksi merkitsin sivunumerot jokaiseen kohtaan, joka mahdollisti palaamisen myöhemmin varsinaiseen aineistoon. Vaikka toteutin tutkimukseni teorialähtöisen sisällönanalyysin keinoin, käytin analyysivaiheessa myös aineistolähtöistä sisällönanalyysiä muodostaessani aineiston pohjalta uuden luokan (Tuomi & Sarajärvi 2018, 127–128). Koostin siis teorian pohjalta tehdyn taulukon (taulukko 3) ulkopuolelle uuden teeman selkeästi taulukon ulkopuolisesta, mutta tutkimuksen kannalta oleellisesta luokasta.

Aineistosta poimin ensin etukäteen muodostamiini pääluokkiin soveltuvia mainintoja. Maininta oli joko yksittäinen lause, otsikko tai yhtä tiettyä asiaa käsittelevä tekstikappale. Tämän jälkeen suoritin alaluokkiin luokittelun teorian pohjalta. Alaluokittelun avulla pystyin määrittämään tarkemmin kuhunkin pääluokkaan kuuluvaa sisältöä. Alaluokkiin jakaminen syvensi tutkimusaineiston analyysiä.

Tutkimuksessa jaoin kuluttajakasvatuksen osa-alueet viiteen pääluokkaan, jotka jaoin edelleen teoriaosuudella määritellyn mukaisesti 38 alaluokkaan. Alaluokkia oli jokaisella pääluokalla seitsemästä yhdeksään kappaletta. Suurin määrä alaluokkia (9) oli kestävää kulutusta käsittelevällä pääluokalla, yhdeksän. Vähiten alaluokkia (7) oli yksityistaloutta, medialukutaitoa sekä markkinointia ja vaikuttamista käsittelevillä pääluokilla, seitsemän kappaletta. Tutkimuksessa käytetyt pää- ja alaluokat muodostin teorian pohjalta siten, että yhdistelin eri lähteissä esille nousseita kuluttajakasvatuksen jaotteluita. Pääluokkien valitsemisen jälkeen poimin teoriasta pääluokkien tärkeimmät

sisällöt, joista muodostin jokaiselle pääluokalle taulukon 3 mukaiset alaluokat. Pääluokkien tärkeimmät sisällöt olen esitellyt myös jo aiemmin tämän tutkielman alaluvussa 3.3. Kuluttajakasvatus.

Taulukossa 3 olen esitellyt teoreettisen viitekehyksen pohjalta kokoamani analyysirungon. Taulukossa ylimmällä rivillä ovat pääluokat, joiden jokaisen alle olen koonnut niitä koskevat alaluokat. Taulukossa 3 esiteltyjen pääluokkien lisäksi tutkimuksen analyysirunkoon kuului siis myös aineistosta esiin noussut pääluokka Ostopäätöksen tekeminen.

Taulukko 3. Tutkimuksen analyysirunko

YKSITYISTA-LOUS	KULUTTAJAN OIKEUDET JA VASTUUT	MEDIALUKU-TAITO	KESTÄVÄ KULUTUS	MARKKINOINTI JA VAIKUTTAMINEN
Kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaaminen	Kaupankäyntiä koskevat säännöt ja lait	Yksilön kyky toimia eri tavoin eri medioissa	Ekologisuus	Asiakkaan ja elinkeinonharjoittajan välinen vuorovaikutus
Kyky tunnistaa oma taloudellinen tilanne ja toimia vastuullisesti sen puitteissa	Erilaiset sopimukset	Tekstien lukemista, tulkitsemista, luomista	Resurssien kestävä käyttö	Kaupallinen vaikuttaminen ja sen työkalut
Kyky hankkia ja arvioida oman lähiympäristön hallintaan liittyvää tietoa	Markkinointi ja perintä	Taito suunnistaa ja luoda itse sisältöä mediaympäristössä taidokkaasti ja vastuullisesti	Ylikulutuksen vähentäminen ja vaihtoehdoisen kulutustavan omaksuminen	Markkinoinnin ja median vaikutukset yksilöön ja yhteiskuntaan
Ennakointi ja tulevaisuusajattelu	Kuluttajalainsäädäntö	Kuluttajateknologia ja mediaympäristö	Kierrättäminen ja jätteen vähentäminen	Kuluttajaviestinnän menetelmät ja strategiat
Taloudenhallinnan periaatteet	Kaupankäynnin muodot	Teknologian ja median valinta ja käyttö	Tehokas luonnonvarojen käyttö	Markkinoinnin ja mainonnan perussäännöt
Yksityistalouden rahavirrat	Sosiaalisesti kestävä ja vastuullinen kulutus	Osallistuminen	Taloudellinen kestävyys	Sosiaalisesti kestävä kulutus ja markkinointi
Yksityistalouden säädökset ja taloudelliset vaikeudet	Kuluttajaneuvonta	Turvallisuus ja suojaus	Kulttuurinen kestävyys	Kuluttajan teknologia ja mediaympäristö

	Verkkomarkkinat		Eettiset näkökulmat	
			Tuotteen elinkaari ja valmistuskustannukset	

Laadullisen analyysin lisäksi tein aineistolle myös yksinkertaista, mutta analyysiä ja tulosten käsittelyä selkiyttävää määrällistä analyysiä. Taulukon 3 mukaisesti pää- ja alaluokkiin jakamisen jälkeen laskin jokaisen aineiston analyysitaulukosta kuhunkin pääluokkaan liittyvien mainintojen määrän. Lopuksi laskin aineistokohtaisesti kaikki mainintojen määrät yhteen, jolloin sain selville, kuinka monta kuluttajakasvatukseen liittyvää mainintaa kussakin aineistossa oli. Eri aineistojen pääluokakohtaista mainintojen määrää halusin vertailla prosentuaalisesti, koska mielestäni sen avulla on helppo hahmottaa, mitä asioita kyseinen aineisto kuluttajakasvatuksesta painottaa. Kuviossa 2 olen esitellyt kaikkien aineistojen pääluokkien suhteellisen jakauman.

Määrällistä analyysiä tein myös jokaisen alaluokan kohdalla. Vastaavasti kuin tein pääluokkien suhteellista jakautumista koko aineistossa, tein alaluokkien suhteellista jakautumista pääluokan alla. Esimerkiksi laskin, kuinka monta mainintaa Kimarassa oli pääluokkaan Yksityistalous liittyen ja lisäksi laskin, kuinka monta mainintaa oli kuhunkin yksityistalouden alaluokkaan liittyen. Laskin näistä suhteelliset osuudet, jotka olen esittänyt tuloksissa jokaisen oppikirjan kohdalla erikseen. Kaikkia alaluokkia ja niiden suhteellisia osuuksia ei ole mielekästä esittää kuvioina, koska mainintoja on ollut vain muutamia.

5 TULOKSET

Tämän luvun tarkoituksena on esitellä tutkimuksen tulokset aineisto kohtaisesti. Luvun alkuun esitellään yleiskatsaus kaikkiin aineistoihin ja esitellään niistä esiin nousseet selkeästi yhtenevät seikat. Tämän jälkeen luku jakautuu alalukuihin, joissa jokaisessa esitellään aina yhdestä aineistosta esiin nousseet kuluttajakasvatuksen teemat. Yksitellen aineistoja käsittelevissä alaluvuissa vastaan samalla siis tutkimuksen alakysymyksiin. Tämän luvun viimeisessä alaluvussa verrataan eri aineistoista nousseita tuloksia keskenään ja tämän avulla saadaan vastaus tutkimuksen päätutkimuskysymykseen.

5.1 Yleiskatsaus aineistoon

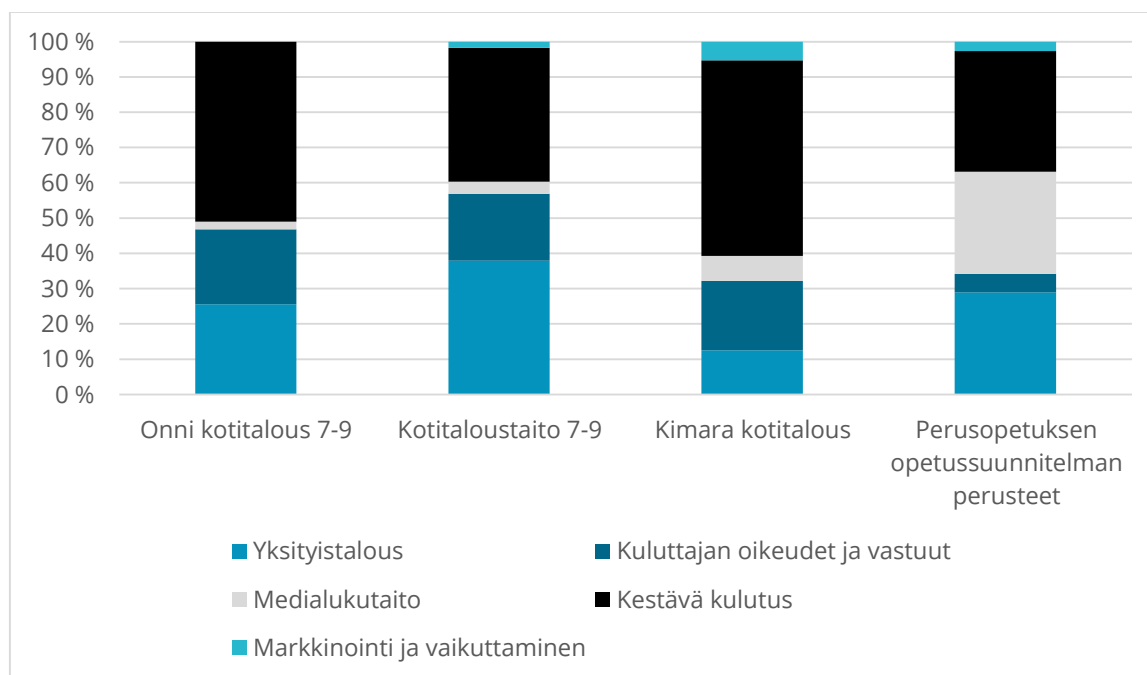
Kuluttajakasvatuksen osa-alueita esiintyi oppikirjoissa ja perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa monipuolisesti. Kaikkia kuluttajakasvatuksen osa-alueita löytyi kaikista tutkittavista aineistoon kuuluvista materiaaleista. Aineistojen painotukset eri osa-alueiden välillä poikkesivat toisistaan jonkin verran, mutta kaikissa materiaaleissa kestävän kulutuksen osa-alueella on suuri painotus. Tuloksissa esittelen aineistoista löytyneiden mainintojen määriä. Maininnalla tarkoitetaan joko yhtä lausetta, samaa asiaa käsittelevää kappaletta, kuvaa tai kuvatekstiä.

Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa kuluttajakasvatuksen osa-alueita käsiteltiin monipuolisesti eri suunnitelman osissa. Eniten kuluttajakasvatuksen osa-alueita käsiteltiin luonnollisesti yleisesti peruskoulua ja opetussuunnitelman perusteita esittelevässä osassa, mutta myös vuosiluokkia 7–9 koskevissa laaja-alaisissa tavoitteissa ja kotitalouden oppiaineen tavoitteissa ja sisällöissä käsiteltiin kuluttajakasvatusta useammassa kohtaa. Tässä tutkimuksessa otettiin huomioon perusopetuksen opetussuunnitelman perusteista sekä yleinen osa ja siinä käsitellyt kuluttajakasvatukseen liittyvät tavoitteet että vuosiluokkia 7–9 koskevat teemat. Tämä siksi, että myös opetussuunnitelman perusteiden yleiset sisällöt luovat tavoitteita kotitalousopetukselle ja sitä myötä myös kotitalouden oppikirjoille.

Kuluttajakasvatuksen teemoja käsiteltiin oppikirjoissa monissa eri yhteyksissä. Kuluttajuuteen liittyville teemoille oli kaikissa tutkittavissa oppikirjoissa omat lukunsa, joissa kuluttajakasvatuksen osa-alueita käsiteltiin luonnollisesti eniten. Tämän lisäksi kuluttajakasvatuksen osa-alueita tuli esille myös esimerkiksi puhtaanapitoon tai ruoanlaittoon liittyvissä luvuissa.

Onni kotitalous 7-9 oppikirjassa ja perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa kuluttajakasvatukseen liittyvien mainintojen määrä oli kummassakin 38 kappaletta. Kotitaloustaito 7-9- ja Kimara kotitalous -oppikirjoissa kuluttajakasvatukseen liittyvien mainintojen määrä oli kummassakin 44 kappaletta. Kuvioon 2 on koottu analysoiduista oppikirjoista ja perusopetuksen opetussuunnitelman perusteista löytyneiden kuluttajakasvatuksen osa-alueisiin liittyneiden mainintojen suhteelliset määrät.

Kuviosta 2 nähdään, että oppikirjat noudattivat keskenään hyvin samanlaista kaavaa, mutta perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet poikkesivat tästä jonkin verran. Selkein ero oli kuluttajan oikeuksia ja velvollisuuksia käsittelevien mainintojen ja medialukutaitoa käsittelevien mainintojen määrässä. Oppikirjoissa mainintoja kuluttajan oikeuksista ja velvollisuuksista oli suhteellisesti paljon enemmän kuin opetussuunnitelman perusteissa. Medialukutaitoa puolestaan painotettiin opetussuunnitelman perusteissa huomattavasti paljon enemmän kuin missään tutkituissa oppikirjoissa. Missään tutkituista aineistoista ei puolestaan annettu kovinkaan suurta painoarvoa markkinoinnin ja vaikuttamisen osa-alueelle.



Kuvio 2. Kuluttajakasvatuksen aihealueiden esiintyminen analysoiduissa oppikirjoissa

Kuten jo edellä todettiin, kaikissa analysoiduissa oppikirjoissa oli lähes yhtä paljon kuluttajakasvatukseen liittyviä mainintoja. Mainintoja analysoidessa huomasi kuitenkin eron siinä, kuinka kattavia maininnat olivat sisällöllisesti. Onni kotitalous 7-9 oppikirjassa maininnat olivat suppeampia ja

pintapuolisempia kuin Kotitaloustaito 7–9-oppikirjassa tai Kimara kotitalous -oppikirjassa. Suppeammilla maininnoilla tarkoitan sitä, että käsiteltävä asia on vain mainittu yhdessä lauseessa, mutta ei ole esimerkiksi perusteltu tarkemmin. Tässä kohtaa on mielestäni oleellista mainita, että Kotitaloustaito 7–9 ja Kimara kotitalous ovat saman kustantajan kirjoja, kun puolestaan Onni kotitalous 7–9-oppikirjan on kustantanut toinen kustantamo. Mielenkiintoista oli kuitenkin huomata se, mikä nähdään myös kuviosta 2, eli että saman kustantamon kirjat poikkesivat toisistaan kuitenkin jonkin verran ainakin painostusten perusteella. Tähän voi vaikuttaa kirjojen teko-aika, sillä Kimara kotitalous oli analysoiduista oppikirjoista uusin (julkaistu vuonna 2021), ja Kotitaloustaito 7–9 puolestaan on hieman vanhempi (vuonna 2016 julkaistu).

