

Kuluttajamyytit asumisen mikroilmastossa

Mikko Rask, Päivi Timonen ja Jenni Väliniemi

Asunnon ostajille ja vuokralaisille asumisen konseptien vaihtoehdot ja vaikuttamismahdollisuudet niiden kehittämiseen eivät ole viime aikoina vaikuttaneet kovin runsailta. Esimerkiksi kerrostalotuotanto näyttää toistuvan samankaltaisena alueelta toiselle. Kuluttajien arkea vastaavien asuntojen ja alueiden suunnittelua rajoittavat yhdyskuntarakenteet, tekniset rajoitteet ja intressiristiriidat. Näin tekevät myös alan toimijoille syvään juurtuneet taustaoletukset kuluttajista ja näiden tarpeista. Tarkastelemme artikkelissamme pääkaupunkiseudulla toimivien rakennuttajien ja kaupungin edustajien näkemyksiä kuluttajista ja näiden roolista asumissuunnittelussa. Keskeinen havaintomme on, että kuluttajakuvaan liittyy voimakkaita ”myyttejä”, jotka tukevat ja ylläpitävät vallitsevia suunnittelukäytänteitä. Pohdimme ja problematisoimme myyttejä tutkimusaineistomme ja kirjallisuuden valossa.¹

Asuminen muuttuu hitaasti. Alueet ja rakennuskanta ovat pysyviä rakenteita, joita muotitrendit eivät heiluttele. Uusien asumiskonseptien kehittämissä ja läpiviennissä markkinoille on mukana monia osapuolia, mikä hidastaa muutosten aikaansaamista. Eriävien etujen ristitulessa on vaikea päästä yhteisymmärrykseen uusista asumiskonsepteista. Yrityksillä ja kunnilla on kuitenkin paineita asumisratkaisujen kehittämiseen, etenkin niiden monipuolistamiseen ja suunnittelukäytänteiden avaamiseen. Yksi keskeisimpiä ajureita tähän on ollut kuluttajien vaurastuminen sekä lisääntyvä kiinnostus

yksilöllisiin palveluihin ja räätälöityihin ratkaisuihin. Toinen ajuri liittyy trendiin kuluttajien ja kansalaisten osallistumisesta: esimerkiksi uusittu maankäyttö- ja rakennuslaki oikeuttaa asukkaat osallistumaan kaavoitusprosessiin sen eri vaiheissa.

Asumisen suunnittelijoilla, kaupungin ja rakennusalan edustajilla on monta hyvää syytä pyrkiä ymmärtämään asukkaiden moninaisia tarpeita ja ottaa ne huomioon asumisen suunnittelussa. Tämä ei ole kuitenkaan heijastunut asumistarjonnan monipuolistumiseen, suunnittelun joustavuuteen tai asukaslähtöisyyteen.

¹ Artikkelin liittyy hankkeeseen *Urbanin asumisen tulevaisuuden konseptit – asumistarjonnan erilaistaminen ja atraktiivisuus pääkaupunkiseudulla*.

Suurimpien rakennusliikkeiden erilaiset asu-
misratkaisut ovat olleet vähissä, erityisesti ker-
rostaloissa (Ilonen et al. 2007, 32, Väliniemi et al.
2008). Myös uusien asuntojen pohjaratkaisuissa
huonekoot on mitoitettu juuri tiettyjä toimin-
toja, kuten nukkumista, ruokailua ja oleskelua
varten (Tiuri 1998). Asukkaiden puolesta teh-
dyt ratkaisut eivät ole parantaneet valinnan ja
muuntelun mahdollisuutta. Asumisen tilallinen
eriyttäminen on peräisin jo 1900-luvun varhai-
silta vuosikymmeniltä ja tilanne on vakiintunut,
vaikka yhteiskunnalliset ja eri väestöryhmissä
tapahtuneet muutokset ovat eriyttäneet asumis-
tarpeita (ks. Nylander 2007, 52).