5.2 Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet

Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden (jatkossa opetussuunnitelman perusteet) tehtävänä on tukea ja ohjata opetuksen järjestämistä ja koulutyötä. Opetussuunnitelman perusteilla pyritään myös edistämään yhtenäisen perusopetuksen yhdenvertaista toteutumista. Opetussuunnitelman perusteet ”laaditaan perusopetuslain ja -asetuksen sekä tavoitteet ja tuntijaon määrittävän valtioneuvoston asetuksen pohjalta”. Opetussuunnitelman perusteet sisältää opetukseen liittyvät tavoitteet ja sisällöt ja näiden lisäksi niiden ymmärtämistä avaavaa tekstiä, jotta opetusta olisi helpompaa toteuttaa perusteiden pohjalta. (Opetushallitus 2016, 9.)

Opetussuunnitelman perusteissa todetaan, että perusopetuksen tarkoituksena on luoda perusta oppilaiden yleissivistykselle. Perusopetuksen todetaan myös rakentuvan yhteiselle arvoperustalle ja käsitykselle oppimisesta. Opetussuunnitelman perusteet on laadittu sellaisen arvopohjan mukaisesti, joka noudattaa seuraavia periaatteita: Oppilaan ainutlaatuisuus ja oikeus hyvään opetukseen, Ihmisyys, sivistys, tasa-arvo ja demokratia, Kulttuurinen moninaisuus rikkautena sekä Kestävän elämäntavan välttämättömyys. (Opetushallitus 2016, 15.)

Opetussuunnitelman perusteet koostuu 15 pääluvusta, jotka jakautuvat edelleen alaluvuiksi. Analyysiin pääluvusta sisältyi neljä ja analysoitavia sivuja oli yhteensä 15. Tutkimuksen ulkopuolelle on jätetty kaikki luvut, jotka eivät ole olennaisia yläkoulun opetuksen kannalta tai muutoin eivät liittyneet tutkimuksen pääteemaan eli kuluttajakasvatukseen yläkoulun kotitalouden oppikirjoissa.

Yksityistalouden luokka oli kohtalaisen näkyvässä roolissa opetussuunnitelman perusteissa. Laaja-alaisen osaamisen tavoitteissa yksityistalous nousi esille useammassa kohtaa, ja yleisesti

laaja-alaisista tavoitteissa todettiin, että vuosiluokkien 7–9 tavoitteena on pohtia oppilaiden kanssa kestävän kehityksen taloudellisia edellytyksiä (Opetushallitus 2016, 281). Opetussuunnitelman perusteissa määriteltiin, että kotitalousopetuksessa oppilaat saavat käsityksen kodin kustannustehokkaasta toiminnasta sekä taloudellisuudesta. Nämä pitävät sisällään S1, S2 ja S3 tavoitteiden mukaisesti syömiseen liittyvien valintojen taloudellisuuden pohtimista, asumisen kustannustietoisuuden kehittymistä sekä harjaannuttavat tunnistamaan kotitalouden rahankäyttöön liittyviä tilanteita ja ongelmia. Lisäksi laaja-alaisissa tavoitteissa mainittiin omien kulutustottumusten tarkasteleminen.

Kuluttajan oikeudet ja vastuut luokkaa käsiteltiin todella suppeasti, sillä koko opetussuunnitelman perusteissa vain yhdessä kotitalouden sisältöalueessa oli tähän luokkaan liittyvä maininta. Sisältöalue S3:ssa mainittiin, että ”sisällöt valitaan siten, että ne ohjaavat oppilaita asioimaan sekä tuntemaan vastuitaan ja oikeuksiaan valintoja ja sopimuksia tekevinä kuluttajina.” (Opetushallitus 2016, 439).

Medialukutaitoa oli käsitelty melko kattavasti sekä opetussuunnitelman perusteiden laaja-alaisissa tavoitteissa että kotitalouden opetuksen tavoitteissa ja sisältöalueissa. Laaja-alaisissa tavoitteissa medialukutaidosta mainittiin ristiriitaisen tiedon käsittely ja kohtaaminen sekä mediaympäristön analysoiminen ja sen vaikutusten arvioiminen. Medialukutaitoja syvennetään toimimalla erilaisissa medioissa. Tieto- ja viestintäteknologian osaamisen yhteydessä nostettiin esille muun muassa vastuullista ja turvallista toimintaa sekä vuorovaikutuksellista toimintaa. Kotitalouden opetuksen tavoitteista medialukutaitoa käsiteltiin kohdassa T10. Tavoitteessa T10 haluttiin kannustaa oppilaita hankkimaan ja arvioimaan kotitalouteen liittyvää luotettavaa tietoa sekä käyttämään sitä (Opetushallitus 2016, 438).

Opetussuunnitelman perusteissa medialukutaidon aiheet nousivat esille kotitalouden sisältöalueissa S1–Ruokaosaaminen ja ruokakulttuuri ja S3–Kuluttaja- ja talousosaaminen kodissa. Ruokaosaamisen ja ruokakulttuurin sisältöalueessa mainittiin, että ruokaan ja syömiseen liittyvää tietoa tulisi käsitellä luotettavan tiedon näkökulmasta. Kuluttaja- ja talousosaaminen kodissa sisältöalueessa puolestaan todettiin, että ”sisällöt johdattavat median- ja teknologian käyttöön arjen työvälineenä ja kannustavat pohtimaan vertaisryhmän ja median vaikutusta omiin kulutusvalintoihin.” (Opetushallitus 2016, 439).

Kestävän kulutuksen -luokka oli huomattavasti suuremmassa roolissa opetussuunnitelman perusteissa kuin mikään muu analyysissä mukana ollut luokka. Pääasiassa kestävän kulutuksen teemoja tuli esille opetussuunnitelman perusteissa jo arvoperustan esittelyn yhteydessä ja vuosiluokien 7–9 laaja-alaisen osaamisen tavoitteissa. Myös kotitalouden opetuksen tavoitteissa ja sisältöalueissa oli mainintoja kestävään kulutukseen liittyen.

Opetussuunnitelman perusteiden arvoperustassa mainittiin asioiden eettisestä käsittelystä, kulttuurisen moninaisuuden kunnioituksesta ja kulttuurisesti kestävästä kehityksestä. Eettisten näkökulmien ja kulttuurisen kestävyuden lisäksi arvoperustassa puhuttiin ihmisen toiminnan ekologisuudesta sekä kestävän elämäntavan omaksumisesta ja globaalista vastuusta. Arvoperustan lisäksi kestävän kulutuksen näkökulma tuli selvästi esille myös perusopetuksen tehtävässä. Perusopetuksen tehtävästä todettiin, että opetukseen liittyy kulttuuritehtävä, jonka tulisi edistää monipuolista kulttuurista osaamista ja kulttuuriperinnön arvostamista. (Opetushallitus 2016, 15–18.)

Opetussuunnitelman perusteiden laaja-alaisissa tavoitteissa kestävä kulutus tuli esille toistuvasti, sillä laaja-alaiset tavoitteet L1–Ajattelu ja oppimaan oppiminen, L2–Kulttuurinen osaaminen ja vuorovaikutus, L3–Itsestä huolehtiminen ja arjen taidot, L5–Tieto- ja viestintäteknologinen osaaminen sekä L7–osallistuminen, vaikuttaminen ja kestävän tulevaisuuden rakentaminen pitivät sisällään kestävän kulutuksen teemoja. Laaja-alaisissa tavoitteissa nousi esille eettiseen ajattelun ja toiminnan periaatteet sekä omien ajattelu- ja työskentelytapojen merkitys tulevaisuudelle. Laaja-alaisissa tavoitteissa käsiteltiin kestävän kulutuksen teemoja myös kulttuurisen kestävyuden, kestävän tulevaisuuden, kestävän elämäntavan ja vastuullisen toiminnan näkökulmista.

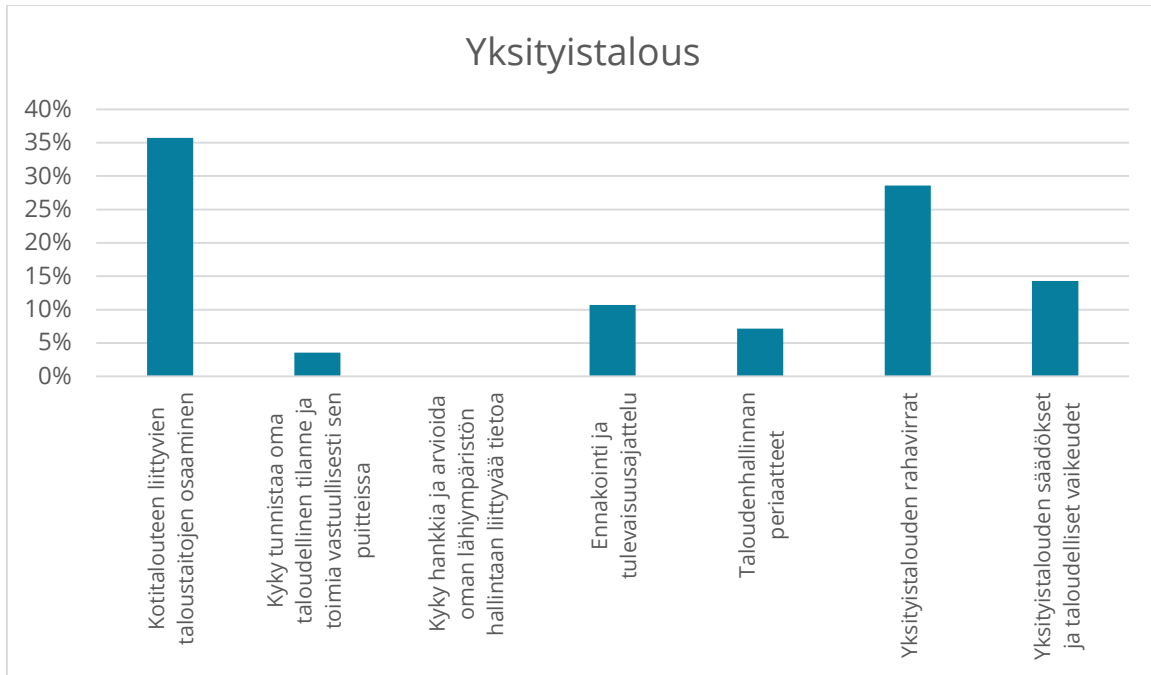
Kotitalousopetuksen tavoitteissa kestävän kulutuksen teemaa lähestyttiin kestävän kulutuksen mukaisten materiaalien valinnan, kulttuurien ja perinteiden säilymisen sekä arjen valintojen ympäristö- ja kustannustietoisuuden näkökulmasta. Opetussuunnitelman perusteissa kotitalouden sisältöalueet S1–Ruokaosaaminen ja ruokakulttuuri sekä S2–Asuminen ja yhdessä eläminen käsitelivät kestävän kulutuksen teemoja. Sisältöalueissa kestävän kulutuksen teemat liittyivät ruokaan ja syömiseen liittyvien valintojen ja tottumusten eettisen näkökulman pohtimiseen sekä kestävän kulutuksen mukaisten puhtaanapidon tekstiilien, materiaalien, työtapojen ja taitojen kehittymiseen.

Markkinointi ja vaikuttaminen -luokka jäi opetussuunnitelman perusteissa lähes täysin huomiotta. Vain yhdessä laaja-alaisessa tavoitteessa oli maininta liittyen markkinointiin ja vaikuttamiseen. Tavoitteessa L4–Monilukutaito todettiin, että ”numeraalista lukutaitoa hyödynnetään esimerkiksi arvioitaessa gallupien luotettavuutta tai ostotarjousten edullisuutta” (Opetushallitus 2016, 283). Toisaalta opetussuunnitelman perusteiden arvoperustassa mainittiin, että peruskoulua ja opetusta ei saa käyttää kaupallisen vaikuttamisen kanavana, ja myös tämän voidaan katsoa liittyvän markkinoinnin ja vaikuttamisen luokkaan.

Kaiken kaikkiaan opetussuunnitelman perusteissa käsiteltiin perusteiden yleisessä osassa ja vuosiluokkien 7–9 osalta kuluttajakasvatuksen osa-alueita hyvin paljon. Osa-alueiden käsittely oli kuitenkin todella jakautunutta siinä mielessä, että kestävän kulutuksen aiheita käsiteltiin paljon ja monipuolisesti, kun taas markkinointia sekä kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsiteltiin todella suppeasti vain muutamassa kohdassa. Opetussuunnitelman perusteiden pohjalta voidaan siis todeta, että peruskoulussa ja erityisesti vuosiluokilla 7–9 kuluttajakasvatuksen tärkeimpänä osa-alueena pidettiin kestävää kulutusta. Tämän jälkeen tärkeimpiä osa-alueita olivat medialukutaito ja yksityistalous. Vähiten tärkeimmässä roolissa opetussuunnitelman perusteissa olivat kuluttajan oikeudet ja vastuut sekä markkinointi ja vaikuttaminen.

5.3 Kimara kotitalous 7–9

Kimarassa 44 sivua sisälsi mainintoja kuluttajakasvatukseen liittyen. **Yksityistaloutta** Kimarassa käsiteltiin seitsemällä sivulla, mutta pienestä sivumäärästä huolimatta asiaa käsiteltiin melko kattavasti. Kuvioon 3 olen koonnut yksityistalouden alaluokat ja niiden suhteellisen jakautumisen. Kuvioista nähdään, että kaikki alaluokat eivät esiintyneet Kimarassa lainkaan ja muutoinkin alaluokkien painos oli hyvin epätasaista.



Kuvio 3. Yksityistalous -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Kimarassa

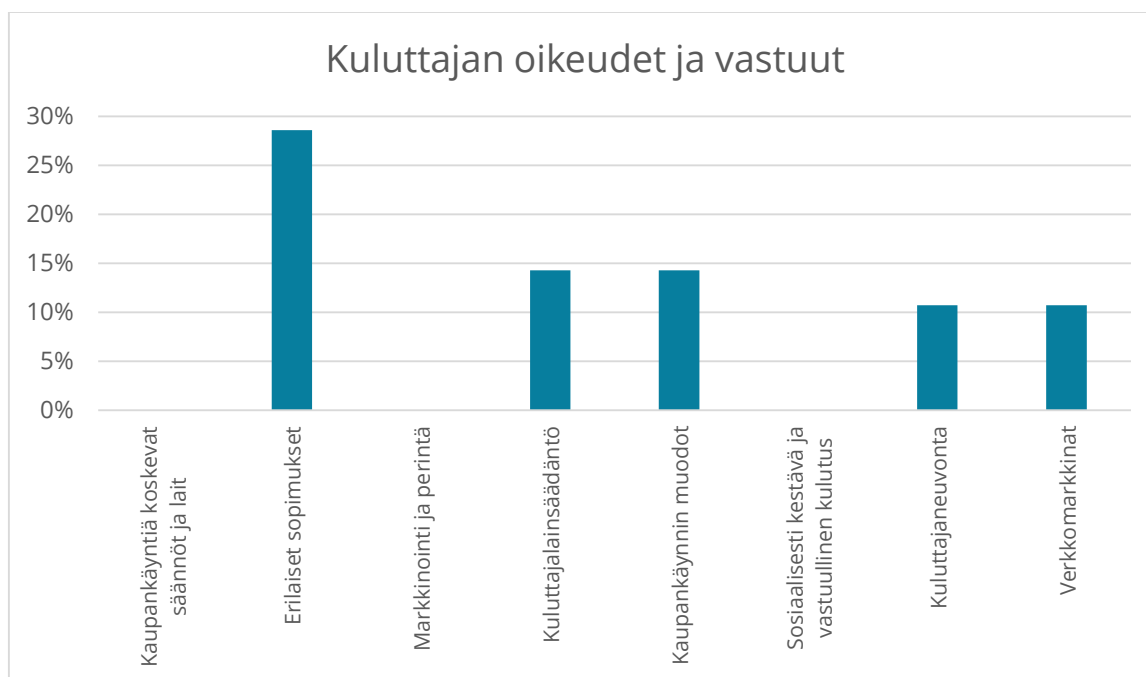
Yksityistalouden alaluokista pääpaino oli kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamisessa, kun kuvion 3 mukaan jopa 36 % kaikista yksityistalouteen liittyvistä maininnoista käsitteli kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamista. Kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamiseen liittyvät maininnat käsittelivät Kimarassa esimerkiksi sitä mihin rahaa tarvitaan. Myös laskujen maksaminen, erilaiset maksutavat ja lainat kuuluivat kotitalouden taloustaitoihin. Kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamiseen luokiteltiin edellisten lisäksi myös kodinhoitoon liittyvien eri palveluiden käyttö sekä vakuutusten ottaminen.

Yksityistalouden alaluokista toinen pääpaino oli yksityistalouden rahavirroissa. 29 % kaikista Yksityistalous -pääluokan maininnoista käsitteli yksityistalouden rahavirtoja. Yksityistalouden rahavirtoihin kuului se, mistä rahaa tulee kotitalouteen, nuorten tulot, asumisen kulut ja oman talouden hallinta. Nuorten tuloihin liittyen Kimarassa käsiteltiin myös eri tulomuotoja, eli brutto- ja nettotulojen eroja. Oman talouden hallinta piti sisällään esimerkkejä siitä, mihin rahaa konkreettisesti kuuluu: "Elämisen kulut muodostuvat asumisesta, ruoan ja vaatteiden hankkimisesta sekä terveyteen, liikkumiseen, tietoliikenteeseen, vapaa-aikaan ja harrastuksiin liittyvistä kuluista (Kimara 2021, 256).

Pienelle huomiolle yksityistalouden alaluokista jäi yksityistalouden säädökset ja taloudelliset vaikeudet, taloudenhallinnan periaatteet, kyky tunnistaa oma taloudellinen tilanne ja toimia vastuullisesti sen puitteissa sekä ennakointi ja tulevaisuusajattelu. Nämä kaikki alaluokat käsittelivät vain muutamalla lauseella kuluttajakasvatukseen liittyviä aihealueita. Yksityistalouden säädöksistä ja taloudellisista vaikeuksista mainittiin velan ja eräpäivän käsitteet sekä ylivelkaantuminen. Alaluokat taloudenhallinnan periaatteet, kyky tunnistaa oma taloudellinen tilanne ja toimia vastuullisesti sen puitteissa sekä ennakointi ja tulevaisuusajattelu menivät aihealueiltaan hieman limittäin, kun kaikki nämä voisivat pitää sisällään rahankäytön suunnitteluun ja tulojen ja menojen riittävyyden arviointiin liittyvää tietoa. Ennakointiin ja tulevaisuuden ajatteluun luokiteltiin esimerkiksi budjetointiin liittyviä asioita: "Rahankäytön suunnittelua kutsutaan budjetoinniksi. Budjetoinnissa otetaan huomioon, kuinka paljon rahaa on mahdollista käyttää. Hankinnat suunnitellaan käytettävissä olevien varojen mukaisesti." (Kimara 2021, 257).

Kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsiteltiin Kimarassa yhdellätoista sivulla melko kattavasti. Kuviossa 4 olen esitellyt kaikki pääluokan Kuluttajan oikeudet ja vastuut alaluokat ja niiden suhteellisen jakautumisen pääluokan sisällä. Kuvioista nähdään, että pääpaino oikeuksista ja vastuista oli erilaisia sopimuksia käsittelevällä alaluokalla. Lukuun ottamatta erilaisia sopimuksia käsittelevää alaluokkaa muut alaluokat jakautuivat kuvion 4 mukaan hyvin tasaisesti tämän pääluokan sisällä. Kolme alaluokkaa jäi Kimarassa täysin ilman mainintoja.

Kaikista Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokan maininnoista 29 % käsitteli Kimarassa erilaisia sopimuksia. Sopimuksia käsiteltiin monipuolisesti alkaen siitä, että kerrottiin mitä ovat sopimus ja sopimusehdot. Lisäksi sopimuksista tuotiin esille sopimusten purkamista, takuuta ja erilaisia nuorille ajankohtaisia sopimuksia, kuten kuntosalijäsenyys tai vuokrasopimus.



Kuvio 4. Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Kimarassa

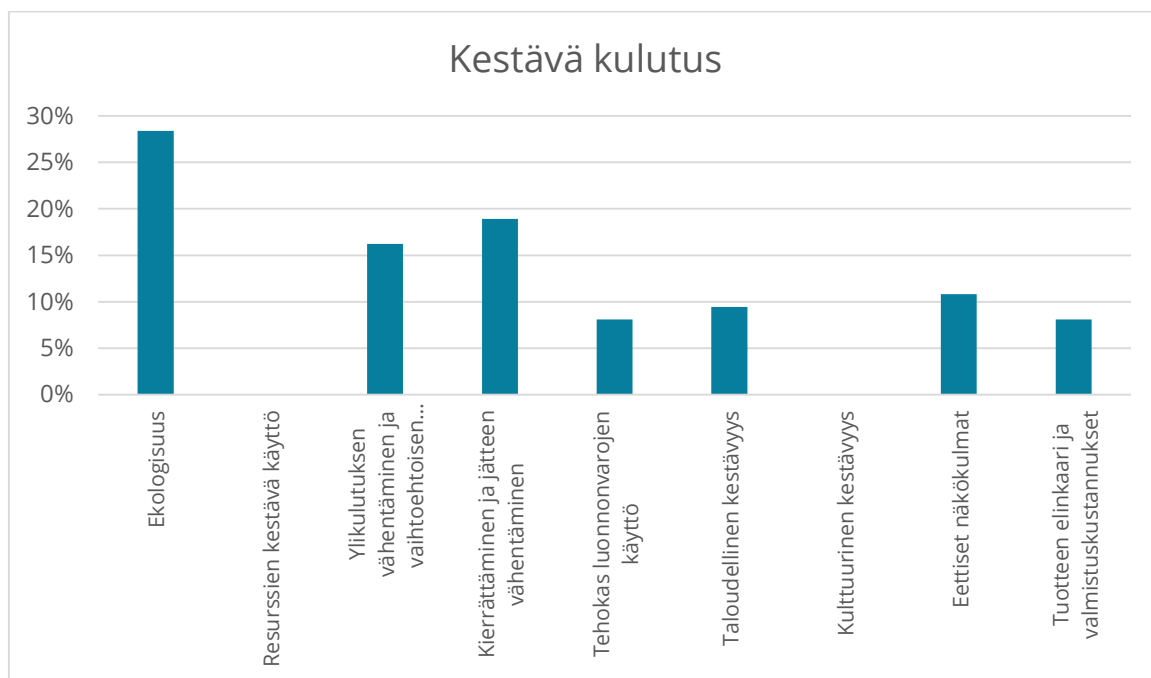
Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokan alaluokka kuluttajalainsäädännöstä nousi jonkin verran esille Kimarassa. Alaluokka käsitteli lähinnä tuotteiden palautusoikeutta, kaupan peruutusosoikeutta ja kuluttajansuojalakeja. Esimerkiksi peruutusosoikeudesta mainittiin: ”Sekä kotimyynnissä että etämyynnissä kuluttajalla on ostokselle 14 päivän peruutusosoikeus. Sopimusehdot kannattaa lukea huolellisesti ennen kaupan tekemistä ja ostoksen maksamista. Peruutusosoikeus ei koske kaikkia tuotteita, kuten asiakkaan mittojen mukaan valmistettuja vaatteita.” (Kimara 2021, 261).

Kuten kuviosta 4 nähdään, niin Kimarassa käsiteltiin hyvin vähän sellaisia aiheita, jotka voitiin luokitella kaupankäynnin muotoja, kuluttajaneuvontaa ja verkkomarkkinointia käsitteleviin alaluokkiin. Kaupankäynnin muodoista kerrottiin, minkälaisia kaupankäynnin muotoja on olemassa: ”Kauppa, tori, ruokapiiri, suoramyyni ja verkkokauppa” (Kimara 2021, 36). Kuluttajaneuvonnan alaluokkaan luokiteltiin maininta siitä, mitä kuluttajaneuvonta koskee ja reklamaatioon liittyvät lauseet. Verkkoo-ostamisesta mainittiin kahdella sivulla, joilla kuvailtiin verkko-ostamisen ominaisuuksia ja siinä huomioitavia asioita.

Medialukutaito luokan aiheita käsitellään yhteensä neljällä sivulla. Tämä luokka on Kimarassa edustettuna hyvin suppeasti ja vain muutamalla toisistaan irrallisella aiheella. Luokan jakaminen

alaluokkiin ei ole mielekästä aineiston suppeuden vuoksi. Medialukutaitoa käsittelevät teemat liittyvät tilausaansaan ja eri tavoin lähdekriittisyyteen.

Kestävä kulutus on Kimarassa esillä erittäin laajasti ja kattavasti. Kestävän kulutuksen aiheita käsitellään yhteensä 31:llä sivulla, ja se on kaikista luokista eniten esillä. Kuvioon 5 olen koonnut kaikki Kestävä kulutus -pääluokan alaluokat ja niiden suhteellisen jakautumisen pääluokan sisällä. Kuten kuviosta 5 nähdään, Kimarassa jäi kaksi kestävään kulutukseen liittyvää alaluokkaa täysin ilman mainintoja. Neljä alaluokkaa olivat jakautuneet melko tasaisesti, kun niiden osuudet olivat 8–10 % kaikista kestävän kulutuksen maininnoista.



Kuvio 5. Kestävä kulutus -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Kimarassa

Pääpaino kestävän kulutuksen aiheista oli ekologisuudessa. Kuvion 5 mukaan jopa 28 % Kimaran maininnoista kuului tähän alaluokkaan. Tähän alaluokkaan kuuluvat aiheet käsitelivät ympäristön huomioimista ja erilaista kestävyttä. Kestävyys esiintyi kestäväna toimintana ja elämäntapana, ruoan kestävytenä ja ympäristön kestävytenä. Ekologisuuteen kuului myös kodissa tehtävien valintojen ilmastovaikutukset sekä kodin ympäristökuorma ja sen vähentäminen: "Ympäristökuormalla tarkoitetaan ihmisen toiminnan, tavaroiden sekä palveluiden ympäristölle aiheuttamaa kuormitusta. Sen pienentäminen alkaa suunnitelmallisuudesta. Esimerkiksi aterioita voi suunnitella useammalle päivälle ja hankkia valmistusaineet yhdellä ostokerralla." (Kimara 2021, 266).

Ekologisuuden aiheeseen kuului myös ympäristön huomioiminen kodin tuotteissa, kuten pesuaineen valinnassa.

Kestävän kulutuksen luokkaan kuului kierrättäminen ja jätteen vähentäminen, joka oli ekologisuuden jälkeen suurimmassa roolissa Kimarassa. Kierrättämiseen ja jätteen vähentämiseen kuului kierrättämiseen kehottaminen ja oikeanlaisen kierrättämisen opastaminen sekä yleisesti kierrättämisestä kertominen. Kimarassa painotettiin myös jätteen lajittelua ja sitä, miten voi vähentää jätettä eri toiminnoissa. Jätteen lajittelua perusteltiin seuraavasti: ”Jätteet lajitellaan, koska niiden sisältämä materiaali tai energia on arvokasta. Jätteet voidaan hyödyntää uusien tuotteiden valmistuksessa tai energian tuottamisessa. Näin säästetään luonnonvaroja ja vähennetään kaatopaikkojen aiheuttamia ongelmia.” (Kimara 2021, 20). Kierrättämiseen ja jätteen vähentämiseen liittyen Kimarassa käsiteltiin myös tekstiilien kierrättämistä ja sen ongelmallisuutta.

Kimarassa kestävän kulutuksen luokassa huomiota sai myös alaluokka ylikulutuksen vähentämisestä ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksumisesta. Tähän alaluokkaan liittyi omien valintojen kyseenalaistaminen: ”Jos osaat kyseenalaistaa valintojasi ja luopua tarpeettomasta kuluttamisesta, olet ymmärtänyt paljon kestävän kulutustavan periaatteista.” (Kimara 2021, 11). Ylikulutuksen vähentämiseen liittyen mainittiin matkustelun ympäristövaikutuksista ja tarpeettoman kulutuksen vähentämisestä. Vaihtoehtoinen kulutustavan omaksuminen puolestaan tuli näkyville muun muassa tavaroiden lainaamiseen tai vuokraamiseen kehottamisena. Myös vaatteiden kuluttamiseen liittyvät maininnat luokiteltiin vaihtoehtoisen kulutustavan omaksumiseen, sillä Kimarassa kehoitettiin miettimään omien valintojen kulutusta niin lähellä kuin kaukanakin sekä ottamaan kulutuksessa huomioon koko ihmiskunta ja ympäristö (Kimara 2021, 296).