Asuntojen ja alueiden suunnittelua suun-
taavat käsityksemme mukaan alan toimijoiden
syvään juurtuneet taustaoletukset kuluttajista ja
näiden tarpeita. Kutsumme näitä kuluttajaku-
vaan liittyviä taustaoletuksia ”myytekiksi”, joilla
viittaamme niin ilmeisiltä vaikuttaviin käsi-
tyksiin, että niiden erityistä toteennäyttämistä
ei koeta välttämättömäksi. Myytit ammentavat
voimansa monista lähteistä. Esimerkiksi raken-
nuttajille on muodostunut kuluttajista vahva
näkemys nykyisten tiedonhankintamenetelmi-
en ja kuluttajapalautteiden kautta. Vakiintuneiden
tiedonkeruun käytänteiden vaikutusta niistä
välittyvään kuluttajakuvaan ei välttämättä ole
helppo tiedostaa. Asuntorakentamisen ja suun-
nittelun kentällä on myös kuultavissa kaikuja
rationalistisen suunnittelutradition lähtökoh-
dasta, oletuksesta että asiantuntijat tietävät par-
haiten ja osaavat oikealla tavalla toteuttaa sen,
mitä asukkaiden uskotaan haluavan (ks. Män-
tysalo 2007, Puustinen 2006, 168). Rationalis-
tisessa suunnittelussa keskeistä on tavoitteiden
määrittely tutkimuksellista tietoa keräämällä,

analysoimalla ja soveltamalla, jolloin asukkai-
den osallistumiselle ei jää tilaa tai sisältöä (Tay-
lor 1998, 66-70; Mäntysalo 2007, 73, Puustinen
2006, 246).

Käsityksemme mukaan myyttiset käsitykset
kuluttajista ylläpitävät myös vallitsevia asumisen
konsepteja ja suunnitteluprosesseja. Mikäli niihin
halutaan merkittäviä muutoksia, eivät yksittäiset
toimenpiteet ja säädökset ole välttämättä riittä-
viä. On tarpeellista pyrkiä myös tunnistamaan,
millä tavoin rakennuttajien, suunnittelijoiden
ja arkkitehtien syvään juurtuneet ajattelutavat
vaikuttavat—muutosta edistäen tai sitä jarrutta-
en—asumissuunnittelun nykyiseen tarjontaan ja
sen kehittämiseen tulevaisuudessa.

Haemme asumisen toimialan kuluttajamyyt-
tejä kahdeksan pääkaupunkiseudun asuntotuot-
annon suunnasta vastaavan toimijan haastatte-
lusta. Haastattelut tehtiin syksyllä 2007 ja niissä
kysyttiin toimijoiden näkemyksiä asumisen ny-
kykonsepteista ja konseptien muotoutumiseen
vaikuttavista tekijöistä (laajemmin ks. Välinie-
mi et al. 2008). Viisi haastatelluista työskenteli
rakennusalan yrityksissä ja kolme haastatelta-
vaa oli pääkaupunkiseudun kaupunkien asumi-
sen suunnittelijoita (Helsinki, Espoo ja Vantaa).
Haastatteluaineistomme on pieni, mutta riittävä
herättääkseen kysymyksiä asumissuunnittelun
kuluttajamyyteistä suhteessa muihin toimialoi-
hin. Haastatteluaineistoa tulkitessamme ha-
vaitsimme, että monet kuluttajatutkimuksesta
tutut kuluttajakuvaan myytit sekä toistuvat sel-
laisinaan että saavat toimialakohtaisia erityis-
piirteitä. Havainnollistamme tunnistamiamme
kuluttajamyyttejä haastatelluista poimituin
sitaatein; vertaamme havaintojamme muussa
tutkimuskirjallisuudessa tunnistettuihin kulut-

tajamyytteihin; lopuksi etsimme kuluttajatutkimuksesta vaihtoehtoisia tulkintoja myynteille. Myyntien tarkastelussa nojaamme laadulliseen ja aineistolähtöiseen tutkimustraditioon ja esittelytapaan.