Eettiset näkökulmat olivat myös jonkin verran edustettuina kestävän kulutuksen luokassa, kun 11 % kaikista kestävän kulutukseen liittyvistä maininnoista käsitteli eettisiä näkökulmia. Eettisiin näkökulmiin kuuluivat aiheet, jotka käsittelivät erilaisia eettisiä valintoja ja eettisyyttä ostosten ja tuotteiden valinnassa. Kimarassa eettisyyteen liittyi olennaisena osana tuotteiden valmistajien kunnolliset työolot ja lapsityövoiman käyttö. Kimarassa mainittiin esimerkiksi: ”Elektroniikkajätteitä käsittelevillä kaatopaikoilla työskentelee usein nuoria pienillä palkalla, koulunkäynnin ja oman terveytensä kustannuksella. Jätteiden alkeellinen käsittely myös saastuttaa maata ja luontoa kaatopaikan ympärillä. Vaatetuotannossa on tärkeää, että yritykset ottavat huomioon työntekijöiden ihmisoikeudet sekä tuotanto- ja työskentelyolosuhteet.” (Kimara 2021, 269).

Vähimmälle huomiolle kestävän kulutuksen luokassa jäivät tehokas luonnonvarojen käyttö, taloudellinen kestävyys sekä tuotteen elinkaari ja valmistuskustannukset. Tehokas luonnonvarojen käyttö ja taloudellinen kestävyys ilmenivät Kimarassa hyvin samoilla tavoilla, mutta hieman eri näkökulmasta. Molemmissa alaluokissa käsiteltiin energian säästämistä kodinkoneiden käytössä, mutta luonnonvarojen käytössä huomio kiinnittyi lähinnä energianlähteiden säästämiseen ja taloudellisessa kestävyudessa energian säästämiseen siksi, että se säästää samalla rahaa. Energian säästämisen lisäksi taloudelliseen kestävyteen kuuluivat maininnat pyykinpesuaineen säästämisestä ja oikeantyyllisen pyykinpesuaineen valinnasta. Tuotteen elinkaaresta ja valmistuskustannuksista Kimarassa oli muutama maininta. Nämä maininnat liittyivät lähinnä siihen, että tuotteen elinkaari tulisi huomioida tuotteen ostopäätöstä tehtäessä tai siihen, minkälaisilla keinoilla tuotteen elinkaarta voisi pidentää.

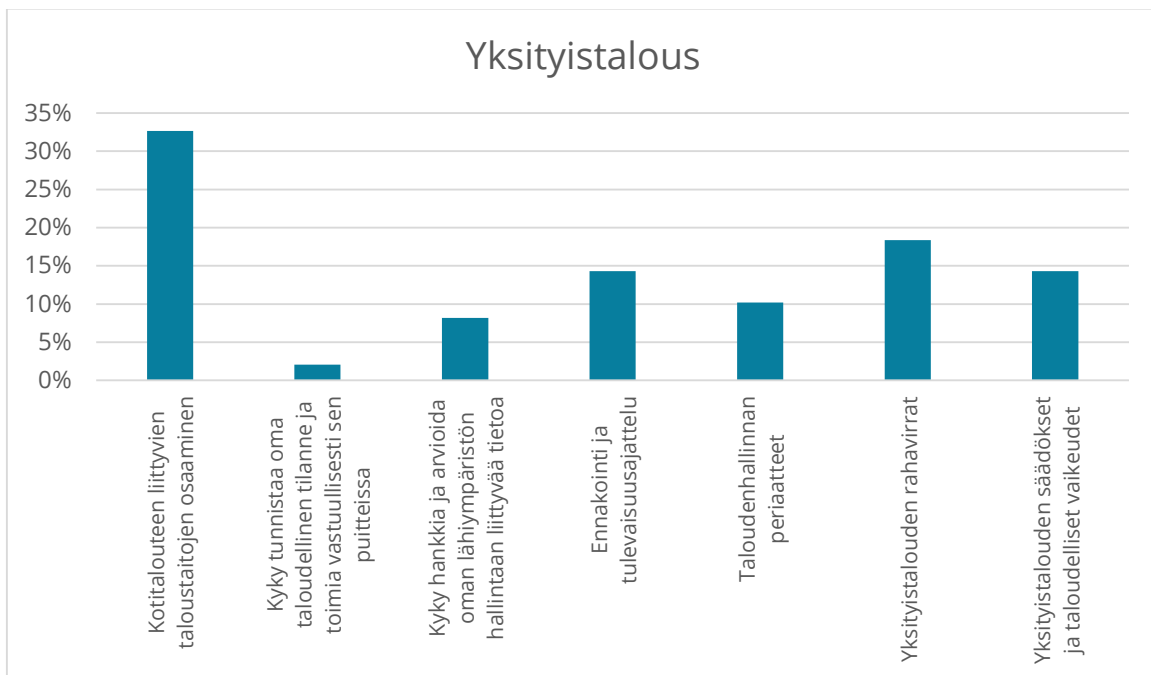
Markkinointi ja vaikuttaminen -luokkaa ainoastaan sivuttiin Kimarassa, sillä vain kolmella sivulla oli jotain mainintaa liittyen markkinointiin ja vaikuttamiseen. Markkinoinnin aiheet liittyivät mainosten kohdentamiseen kuluttajalle ja mainosten eri tehtäviin. Markkinoinnin ja vaikuttamisen luokka piti sisällään myös sen, mitkä tekijät vaikuttavat nuoren kulutustottumuksiin.

Edellä mainittujen luokkien lisäksi Kimarassa nousi esille myös analyysirungon ulkopuolinen kuluttajakasvatuksen luokka. **Ostopäätöksen tekeminen** -luokkaan Kimaran osalta luokiteltiin maininnat ostopäätöksen perusteista. Tällaisia mainintoja oli muutamia.

Kaiken kaikkiaan Kimarassa käsiteltiin kuluttajakasvatuksen eri osa-alueita hyvin kattavasti. Selkeästi eniten esillä osa-alueista oli kestävä kuluttaminen, jonka jälkeen myös selkeästi oli kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsittelevä osa-alue. Kestävää kulutusta käsiteltiin Kimarassa lähes kaikkien kestävän kulutuksen alaluokkien osalta, eli voidaan sanoa, että Kimara tarjoaa kestäväan kulutukseen hyvin kattavan näkökulman. Kuluttajan oikeuksia ja vastuita puolestaan käsiteltiin määrällisesti paljon, mutta suppeammin kuin kestävän kulutuksen aiheita. Kolme täysin huomiotta jäänyttä alaluokkaa lukuun ottamatta kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsiteltiin alaluokkien näkökulmasta melko tasapainoisesti. Melko runsaasti Kimarassa käsiteltiin myös yksityistalouteen liittyviä aiheita, mutta medialukutaitoa, markkinointia ja mainontaa sekä ostopäätöstä käsittelevät aiheet jäivät hyvin vähälle käsittelylle.

5.4 Kotitaloustaito 7-9

Kotitaloustaidossa 44 sivua sisälsi mainintoja kuluttajakasvatukseen liittyen. **Yksityistaloutta** käsiteltiin Kotitaloustaidossa laajasti aiheiden sekä sivumäärien näkökulmasta. Yksityistalouteen liittyviin asioihin viitattiin oppikirjassa 22:lla sivulla. Kuvio 6 nähdään, että Kimarassa painotettiin selkeästi eniten kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamista. Tämän jälkeen maininnat jakautuivat melko tasaisesti viiden muun alaluokan välille, kun niiden suhteelliset osuudet olivat 8–18 % välillä.



Kuvio 6. Yksityistalous -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Kotitaloustaidossa

Yksityistalouden alaluokista pääpaino oli kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamisessa. Jopa 33 % kaikista tämän pääluokan maininnoista käsitteli kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamista (kuvi 6). Kotitaloustaidossa kotitalouden taloustaidoista nostettiin esille kotitöiden palkattomuus ja kotitaloustaitojen hyödyt. Lisäksi kotitalouteen liittyviin taloustaitojen osaamiseen kuului lainat, laskut ja niiden maksamisen tärkeys sekä erilaiset maksutavat, kuten luottokortti tai osamaksu. Olennaisena osana kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamisessa korostui se, mihin kotitaloudessa kuluu rahaa.

Toiseksi eniten yksityistalouden luokassa nousi esille yksityistalouden rahavirrat -alaluokka. Tässä alaluokassa korostui se, mikä elämisessä maksaa eniten sekä yleisesti kulutuksen hinta. Yleisesti

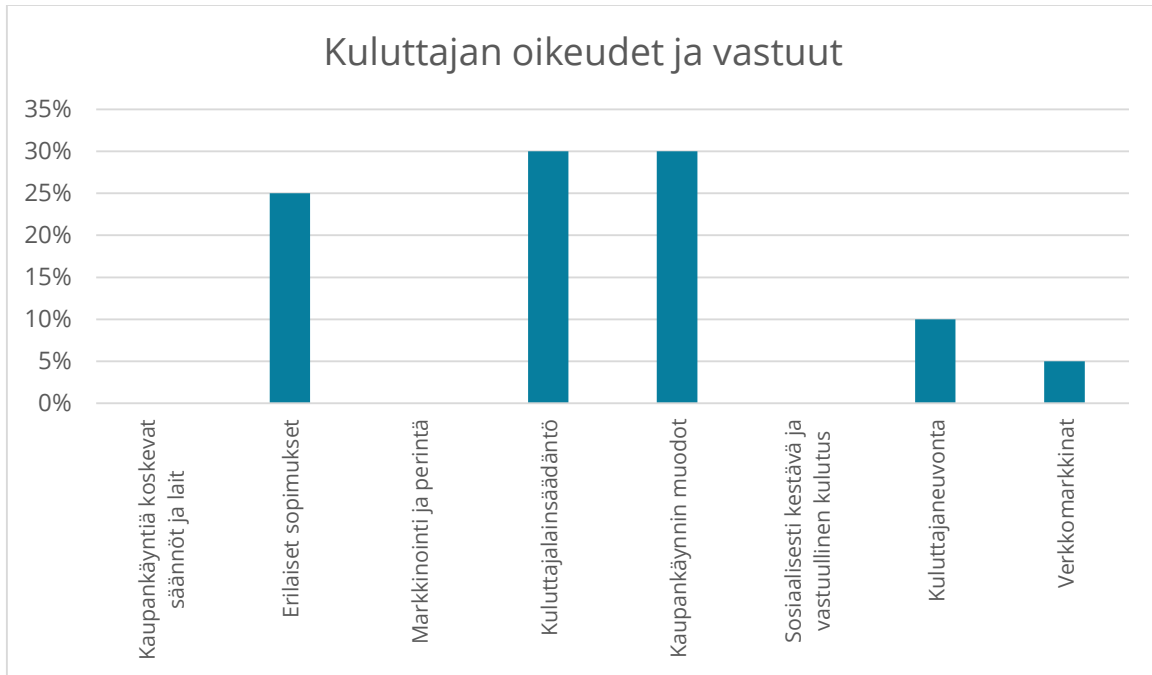
kulutuksen hintaan kuului esimerkiksi wc:n vetäminen tai jääkaapin aiheuttama kulutus. Kotitaloustaikossa nostettiin esille kohtuulliseen elämäntyyliin tarvittava rahamäärä ja mainittiin myös siitä, että elämiseen käytettävissä oleva rahamäärä vaihtelee perheittäin. Oppikirjassa käsiteltiin myös erilaisia tulomuotoja, kuten brutto- ja nettotuloja sekä mahdollisia pienien tulojen mahdollistamia tulonsiirtoja: ”Jos palkkatulot ovat pienet, on viisasta tarkastaa, saako yhteiskunnalta tukea. Tällöin käännetään Kelan tai sosiaalitoimen puoleen.” (Kotitaloustaito 2015, 280).

Lähes saman verran kuin yksityistalouden rahavirtoja, käsiteltiin Kotitaloustaikossa ennakkointia ja tulevaisuusajattelua. Tässä alaluokassa käsiteltiin säästöjä ja niiden mukanaan tuomaa taloudellisen tasapainoa ja mielenrauhaa. Olennaisia teemoja tässä alaluokassa olivat myös kulutuksen vähentäminen ja säästäminen. Kulutuksen vähentämiseen ja säästämiseen Kotitaloustaikossa annettiin konkreettisia vinkkejä, kuten turhien valojen sammuttaminen, sähkölaitteiden valmiustilojen sammuttaminen, lieden ja uunin jälkilämpö sekä käytettyjen tavaroiden ostaminen.

Yksityistalouteen kuuluu alaluokka yksityistalouden säädökset ja taloudelliset vaikeudet. Tämä alaluokka on yhtä suuressa roolissa kuin edellä mainittu ennakkointia ja tulevaisuusajattelua käsittelevä alaluokka. Tässä alaluokassa nostettiin esille aiheita, jotka liittyivät tilanteeseen, kun kuluttajalla on jotain haasteita rahankäytön suhteen. Suuressa roolissa tässä alaluokassa oli maksuhäiriömerkintä ja luottotiedot. Alaluokasta löytyi maininta myös ylivelkaantumisesta.

Kuviosta 6 nähdään, että yksityistalouden luokassa vähemmälle huomiolle jäivät seuraavat alaluokat: kyky tunnistaa oma taloudellinen tilanne sekä kyky hankkia ja arvioida oman lähiympäristön hallintaan liittyvää tietoa. Oman taloudellisen tilanteen tunnistamista käsittelevässä alaluokassa annettiin neuvoja siihen, kuinka perheen talous pysyy tasapainossa ja mitä tulee tehdä, jos rahat ovat vähissä. Oman lähiympäristön hallintaan liittyvän tiedon hankintaan ja arvioimiseen luokitellaan aiheet, jotka käsittelevät hintamerkintöjen selvittämistä sekä sitä, mitä palvelun maksuun kuuluu.

Kuluttajan oikeudet ja vastuut -luokkaa käsiteltiin Kotitaloustaikossa melko paljon, mutta se kohdistui vain muutamaasi alaluokkiin. Oppikirjassa on 11 sivua, joissa käsiteltiin kuluttajan oikeuksia ja vastuita. Kuviosta 7 nähdään, että kolmea alaluokkaa ei käsitelty Kotitaloustaikossa tämän pääluokan osalta lainkaan. Myös kuluttajaneuvontaa (10 %) ja verkkomarkkinoita (5 %) käsiteltiin hyvin vähän verrattuna erilaisii sopimuksia (25 %), kuluttajalainsäädäntöä (30 %) ja kaupankäynnin muotoja (30 %) käsittelevii alaluokkiin.



Kuvio 7. Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Kotitalousta-
loustaidossa

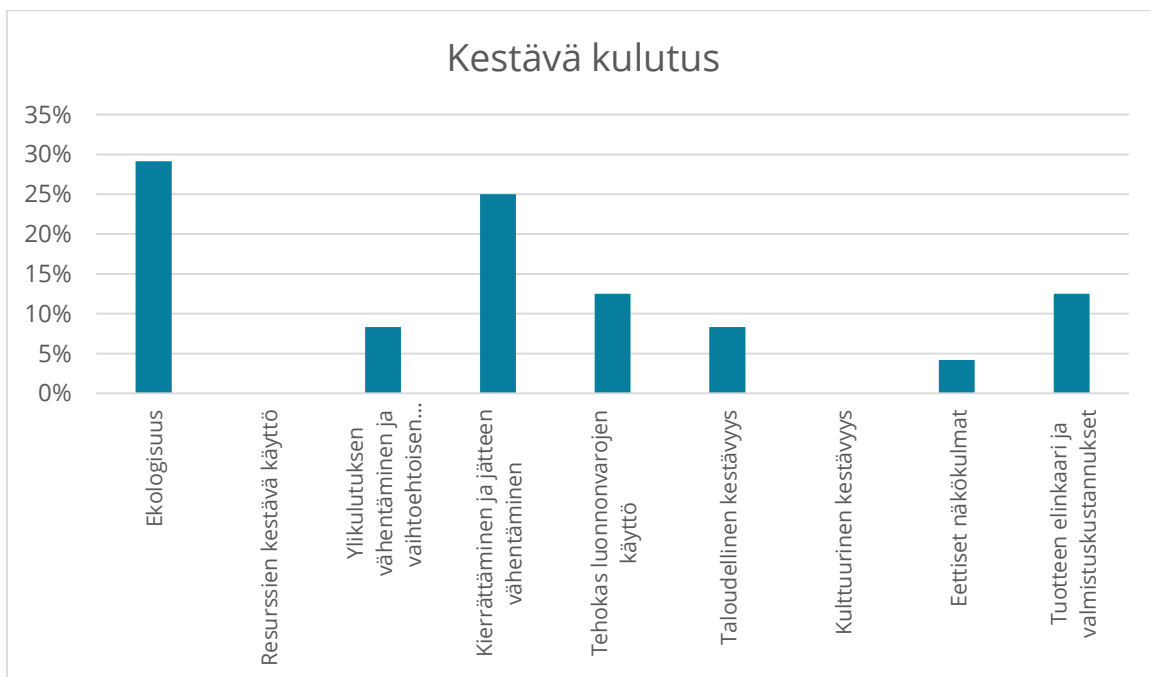
Kuluttajan oikeuksista ja vastuista painotettiin Kotitalousta-
loustaidossa eniten siis kuluttajalainsäädän-
töä ja kaupankäynnin muotoja. Kuluttajalainsäädäntö -alaluokka piti sisällään ohjeet siihen, kuinka
virheellisen tuotteen tai elintarvikkeen kanssa kuuluu toimia sekä esimerkiksi tietoa vuokralaisen
oikeuksista ja velvollisuuksista. Erilaisia sopimuksia käsittelevässä alaluokassa nostettiin esille sitä,
mitä sopimuksella tarkoitetaan, kuinka sopimus syntyy ja minkälaisia ehtoja sopimuksissa voi olla.
Erilaisten sopimusten tekemiseen liittyi myös kirjallinen sopiminen ja tuotteisiin liitettävä takuu.

Kolmantena isona kuluttajan oikeuksiin ja vastuisiin liittyvänä teema oli kaupankäynnin eri muo-
dot. Oleellista tässä alaluokassa oli se, että esitellään erilaisia tapoja käydä kauppaa: "Tavaroita voi
ostaa kaupasta. -- Myös kotona voi tehdä ostoksia. -- Nettiostokset voi tehdä milloin tahansa ja
mistä päin maailmaa tahansa." (Kotitaloustaito 2015, 238). Kaupankäynnin eri muodoista painotet-
tiin nettiostamista ja siihen liittyviä sääntöjä ja toimintaperiaatteita.

Kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsittelevät alaluokat kuluttajaneuvonta ja verkkomarkkinat jäivät
Kotitalousta-
loustaidossa hyvin vähälle huomiolle. Kuluttajaneuvonnasta vain mainittiin, että rahahuolien
kanssa ei kannata jäädä yksin, vaan raha-asioiden hoitamiseen voi saada apua monilta eri tahoilta.
Verkkomarkkinoiden osalta Kotitalousta-
loustaidossa todettiin, että kuluttajan tulee olla tarkkana mo-
nissa asioissa, kun käy kauppaa verkossa.

Medialukutaitoa käsiteltiin Kotitaloustaidossa hyvin suppeasti, eli vain kahdella sivulla. Medialukutaitoa käsittelevät aiheet olivat tekstien ja muun tiedon kriittiseen arviointiin sekä turvallisuuteen ja suojautumiseen liittyviä. Turvallisuudella ja suojautumisella tarkoitetaan sitä, että kuluttajaa ohjataan suojautumaan netissä kriittisesti ”houkutteleviin tarjouksiin tai muuhun informaation, mikäli ne kuulostavat liian hyviltä ollakseen totta” (Kotitaloustaito 2015, 240).

Kestävää kulutusta käsiteltiin Kotitaloustaidossa yksityistalouden jälkeen toiseksi eniten. Mainintoja kestävään kulutukseen liittyen löytyi oppikirjasta yhteensä 22:lta sivulta. Kuvioon 8 olen koonnut Kestävä kulutus -pääluokan kaikki alaluokat ja niiden suhteellinen jakautuminen. Kuviosta nähdään, että kestävästä kulutuksesta suurimpina alaluokkina nousivat esille ekologisuus sekä kierrättäminen ja jätteen vähentäminen. Kaksi alaluokkaa jäi täysin ilman huomiota ja myös kolme muuta luokkaa jäivät hyvin vähälle mainintojen määrälle.



Kuvio 8. Kestävä kulutus -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Kotitaloustaidossa

Kotitaloustaidossa ekologisuus nousi eniten esille kestävään kulutukseen liittyen, kun 29 % kaikista kestävään kulutukseen liittyvistä maininnoista käsitteli ekologisuutta. Ekologisuuden kannalta tärkeimpiä aihealueita olivat pesuaineiden ja ruokavalion ympäristövaikutukset. Myös erilaiset ympä-

ristömerkit oli nostettu Kotitaloustaidossa esille. Kierrättämistä ja jätteiden vähentämistä käsittelevässä alaluokassa painotettiin jätteiden oikeaoppista lajittelua sekä kertakäyttöisten tuotteiden vähentämistä.

Tehokkaasta luonnonvarojen käyttämisestä sekä taloudellisesta kestävyydestä mainittiin hieman samoja asioita. Molemmissa alaluokissa käsiteltiin pyykinpesua ja tekstiilien hoitamista. Tehokasta luonnonvarojen käyttöä käsittelevässä alaluokassa pyykinpesun näkökulma oli lähinnä sähkön säästäminen, kun taas taloudellisessa kestävyudessa kiinnitettiin huomiota ennemminkin pesuaineiden oikeanlaiseen annosteluun ja tekstiilien kestävyuteen, jotta säästyy rahaa.

Kestävään kulutukseen kuuluivat myös alaluokat ylikulutuksen vähentäminen ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksuminen, eettiset näkökulmat sekä tuotteen elinkaari ja valmistuskustannukset. Ylikulutukseen ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksumiseen liittyen mainittiin, että "--kotitaloustunneilla opiskellaan kotona tarvittavia taitoja siten, että toimintamme kuluttaisi ympäristöä mahdollisimman vähän." (Kotitaloustaito 2015, 6). Eettisistä näkökulmista mainittiin, mitä kaikkea eettisessä kuluttamisessa tulee ottaa huomioon. Tuotteen elinkaaresta ja valmistuskustannuksista mainittiin Kotitaloustaidossa se, että tuotteen elinkaari on pitkä prosessi ja tämän lisäksi annettiin esimerkki tuotteen elinkaaresta vaatteiden avulla.

Markkinointi ja vaikuttaminen luokka sai Kotitaloustaidossa vain yhden maininnan: "Kotiin, sähköpostiin ja puhelimeen tulee mainoksia ja tarjouksia, joiden avulla kuluttajia yritetään saada ostamaan tarpeellisia ja tarpeettomia tavaroita." (Kotitaloustaito 2015, 6). Vaikka markkinointia kuvattiin vain edellisellä lauseella, tuli siinä esille useampi asia, eli se, missä markkinointia voidaan tehdä, millä tavoin markkinointia voidaan tehdä sekä mihin markkinoinnilla pyritään.

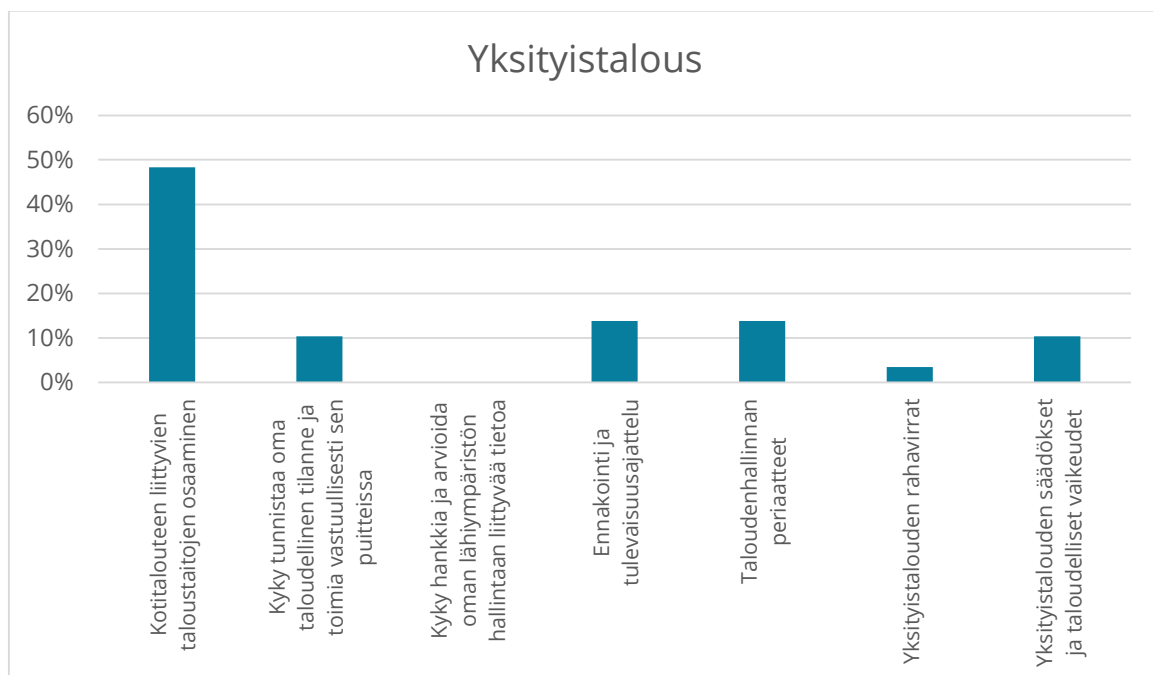
Ostopäätöksen tekemiseen liittyvässä luokassa oli melko kattavasti mainintoja. Maininnat liittyivät ostopäätökseen vaikuttaviin asioihin ja ostopäätökseen liittyviin tunteisiin. Näihin liittyvät maininnat käsiteltiin Kotitaloustaidossa monipuolisesti. Oppikirjassa todettiin myös, että "ostopäätökset kertovat millaisia kuluttajia olemme, millaisia rooleja meillä on tai millainen on elämäntyyli" (Kotitaloustaito 2015, 237).

Yhteenvetona Kotitaloustaidosta voidaan todeta, että selkeästi eniten oppikirjassa käsiteltiin yksityistalouteen liittyviä aiheita. Yksityistalouteen liittyviä aiheita käsiteltiin myös alaluokkien näkökulmasta melko tasapainoisesti, lukuun ottamatta sitä, että kotitalouteen liittyvien taloustaitojen

osaaminen oli selvästi eniten painotettuna. Kotitaloustaidossa runsaasti ja laajasti myös alaluokkien näkökulmasta oli esillä kuluttajan oikeuksia ja vastuita sekä kestävästä kulutuksesta käsittelevät luokat. Kotitaloustaidossa ostopäätöstä käsiteltiin myös melko kattavasti, mutta medialukutaito sekä markkinointi ja vaikuttaminen eivät olleet oppikirjassa lähes minkäänlaisessa roolissa.

5.5 Onni kotitalous 7-9

Onnissa yhteensä 38 sivua sisälsi mainintoja kuluttajakasvatukseen liittyen. Kuluttajakasvatuksen aiheista **yksityistaloutta** käsiteltiin Onnissa eniten. Onnissa on yhteensä 12 sivua, joilla käsiteltiin yksityistalouteen liittyviä aiheita. Kuviossa 9 esitellään Yksityistalous -pääluokkaan liittyvien alaluokkien suhteellinen jakautuminen Onnissa. Kuviosta nähdään, että Kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaaminen -alaluokka korostui Onnissa huomattavasti muita yksityistalouteen kuuluvia alaluokkia enemmän. Yksi yksityistalouteen liittyvä alaluokka jäi Onnissa täysin ilman mitään mainintaa.



Kuvio 9. Yksityistalous -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Onnissa

Yksityistalouden -pääluokasta Onnissa siis käsiteltiin eniten kotitalouteen liittyvien taloustaitojen osaamista, sillä jopa 48 % yksityistalouteen liittyvistä maininnoista käsittelee kotitalouteen liittyviä

taloustaitojen osaamista. Tämä alaluokka piti sisällään kotitalouksien pakolliset menot, ostopää-
tökseen vaikuttavat tekijät, erilaiset kulutustottumukset ja maksutavat. Maksutapoja avataan hyvin
laajasti ja monipuolisesti sekä kerrotaan niiden hyvistä ja huonoista puolista.