Artikkelimme rakentuu siten, että aluksi taustoitamme ”myyntein” käsitettä ja siihen liittyviä tutkimuskysymyksiä. Tämän jälkeen esittelemme kuluttajakuvaan liittyviä myyntejä aineistostamme nousevien havaintojen pohjalta. Tarkoituksemme ei ole syöttää lukijalle omia taustaotuksiamme, vaan havainnollistaa vallitsevia ajattelutapoja aineistostamme nousevin esimerkein. Pyrimme myös tarjoamaan myynteille käsityksille vaihtoehtoisia tulkintakehyksiä. Lopuksi pohdimme, miten myynnit vaikuttavat vallitseviin asumisen suunnittelukäytänteisiin ja miten myynteihin voidaan vaikuttaa.

Myyntit asumisessa – totta vai tarua?

Myyntitutkimuksella on monihaaraiset juuret. Muinaisen maailmaan ja perinteisiin ajattelutapoihin liittyneitä myyntejä, kuten jumaltaruja ja kansanuskomuksia on tutkittu mm. folkloristiikassa ja uskontotieteissä. Modernien maailman ilmiöiden tarkasteluun myynteinäkökulma on siirtynyt muun muassa filosofien, semiootikkojen ja antropologien välityksellä (esim., Lévi-Strauss 1995; Tarasti 1992; Barthes 1986; Mumford 1970, 1967). Yhtä määritelmää myynteille on turha etsiä eri tutkimustraditioista ponnistavista kirjoituksista. Jotakin suuntaviivoja siitä, miten myynnit meille ilmenevät voidaan kuitenkin esittää. Karkeasti voidaan erottaa kaksi tasoa: ”neutraali” taso yksi, jos-

sa myynnit ovat ajattelun ja kommunikoinnin perustyökaluja ja vähemmän neutraali taso kaksi, joissa myynnit salakavalasti vaikuttavat ajattelun ja päätöksenteon rakenteisiin. Tasolla yksi myynnit ilmenevät tapoina puhua asioista, tapoina luoda järjestystä kaoottiseksi koettuun maailmaan ja tapoina tulkita ja antaa merkityksiä erilaisille asioille. Tasolla kaksi myynnit puolestaan pyrkivät liiallisesti yksinkertaistamaan ja ”luonnollistamaan” historiallisesti tai sosiaalisesti tuotettuja ”faktoja” sekä vaikuttamaan ja ylläpitämään vallitsevia ajattelutapoja ja valtarakenteita. Tasot yksi ja kaksi menevät kuitenkin helposti sekaisin. Esimerkiksi myynti vesihidestä, joka nappaa pieniä veden äärelle kurkottavia lapsia syvyykseen, ilmentää yhtä lailla tapaa puhua ja havainnollistaa veden vaaroja kuin tapaa luonnollistaa mainitut vaaratekijät ja kieltää uhmaamasta niitä.

Moderneja myyntejä tutkineen Roland Barthesin (1986) mukaan myyntein synnylle on kynnyksarvo, jota Barthes kuvaa (edellä mainittua tasoa kaksi painottaen) asioiden epäpoliittoisuuden intensiteettinä. Hänen ajatuksen mukaan myynnit ovat heikkoja, mikäli ne hämärtävät vain osittain asioiden poliittisen luonteen; vahvat myynnit puolestaan mitä ilmeisimmin epäpoliittoisivat asiantuntijalausumia tai julkisen päätöksenteon lähtökohtia. Barthesin mukaan myynnit eivät myöskään ole ikuisia, vaan niillä on rajallinen elinkaari. Myyntien elinkaari vaihtelee saman kirjoittajan mukaan erilaisissa sosiaalisissa ympäristöissä, joita hän kutsuu myyntien *mikroilmastoiksi*.

Seuraavassa viittaamme myynteillä yleisesti niin ilmeisiltä vaikuttaviin käsityksiin ja lähtökohtiin, että niiden erityistä toteennäyttämistä

ei koeta välttämättömäksi (vrt. Marris 2001). Tiedostamme, että myytit ajatusrakenteiden ”sokeina pisteinä” voivat olla luonteeltaan tasoa yksi tai kaksi — harmittomia yleistyksiä tai vastaavasti Barthesin kuvailemia ”vahvoja myyttejä”. Pyrimme jättämään tasojen tunnistamisen lukijan itsensä arvioitavaksi. Suuntaamme sen sijaan huomiomme kysymykseen asumisen toimialalta löytämiemme myyttien mikroilmastosta.