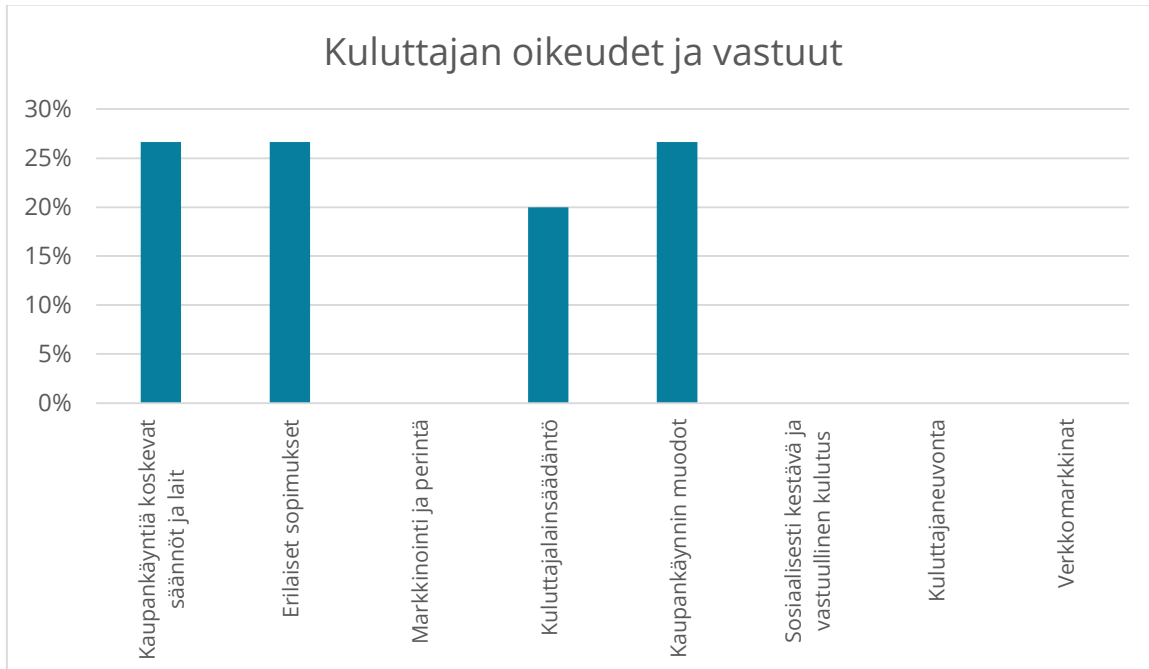
Kuviosta 9 nähdään, että muut yksityistalouden alaluokat olivat Onnissa melko tasaisesti edustet-
tuina. Ennakointi ja tulevaisuusajattelu, Taloudenhallinnan periaatteet, Kyky tunnistaa oma talou-
dellinen tilanne ja toimia vastuullisesti sen puitteissa sekä Yksityistalouden säädökset ja taloudel-
liset vaikeudet sisälsivät jokainen muutaman maininnan Onnissa. Ennakointiin ja tulevaisuusajat-
teluun käsittelivät yhtä poikkeusta lukuun ottamatta suunnittelemisen, kuten ateriasuunnittelun,
tärkeyttä taloudenhallinnan näkökulmasta. Yhdessä kohdassa vain mainittiin tulo- ja menoarvion
tekeminen, mutta niiden käsitteitä ei avattu sen tarkemmin. Taloudenhallinnan periaatteisiin luo-
kitellut maininnat liittyivät rahan säästämiseen esimerkiksi lohtushoppailun tai heräteostosten
välttämällä.

Yksityistalouden alaluokka Kyky tunnistaa oma taloudellinen tilanne ja toimia vastuullisesti sen
puitteissa tuli Onnissa esille vain muutamalla maininnalla ja sen osuus kaikista yksityistalouteen
liittyvistä maininnoista olikin vain 10 %. Nämä maininnat liittyivät omien menojen seurantaan ja
käytettävissä olevan rahamäärän tiedostamiseen. Alaluokka Yksityistalouden säädökset ja talou-
delliset vaikeudet pitivät Onnissa sisällään muutaman maininnan laskujen maksamattajättämisen
seurauksista ja maksuhäiriömerkinnän kehittymisestä. Maksuhäiriömerkinnän kehittymisestä oli
Onnissa kuva sivulla 142.

Alaluokka yksityistalouden rahavirrat oli Onnissa edustettuna vain yhden lauseen verran: "Elääk-
seen ja toimiakseen kotitalouden tarvitsevat rahaa, jota saadaan ensisijaisesti palkkatyöstä tai yrit-
täjyydestä." (Onni 2017, 126). Toki on huomioitava, että alaluokassa Kotitalouteen liittyvien talous-
taitojen osaaminen oli sivuttu sitä, mihin kotitalouksilla menee rahaa, ja nämä kaksi alaluokkaa
menevät tuolta osin hieman limittäin.

Kuluttajan oikeudet ja vastuut luokka tuli Onnissa esille melko kattavasti. Mainintoja tähän luok-
kaan liittyen löytyi yhteensä kymmeneltä sivulta, ja suurin osa näistä maininnoista oli sisällöllisesti
kattavia. Kattavat maininnat pitivät sisällään asian käsittelyn eri näkökulmista. Kuvioon 10 olen
koonnut Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokkaan kuuluvien alaluokkien suhteellisen jakautu-
misen. Kuviosta nähdään, että mikään kuluttajan oikeuksiin ja vastuisiin liittyvä alaluokka ei nous-

sut esille eniten painotettuna, vaan neljä alaluokkaa olivat tasavertaisessa asemassa Onnissa. Joikaisesta näistä löytyi muutamia mainintoja oppikirjasta. Neljä Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokan alaluokkaa jäi Onnissa ilman yhtään mainintaa.

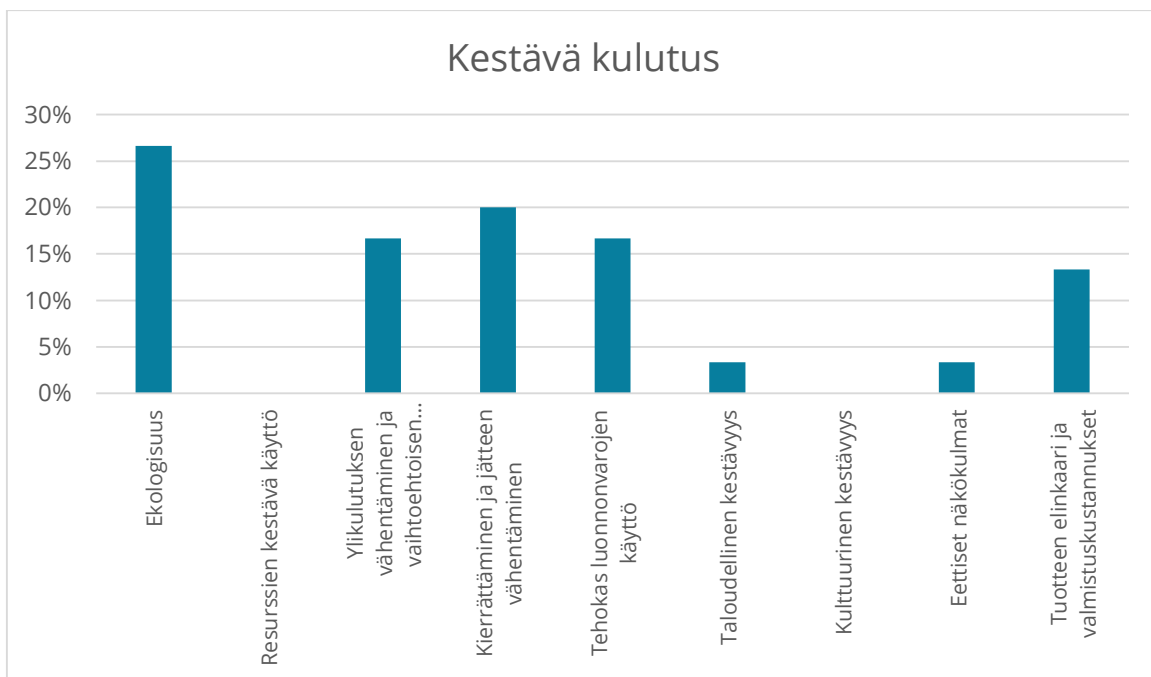


Kuvio 10. Kuluttajan oikeudet ja vastuut -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Onnissa

Alaluokka Kaupankäyntiä koskevat säännöt ja lait käsitteli kuluttajan oikeuksia ja velvollisuuksia sekä myyjän oikeuksia ja velvollisuuksia. Yhdessä maininnassa käsiteltiin myös kuluttajansuojalakiä. Erilaiset sopimukset -alaluokassa käsiteltiin sitä, että ostotilanteessa tehdään aina sopimus myyjän ja ostajan välille, ja näitä sopimuksen ehtoja tulee molempien osapuolien noudattaa. Erilaisiin sopimuksiin olennaisesti liittyvät sopimusehdot tulivat myös esille muutamissa maininnoissa. Erilaisten sopimusten kanssa yhtä paljon mainintoja oli Onnissa saanut Kuluttajalainsäädännön alaluokka. Tähän alaluokkaan luokitellut maininnat liittyivät siihen, kuinka kuluttajan tulisi toimia, mikäli ostetussa tuotteessa tai palvelussa on jokin virhe. Yhdessä maininnassa nostettiin esille myös se, että "kuluttajansuojalaki ei ole voimassa, yksityishenkilöiden välisessä kaupankäynnissä" (Onni 2017, 140). Kolmas alaluokka, joka oli tasavertaisessa asemassa edellä mainittujen alaluokkien kanssa, on Kaupankäynnin muodot. Tähän alaluokkaan kuului mainintoja erilaisista kaupankäynnin muodoista, kuten ostosten tekeminen kaupassa tai kotona nettiä selailten. Onnissa mainittiin myös, että koti- ja etämyyntiä ovat kaupankäynnin muotoja. Tähän alaluokkaan oli nostettu maininnat myös erilaisten kaupankäynnin muotojen hyvistä ja huonoista puolista.

Medialukutaitoa käsiteltiin Onnissa vain kahdella eri sivulla. Ensimmäisessä maininnassa todettiin, mitä medialukutaitoinen ihminen osaa tehdä ja toinen maininta liittyi turvallisuuteen ja suojautumiseen, kun asioidaan nettikaupassa. Myös **Markkinointi ja vaikuttaminen** -luokka jäi Onnissa yhdeltä sivulta löytyvän maininnan varaan. Markkinointiin liittyen nostettiin Onnissa esille mainosten kriittinen lukeminen, mainosten tavoite ja mainonnan tarkoitus.

Vaikka aiemmin on todettu, että yksityistalouteen liittyviä asioita käsitellään Onnissa eniten, niin **kestävään kulutukseen** liittyvien asioiden käsitteleminen on laajuudessaan hyvin samalla tasolla. Tämä tarkoittaa sitä, että yksityistaloutta käsiteltiin Onnissa pienemmällä alueella syvällisemmin, kun taas kestävää kulutusta käsiteltiin koko kirjan ajan pienempinä palasina. Kuviosta 11 nähdään, kuinka kestävään kulutukseen liittyvät alaluokat jakautuvat Onnissa. Kaksi alaluokkaa jää Onnissa täysin ilman mainintoja ja Ekologisuus -alaluokka puolestaan sai huomattavasti enemmän mainintoja kuin mikään toinen alaluokka.



Kuvio 11. Kestävä kulutus -pääluokan alaluokkien suhteellinen jakautuminen Onnissa

Kestävän kulutuksen alaluokista eniten oli edustettuna siis ekologisuus, kun 27 % kaikista kestävään kulutukseen liittyvistä maininnoista käsitteli ekologisuutta. Onnissa ekologisuuteen liittyi kestävä toiminta keittiössä, ruoka-aineiden kestävä valinta sekä järkevät vaateostokset ja ekologinen siivoaminen.

Ekologisuuden jälkeen Kierrättäminen ja jätteen vähentäminen -alaluokka sisälsi seuraavaksi eniten (20 %) mainintoja. Tähän alaluokkaan luokiteltiin kuulumaan yhteensä kuusi mainintaa, joista kolme käsittelivät oikeaoppista kierrättämistä. Näistä maininnoista yksi tarjosi ohjeet kaikkeen kierrättämiseen, jota tavallisessa kotitaloudessa tarvitaan, eli biojätteen, muovin, metallin, sähkö- ja elektroniikkaromun, vaarallisen jätteen, pantillisten pullojen ja tölkkien, lasin, paperin, kartongin, tekstiilien ja sekajätteen kierrättämiseen (Onni 2017, 42–43). Loput kolme mainintaa liittyivät jätteen vähentämiseen ruoka-aineiden huolellisen säilyttämisen ja keittiössä luovuuden käyttämisen avulla.

Tehokkaasta luonnonvarojen käytöstä Onnissa oli mainittu neljällä eri sivulla. Maininnat liittyivät energian, veden ja raaka-aineiden säästämiseen eri keittiötoiminnoissa. Maininnat olivat hyvin lyhyitä ja aiheen käsittely jäi pintapuoliseksi. Yhtä vähäiselle käsittelylle jäi Tuotteen elinkaari ja valmistuskustannukset -alaluokka. Tähän alaluokkaan liittyviä mainintoja oli Onnissa kolmella eri sivulla, ja maininnat keskittyivät siihen, mitä tarkoitetaan tuotteen elinkaarella ja mistä se koostuu.

Kestävän kulutuksen luokkaan kuuluu myös alaluokat Ylikulutuksen vähentäminen ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksuminen ja Eettiset näkökulmat. Eettiseen kuluttamiseen Onnissa liittyi vain yksi maininta, jossa sivutaan eläinten hyvinvoinnin huomioimista. Viimeisenä käsitellään Ylikulutuksen vähentäminen ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksuminen -luokka, johon liittyi useampi maininta. Kaikki nämä maininnat kehottavat pyrkimään ”vastuulliseen, ympäristöystävälliseen ja kestävään toimintaan”, ja muistamaan asenne, jossa vähempikin riittää (Onni s. 131).

Ostopäätöksen tekeminen -luokka sai Onnissa jonkin verran huomiota. Mainintoja ostopäätöksen tekemiseen liittyen oli oppikirjassa vain muutamilla sivuilla, mutta näitä oli esitelty hyvin kattavasti. Esimerkiksi ostopäätöksen tekemiseen liittyen oli kerrottu monesta näkökulmasta asioita, joita kuluttajan tulisi miettiä. Tähän luokkaan liittyvät maininnat käsittelivät ostamiseen liittyviä tunteita, ostopäätöksen tekemiseen liittyviä vaiheita ja ostopäätökseen liittyviä tekijöitä. Ostopäätökseen liittyviksi tekijöiksi nostettiin esimerkiksi hinta ja kustannukset, maksutavat ja sopimukset, tarve, arvot ja asenteet, perhe ja kaverit, mainonta sekä ostaja ja myyjä (Onni, s. 139).

Kaiken kaikkiaan Onnissa painotettiin eniten kestävästä kulutuksesta sekä kuluttajan oikeuksia ja vastuita. Sekä kestävästä kulutuksesta että kuluttajan oikeuksien ja vastuiden aihealueet eivät jakautuneet kovin tasaisesti, vaan painottuivat lähinnä muutama alaluokkiin, joita käsiteltiin puolestaan kattavasti. Myös yksityistalouteen ja ostopäätöksen tekemiseen liittyvät aihealueet saivat melko

paljon huomiota Onnissa. Selkeästi vähimmälle ja suppeimmalle huomiolle, eli lähes täysin ilman huomiota, jäivät medialukutaitoa sekä markkinointia ja vaikuttamista käsittelevät kuluttajakasvatuksen osa-alueet.

5.6 Oppikirjojen vertailu perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden mukaisiin vaatimuksiin

Tutkimuksessani teoriasta esille nousseet kuluttajakasvatuksen pääluokat löytyivät sekä oppikirjoista että perusopetuksen opetussuunnitelman perusteista. Tässä tutkimuksessa kuluttajakasvatuksen pääluokkia on viisi, ja ne ovat yksityistalous, kuluttajan oikeudet ja vastuut, medialukutaito, kestävä kulutus sekä markkinointi ja vaikuttaminen. Näiden luokkien väliset painotukset erosivat hieman toisistaan vertailtaessa perusopetuksen opetussuunnitelman perusteita ja vuosiluokkien 7–9 kotitalouden oppikirjoja.

Kuten jo aiemmissa alaluvuissa on todettu, yksityistalouden teemoja käsiteltiin opetussuunnitelman perusteissa laajemmin kuin **Kimarassa**. Mainintojen pienestä lukumäärästä huolimatta Kimarassa käsiteltiin yksityistaloutta kattavasti, sillä maininnat olivat monipuolisia. Ainoastaan alaluokka *Kyky* hankkia ja arvioida omaan lähiympäristön hallintaan liittyvää tietoa puuttui Kimarasta; tämä alaluokka puuttui myös opetussuunnitelman perusteista. Opetussuunnitelman perusteissa muita alaluokkia oli mainittu tasaisesti, kun vastaavasti Kimarassa painotukset alaluokissa erosivat merkittävästi toisistaan.

Kestävä kulutus on nouseva trendi, jota oli huomioitu sekä opetussuunnitelman perusteissa että Kimarassa runsaasti. Kimara tosin keskittyi opetussuunnitelman perusteisiin nähden vielä kattavampaan käsittelyyn kestävä kulutuksen osalta. Kestävä kulutuksen alaluokista opetussuunnitelman perusteet keskittyivät käsittelemään Kulttuurista kestävyyttä ja Eettisyyttä. Kimara puolestaan käsitteli Ekologisuutta, Ylikulutuksen vähentämistä ja vaihtoehtoisen kulutustavan omaksumista sekä Kierrättämistä ja jätteiden vähentämistä. Kimarassa oli toki mainintoja opetussuunnitelman perusteiden mukaisesti kulttuuriseen kestävyyteen ja eettisyyteen liittyen, mutta näitä mainintoja oli vain muutama. Voidaan siis todeta, että kestävä kulutuksen osalta Kimara ei täysin vastaa opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksia aihealueiden erilaisen painotuksen vuoksi.

Kuluttajan oikeudet ja vastuut alaluokka oli merkittävämmässä roolissa Kimarassa kuin opetus-suunnitelman perusteissa. Kimarassa näitä käsiteltiin useissa kohdissa ja käsittely oli kattavaa. Vastaavasti opetussuunnitelman perusteissa käsittely jäi todella suppealle tasolle; todellisuudessa vain yhden maininnan varaan. Medialukutaitoa puolestaan käsiteltiin laajasti opetussuunnitelman perusteissa, kun taas Kimarassa käsiteltiin medialukutaitoa vain muutamilla sivumaininnoilla. Edellisistä poiketen markkinointi ja vaikuttaminen jäivät lähes täysin ilman huomiota sekä opetussuunnitelman perusteissa että Kimarassa. Tältä osin Kimara siis vastaa opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksiin kuluttajakasvatuksen osalta.

Kotitaloustaidossa käsiteltiin kattavammin yksityistalouden pääluokkaa kuin opetussuunnitelman perusteissa. Alaluokkia käsiteltiin kotitaloustaidossa painottuen muutamiin alaluokkiin, toisin kuin opetussuunnitelman perusteissa, jossa käsiteltiin eri alaluokkia tasaisesti. Tutkimukseni perusteella voidaan todeta, että Kotitaloustaito vastaa opetussuunnitelman perusteiden vaatimustasoja yksityistalouden osa-alueen osalta.

Kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsiteltiin syvällisemmin Kotitaloustaidossa kuin opetussuunnitelman perusteissa. Tutkimukseeni pohjautuen voidaan todeta Kotitaloustaidon kattavan ja jopa ylittävän opetussuunnitelman perusteiden vaatimukset tämän pääluokan osalta. Kotitaloustaidossa ei käsitelty medialukutaitoa juuri lainkaan, vaikka opetussuunnitelman perusteissa sitä vaadittiin. Voidaankin siis todeta, että medialukutaidon osalta Kotitaloustaito ei vastaa opetussuunnitelman perusteiden kaikkia vaatimuksia medialukutaidon osalta. Kuten aiemmin Kimaran ja opetussuunnitelman perusteiden vertailussa on todettu, markkinointia ja vaikuttamista ei käsitelty opetussuunnitelman perusteissa käytännössä lainkaan. Kotitaloustaito ei poikkea Kimarasta tältä osin ja voidaankin todeta sen täyttävän opetussuunnitelman perusteiden vaatimukset markkinoinnin ja vaikuttamisen osalta.

Kestävä kulutus oli lähes yhtä suuressa roolissa sekä Kotitaloustaidossa, että opetussuunnitelman perusteissa. Siitä huolimatta, että kotitaloustaidossa käsiteltiin kestävän kulutuksen teemoja kattavasti ei voida sanoa, että se vastaisi täysin opetussuunnitelman perusteissa mainittuihin kestävän kulutuksen tavoitteisiin. Kotitaloustaidossa jätettiin täysin huomiotta kulttuurinen kestävyys ja opetussuunnitelman perusteissa painotettu eettisyyden osa-alue jäi Kotitaloustaidossa varsin vähälle huomiolle.

Yksityistalous oli lähes identtisisessä roolissa opetussuunnitelman perusteissa sekä **Onnissa**. Yksityistalous oli eniten käsitelty pääluokka Onnissa, mutta painotuserot eri alaluokkien välillä olivat kuitenkin selkeitä. Tutkimukseni perusteella voidaankin todeta, että Onni vastaa pääosin opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksia.

Kuluttajan oikeuksia ja vastuita käsiteltiin yhtenevin roolein sekä Onnissa että opetussuunnitelman perusteissa. Onnissa kuitenkin käsiteltiin hieman syvällisemmin kuluttajan oikeuksia ja vastuita. Voidaankin todeta, että Onni täyttää opetussuunnitelman perusteiden vaatimustason kuluttajan oikeuksien ja velvollisuuksien osalta. Kuten edellä mainituissa kirjoissa oli myös Onnissa puutteita medialukutaidon osalta verrattuna opetussuunnitelman perusteiden vaatimustasoon. Markkinoinnin ja vaikuttamisen osa-alueista ei ollut mainintoja Onnissa, mutta ei myöskään opetussuunnitelman perusteissa, joten tästä ei voida tehdä johtopäätöksiä.

Kestävää kulutusta käsiteltiin Onnissa laajasti, kuitenkin eri alaluokkien välillä oli suuria eroavaisuuksia. Kulttuurista kestävyttä ei käsitelty käytännössä lainkaan Onnissa, vaikka se oli merkittävässä roolissa opetussuunnitelman perusteissa. Tutkimukseni perusteella voidaankin todeta, että Onni ei vastaa täysin opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksia kestävästä kulutuksesta osalta.

Kaiken kaikkiaan voidaan siis todeta, että verrattaessa vuosiluokkien 7–9 kotitalouden oppikirjoja perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden laaja-alaisen osaamisen ja kotitalouden oppiaineen tavoitteisiin oppikirjojen sisällöissä olisi tarkennettavaa. Pääosin oppikirjat siis vastasivat opetussuunnitelman perusteiden tavoitteisiin, mutta kestävästä kulutuksesta ja medialukutaidon osalta olisi kaikissa oppikirjoissa ollut parantamisen varaa. Toisaalta oppikirjoissa ylitettiin opetussuunnitelman perusteiden tavoitetasot kuluttajan oikeuksien ja vastuiden osa-alueella.

6 POHDINTA

Tämän tutkielman tarkoituksena oli kartoittaa, miten kuluttajakasvatus näkyy perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa ja kotitalouden oppikirjoissa sekä selvittää, vastaavatko kotitalouden oppikirjat opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksiin. Käytännössä tarkoituksena oli siis saada selville, onko tutkimuksen aineistona olleet oppikirjat sellaisenaan riittäviä materiaaleja kattavan kuluttajakasvatuksen opetukseen.

Edellisessä luvussa jo totesin, että vuosiluokkien 7–9 kotitalouden oppikirjojen kuluttajakasvatukseen liittyvissä sisällöissä olisi vielä tarkennettavaa, jos niitä verrataan opetussuunnitelman perusteisiin. Opettamiseen tarvitaan oppikirjojen tueksi siis myös jotain lisämateriaalia. Lisämateriaalille on tarvetta etenkin medialukutaidon sekä markkinoinnin ja vaikuttamisen aihealueissa. Mielestäni tämä on tärkeä huomioida, sillä nykyään nuoret kohtaavat arjessa päivittäin mediassa sellaista materiaalia, jonka käsittelemiseen tarvittaisiin esimerkiksi kriittisen suhtautumisen taitoa (Veteli & Palokangas 2019). Pohdittaessa medialukutaidon kehittämistä, voidaan olettaa, että kotitalous ei ole yläkoulussa ainoa oppiaine, jossa sitä opetetaan. Tästä huolimatta myös kotitaloustunneilla tulisi mielestäni kuitenkin opettaa medialukutaitoa.

Toinen kuluttajakasvatuksen teema, joka tämän tutkimuksen mukaan jäi hyvin vähälle huomiolle, oli markkinointi ja vaikuttaminen. Tämän teeman osalta heräsi ajatus siitä, että tulisiko se tulevaisuudessa yhdistää yläkouluympäristössä medialukutaidon kanssa. Nuorten kohtaama markkinointi ja vaikuttaminen on isolta osalta lähtöisin jonkinlaisesta vaikuttajamarkkinoinnista. Vaikuttajamarkkinointia tapahtuu monissa eri medioissa, eli nuorten tulisi osata hallita samaan aikaan kriittistä median tulkintaa sekä markkinoinnin ja vaikuttamisen perusteita.

Kuluttajakasvatus on teemana laaja, ja sitä käsitellään peruskoulussa useassa eri oppiaineessa. Mielestäni voidaankin perustellusti sanoa, että kotitalousopetus on vain osa tätä laajaa kokonaisuutta. Tämän tutkimuksen tuloksia luettaessa tulisikin muistaa, että perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden yleiset tavoitteet ja laaja-alaisen osaamisen tavoitteet koskevat myös muita oppiaineita kuin kotitaloutta. Tässä tutkimuksessa keskityttiin peilaamaan kotitalouden oppikirjojen sisältöjä opetussuunnitelman perusteiden yleisiin ja laaja-alaisen osaamisen tavoitteisiin, ja näistä tavoitteita ei voida tarkasti määrittää, mitkä aiheet kuuluvat nimenomaisesti kotitalouden oppiaineeseen.

Kuluttajakasvatuksen aiheet ovat osin nopeasti muuttuvia, jolloin mielestäni aiheellista pohtia myös sitä, tulisiko niistä edes löytyä tietoa painetuista oppikirjoista. Tutkimusaineistoni kirjojen julkaisuvuodella on merkitystä eri asioiden esilletuonnissa. Esimerkiksi Kimarassa käsitellään kestävä kulutuksen aiheita enemmän kuin viisi vuotta aiemmin painetuissa Kotitaloustaidossa ja Onnissa. Kuluttajakasvatukseen liittyvät myös esimerkiksi erilaisten maksutapojen läpikäyminen ja huomaisinkin, että näiden osalta aineistooni kuuluvissa oppikirjoissa oleva tieto oli osittain vanhentunutta. Esimerkiksi Kotitaloustaidossa kerrottiin, että pankkitiliin voi saada Visa Electron -kortin, vaikka niiden myöntäminen on jo lopetettu.

Kuten edellä todettu oppikirjat eivät sellaisenaan vastaa kaikkia opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksia. Tämän pohjalta voidaan siis todeta, että opettajien itse hankkimalle tai koostamalle ajantasaiselle lisämateriaalille on tarvetta kuluttajakasvatuksen opetuksessa. Tutkimuksessani mukana olleet eri oppikirjat täydentävät osin toisiaan, mutta useammankaan oppikirjan käytöllä ei saavuteta opetussuunnitelman perusteiden vaatimuksiin täysin vastaavaa opetusmateriaalia. Tämän tutkielman johdannossa esitettiin kysymys siitä, että voiko oppikirjojen kuluttajakasvatuksen osalta heikko sisältö olla syynä siihen, että kotitalousopettajat kokevat kuluttajakasvatuksen teemojen opettamisen haastavaksi. Mielestäni tämän tutkimuksen tulokset antavat viitteitä siihen, että oppikirjojen sisällöllä voisi olla osaltaan vaikutusta siihen, kuinka helpoksi kuluttajakasvatuksen aiheiden opettaminen koetaan.

Opettajien vastahakoisuus kuluttajakasvatuksen aiheiden opettamiseen voi edellisen kappaleen pohdinnan mukaan johtua oppikirjojen heikosta laadusta. Kotitaloustieteen ja kotitalousopettajakoulutuksen näkökulmasta tämä on mielestäni mielenkiintoinen huomio. Itselleni herää kysymys, että tulisiko kotitalousopettajakoulutuksessa eli kotitaloustieteessä käsitellä enemmän tai kattavammin kuluttajakasvatuksen aiheita, jotta niiden opettaminen olisi tuleville kotitalousopettajille luontevampaa. Koska oppikirjat eivät tällä hetkellä varsinaisesti tue kuluttajakasvatuksen aiheiden opettamista, tulisiko jo opettajankoulutuksessa tarjota opettajille sellaiset eväät, että heidän ei tarvitsisi työssään tukeutua aivan niin paljon oppikirjoihin?

6.1 Luotettavuus ja eettisyys

Tutkimus on ensimmäinen Pro gradu tasoinen tutkielmani, joka sisältää minulle uutta tutkimusotetta oppikirja-analyysin muodossa. Oppikirjat olivat minulle osittain tuttuja, mutta laajempaa kuvaa yksittäisistä oppikirjoista minulla ei ollut ennen tutkielman tekoa. Kirjat valikoituivat aineistoon

niiden sopivuuden vuoksi. Sopivuudella tarkoitan sitä, että kaikki kirjat olivat voimassa olevan opetussuunnitelman mukaisia ja ne oli suunnattu koko yläkoulun ajalle, eli vuosiluokille 7–9. Oppikirjojen valinnan kriteerinä oli myös se, että niiden tuli olla painettuja kirjoja.

Tutkimusmenetelmänä oppikirja-analyysi oli minulle täysin uusi ja menetelmänä erilainen kuin muut kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmät. Perehdyin oppikirja-analyysiin jonkin verran aiemmin tehtyjen tutkimusten avulla ja luin myös lähdekirjallisuutta, jotta pystyisin tekemään luotettavan analyysin ja osaisin ottaa tutkimuksessa huomioon kaikki olennaiset seikat. Koen onnistuneeni tässä melko hyvin, sillä tutkimuksen tekeminen eteni sujuvasti ja samalla tavalla kaikkien aineistojen käsittelyn kohdalla.

Tutkimuksen luotettavuudesta puhuttaessa täytyy ottaa huomioon myös aineiston käsittely. Oppikirja-analyysissä tutkijalla on merkittävä vastuu aineiston huolellisesta ja tasapuolisesta käsittelystä, sillä tutkijalla on vastuu siitä, mitä asioita aineistosta otetaan tutkimukseen mukaan. Tämän tutkielman aineistoa olen käsitellyt parhaan huolellisuuteni mukaan, mutta aloittelevana tutkijana virheiden mahdollisuus on toki olemassa. Koin haastavaksi aineiston luokittelun, koska pääluokat sivusivat osittain toisiaan ja käsiteltävät aiheet menivät usein limittäin. Tutkijana tein limittäin menevien aiheiden kohdalla päätöksen siitä, mihin pääluokkaan kyseistä asiaa käsittelevä kuuluu ja toimin jokaisen aineiston kohdalla samalla tavalla. Nämä ratkaisut voivat näkyä tulosten esittelyssä täysin puuttuvina alaluokkina.

Pohtiessani tämän tutkimuksen luotettavuutta, haluan nostaa esille myös teoreettiseen viitekehykseen liittyvän seikan. Tutkielman aiheena oli kuluttajakasvatus, ja mielestäni tämä tutkielma painottui ennemminkin kuluttajuuteen ja kuluttajakasvatuksen osatekijöihin kuin kasvatukseen. Teoreettisessa viitekehyksessä oli käsitelty omana alalukunaan nuorten kuluttajakäsityksen kehittymistä, jonka tarkoituksena oli nostaa esille sitä, mikä mahdollisesti on koulun ja oppikirjojen rooli nuorille kuluttajuuteen liittyvissä asioissa. Siitä huolimatta, että kasvatukselliset näkökulmat jäivät tässä tutkielmassa hieman vähemmälle huomiolle, koen että aihetta on kokonaisuudessaan käsitelty riittäväällä tasolla. Osa-alueet, joihin esimerkiksi analyysirunko pohjautuu, ovat kuitenkin kuluttajakasvatuksen osa-alueita eivätkä kuluttajuuden osa-alueita. Analyysirungon yhtenä kantavana lähteenä oli myös Pohjoismaiden ministerineuvoston (2010) selvitys, joka keskittyi nimenomaan kuluttajuuden kasvatukselliseen puoleen.

Tutkimuksen luotettavuutta puoltaa mielestäni myös se, että Heft (2017) on saanut omasta opin-
näytetyötutkimuksestaan samankaltaisia tuloksia tämän tutkimuksen kanssa. Tutkimukset tulok-
set eivät ole täysin vertailukelpoisia keskenään, koska aineistona on toiminut eri oppikirjat ja eri
versiot perusopetuksen opetussuunnitelman perusteista. Tästä huolimatta luotettavuutta lisää se,
että molempien tutkimusten tulokset viittaavat siihen, että kuluttajakasvatuksen käsittely ei ole
riittäväällä tasolla peruskoulun kotitalouden oppikirjoissa.

Oppikirja-analyysin kohdalla eettisyyden pohdinta on hyvin yksinkertaista, koska yksilöiden yksityi-
syyden suoja ei tarvitse ottaa huomioon. Oppikirja-analyysin osalta eettisyyttä tulee kuitenkin
pohtia esimerkiksi oppikirjojen tasapuolisen kohtelun näkökulmasta. Tutkijana minulla ei ollut si-
toumuksia yhteenkään kirjakustantajaan tai oppikirjojen tekijöihin, tai aikaisempaa merkittävää
käyttökokemus yhdestäkään kotitalouden oppikirjasta. Koen tutkielman tekijänä toteuttaneeni tä-
män tutkimuksen oppikirja-analyysin eettisten periaatteiden mukaisesti.

6.2 Jatkotutkimusehdotukset

Tässä tutkielmassa on keskitytty kuluttajakasvatukseen vain kotitalousopetuksen ja kotitalouden
oppikirjojen näkökulmasta. Kuten tutkielman pohdinnassa on todettu niin tämä ei ole riittävän kat-
tava näkökulma vaan olisi mielenkiintoista tutkia kuluttajakasvatuksen ja opetussuunnitelman pe-
rusteiden yhteneväisyyttä perusopetuksen eri oppinaineiden rajat ylittävässä oppikirja-analy-
sissä. Analyysiin voisi ottaa mukaan esimerkiksi yhteiskuntaopin sekä äidinkielen ja kirjallisuuden.

Tässä pohdintaluvussa on edellä käsitelty medialukutaitoa ja vaikuttajamarkkinointia, ja siihen liit-
tyen olisi mielestäni mielenkiintoista tehdä myös jatkotutkimusta. Tämän tutkielman teoreetti-
sessa viitekehyksessä myös todettiin, että koulun rooli ei ole kovin merkittävässä osassa nuoren
kuluttajakäsityksen kehittymisessä vaan esimerkiksi medially ja muulla nuoren lähipiirillä on suu-
rempi vaikutus. Olisikin siis mielenkiintoista kehittää medialukutaidon sekä markkinoinnin ja vai-
kuttamisen opettamista siltä pohjalta, että olisi tutkittua tietoa siitä, millä keinoin media vaikuttaa
nuoren kuluttajakäsityksen kehittymiseen.

LÄHTEET

- Benn, J. 2002. Consumer education: educational considerations and perspectives. *International Journal of Consumer Studies*, 26(3), 169–177.
- Benn, J. 2004. Consumer education between ‘consumership’ and citizenship: experiences from studies of young people. *International Journal of Consumer Studies* 28(2), 108–116.
- Cronberg, T. Kohti kestäväää kuluttamista. Teoksessa M. Lammi, J. Mäkelä & J. Varjonen (toim.). Kulutuksen politiikat arjen muovaajana. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2008. Tampereen yliopistopaino Oy, 134–140.
- Csikszentmihalyi, M. 2000. The Costs and benefits of consuming. *Journal of consumer research*, 27(2), 267–272.
- Finto.fi Suomalainen asiasanasto- ja ontologiapalvelu. <http://finto.fi/keko/fi/page/p86> [luettu 4.10.2021]
- Haaparanta, L. & Niiniluoto, I. 2016. Johdatus tieteelliseen ajatteluun. Helsinki: Gaudeamus.
- Harjula, P., Löytty-Rissanen, M. & Janhonen-Abreuquah, H. 2015. Kotitaloustaito 7–9. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Haveri, M., Heino, L., Leskinen, J., Palojoki, P., Soljanto, H. & Saarikoski, E. 2021. Kimara: Kotitalous. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Heinonen, J-P. 2005. Opetussuunnitelmat vai oppimateriaalit. Peruskoulun opettajien käsityksiä opetussuunnitelmien ja oppimateriaalien merkityksestä opetuksessa. Helsinki: Helsingin yliopiston soveltavan kasvatustieteen laitos.
- Heinonen, V. & Raijas, A. 2005. Kuluttajaekonomiaa: kotitalous ja kulutus. Teoksessa V. Heinonen, A. Raijas, K. Hyvönen, J. Leskinen, M. Litmala, M. Pantzar, T. Römer-Paakkanen & P. Timonen. Kuluttajaekonomia – kotitalous ja kulutus. Helsinki: WSOY, 7–23.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2014. Tutki ja kirjoita. 19. uud. p. Helsinki: Tammi.
- Ilomäki, L. 2012. Erilaiset e-oppimateriaalit. Teoksessa L. Ilomäki (toim.) Laatu e-oppimateriaaleihin: e-oppimateriaalit opetuksessa ja oppimisessa. Helsinki: Opetushallitus, 7–11.
- Janhonen, K., Mattila, M., Mesiranta, N., Kouhia, A., Autio, M. & Närvänen E. 2020. Kohti kestäväää kuluttamista: materiaalitaju kuluttajien ja materiaalin aktiivisen suhteen hahmottajana. *Alue ja ympäristö*, 49(22), 4–21.
- Jones, P., Hillier, D., Comfort, D. & Eastwood, I. 2005. Sustainable retailing and consumerism. *Management Research News*, 28(1), 34–44.
- Joronen, S. 2009. Arvot vastuullisuuden merkityksellistäjänä arjen kulutustavoissa. *Kulutustutkimus. Nyt*, 2(2009), 52–70.
- Karvonen, U., Tainio, L. & Routarinne, S. 2017. Oppia kirjoista. Systemaattinen katsaus suomalaisen perusopetuksen oppimateriaalien tutkimukseen. *Kasvatus & Aika*, 11(4), 39–57.

Kukkola, K., Meronen, K. & Summanen, A-M. 2017. Onni kotitalous 7-9. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Kuuskorpi, M. & Sipilä, K. (toim.) 2016. Opetuksen digitalisaatio, uudet oppimisympäristöt ja uusi pedagogiikka. Kaarina: Kaarinan kaupunki.

Lamberg, J. 2009. Kestävää kulutusta luomupiireissä. Teoksessa M. Lammi, M. Niva, J. Varjonen (toim.) Kulutuksen liikkeit. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2009. Tampereen Yliopistopaino Oy, 83-101.

Lappalainen, A. 1992. Oppikirjan historia. Kehitys sumerilaisista suomalaisiin. Porvoo: WSOY.

Luukkonen, R. 2020. Kulutuksen vähentämisen tavat kestävässä kuluttamisessa. Kulutustutkimus. Nyt, 14 (1-2), 31-49.

Mikkilä-Erdmann, M., Olkinuora, E. & Mattila, E. 1999. Muuttuneet käsitykset oppimisesta ja opettamisesta - haaste oppikirjoille. Kasvatus. 5 (30), 436-449.

Nissinen, A., Lähteenoja, S., Alhola, K., Antikainen, R., Kaljonen, M., Kautto, P., Kuosmanen, J., Lippo, A. & Salo, M. 2017. Tavoitteista toiminnaksi - kestävä kulutuksen ja tuotannon visio ja tärkeimmät toimenpiteet. Helsinki: Suomen ympäristökeskus.

Offe, C. 1984. Contradictions of the Welfare State. Cambridge: MIT Press.

Opetushallitus. 2016. Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014. Helsinki: Next Print Oy.

Opetushallitus. 2021a. E-oppimateriaalin laatukriteerit. <https://www.oph.fi/fi/julkaisut/e-oppimateriaalin-laatukriteerit> [luettu 6.10.2021]

Opetushallitus. 2021b. Kuluttaja- ja talousosaaminen kodissa. <https://www.oph.fi/fi/koulutus-ja-tutkinnot/s3-kuluttaja-ja-taloulosaaminen-kodissa> [luettu 5.10.2021]

Paavola, S. & Hakkarainen, K. 2006. Entäpä jos...? Ideoiden abduktiivinen kehittäminen tutkimusprosessin olennaisena osana. Soveltava yhteiskuntatiede ja filosofia. Helsinki: Gaudeamus.

Pohjoismaiden ministerineuvosto. 2010. Kuluttajakompetenssien oppiminen - kuluttajakasvatuksen strategia. Ehdotus kuluttajakasvatuksen tavoitteiksi ja sisällöiksi. Kööpenhamina: Pohjoismaiden ministerineuvosto.

Purutcuoglu, E. & Bayraktar, M. 2004. Investigating the need for consumer education among Turkish secondary school students. International Journal of Consumer Studies 28(5), 443-453.

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen tieteenfilosofinen tausta. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Tallinna: Gaudeamus, 25-40.

Raijas, A. (toim.) 2015. Kuluttajapoliittinen katsaus 2015. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2015.

Rauma, A-L. 2003. Kotitaloustiede on nuori ihmistiede. Teoksessa J. Enkenberg, E. Savolainen & P. Väisänen (toim.) Tutkiva opettajankoulutus – taitava opettaja. Joensuu: Joensuun yliopisto ja Savonlinnan opettajankoulutuslaitos, 199–208.

Ruokatieto. 2008. Kuluttajätietoa täytyy opettaa yhä nuoremmille. <https://www.ruokatieto.fi/uutiset/kuluttajätietoa-taytyy-opettaa-yha-nuoremmille> [viitattu 5.10.2021]

Schmitt, B., Brakus, J.J. & Biraglia, A. 2021. Consumption Ideology. Journal of consumer research.

Tilastokeskus. 2014. Nuorten itsenäistyminen edellyttää talousosaamista. https://tilastokeskus.fi/artikkelit/2013/art_2013-12-09_012.html?s=4 [luettu 5.10.2021]

Tossavainen, T. 2015. Tulevaisuuden oppimateriaalit. Teoksessa H. Ruuska, M. Löytönen & A. Rutanen (toim.) Laatu! Oppimateriaalit muuttuvassa tietoympäristössä. Porvoo: Suomen tietokirjailijat ry, 187–197.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. uud. p. Helsinki: Tammi.

Trentmann, F. 2008. Kuluttajan kehitys: merkitykset, identiteetit ja poliittiset kytkökset ennen vaurauden aikakautta. Teoksessa M. Lammi, J. Mäkelä & J. Varjonen (toim.). Kulutuksen politiikat arjen muovaajina. Kuluttajakeskuksen vuosikirjoja 4. Tampereen yliopistopaino, 12–43.

Venäläinen, S. 2015. Arjen tiedot ja taidot hyvinvoinnin perustana: Kotitalouden oppimistulokset perusopetuksen päättövaiheessa 2014. Helsinki: Kansallinen koulutuksen arviointikeskus.

Veteli, A. & Palokangas, T. 2019. Lasten ja nuorten mediakasvatus valistaa sosiaalisen median vaaroista. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitysyön julkaisut 22. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2019041011694>. [luettu 29.4.2022]

Vuori, J. 2021. Laadullinen sisällönanalyysi. Teoksessa Jaana Vuori (toim.). Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonalyysi/> [luettu 20.9.2021]