Myytit saattavat vaikuttaa leikkisältä, epäilyttävältä tai todellisuudessa esiintyvien suunnittelukäytäntöjen kannalta epärelevantilta tutkimuskohteelta. Emme pane pahaksemme, vaikka artikkeliamme ei luettaisi otsa kurtussa. Samalla haluamme kuitenkin korostaa, että myytit viittaavat sosiaalisesti jaetun ajattelun syvään juurtuneisiin käsityksiin, jotka ylläpitävät yhteiskuntamme vaikeasti havaittavia ja kirjoittamattomia sääntöjärjestelmiä. Esimerkiksi Hukkinen (1999, s. 20) on todennut että, lakeja ja säädöksiä on helppo muuttaa verrattuna tapoihin, joilla ihmiset ovat tottuneet toimimaan ja käsitteellistämään arkisia tai ammatillisia käytänteitään. Näitä ”kognitiivisella” tasolla vaikuttavia tekijöitä on tutkittu laajasti muiden muassa uusinstitutionaalisen organisaatioteorian yhteydessä (DiMaggio & Powell 1991, Scott 1995). Asumissuunnittelun areenalla myyttien purkaminen voi auttaa löytämään uusia ratkaisuja asumiskonseptien kehittämiseen ja niiden monipuolistamiseen.

Jaamme tulevaisuuden asukasta koskevat myytit kahteen kategoriaan: *yleismyytteihin* eli eri aloilla yleisesti tunnistettuihin myytteihin koskien kuluttajan roolia suunnittelu- ja päätöksentekoprosesseissa sekä *toimialamyytteihin*

eli asumissuunnittelussa omaleimaisesti ilme-neviin myytteihin. Vertailemalla ja problema-tisoimalla asumisen myyttejä muilla toimi- ja tutkimuksenaloilla myyteistä tehtiin havaintoihin, osallistumme keskusteluun myyttien elinkaaresta. — Ehkäpä jotkut myyteistä jo kuuluisivat myyttien hautausmaalle.

Yleismyytit

Yleismyyteillä tarkoitamme sellaisia perus-oletuksia kuluttajien mahdollisuuksista ja rajoitteista osallistua suunnittelu- ja päätöksentekoprosesseihin, jotka toistuvat myös muilla yhteiskuntasektoreilla ja toimialoilla. Yleismyytit eivät siis ole erityisiä asumissuunnittelun areenalla, vaan niillä on rinnakkaismuotoja eri suunnitteluympäristöissä.

Yleismyytit viestivät kolmenlaisista asioista: kuluttajien mielipiteiden hajanaisuudesta sekä kuluttajien muutosvastarintaisuudesta ja asiantuntemuksen puutteesta. Rakennuttajien ja kaupunkisuunnittelijoiden puheissa myyttiset käsitykset linkittyvät toisiinsa. Pidämme kuitenkin tärkeänä erotella kolme yleismyyttiä toisistaan, koska kukin niistä tarjoaa erilaisen tulkintakehyksen kuluttajien ja asukkaiden roolista asumissuunnittelussa.

Esittelemme yleismyytit omina lukuinaan. Määrittelemme niissä myytin keskeisen sisällön; havainnollistamme sen ilmenemistä yhtäältä rakennuttajien ja toisaalta kaupunkisuunnittelijoiden puheissa ja käsityksissä; perustelemme miksi myytti on luonteeltaan yleismyytti (vs. toimialamyytti) ja tarjoamme myytin kuvaamalle kuluttajakuvulle vaihtoehtoisia tulkintanäkökulmia.

Myytti 1: Tuleva asukas on mahdoton tunnistaa

Ensimmäisen yleismyytin mukaan on mahdotonta tietää kuka on asuntojen tai alueiden tuleva asukas, minkä vuoksi kuluttajien mukaanotto asumisen suunnitteluun on ongelmallista. Haastatellut kaupunkisuunnittelijat ja rakennusliikkeiden edustajat arvelevat, että asukkaiden osallistaminen alueiden tai asuntojen suunnitteluun välittää sattumanvaraisesti tietoa kuluttajien tarpeista ja altistaa asumissuunnittelun riskille harhaanjohtavasta kuluttajatiedosta (vrt. Yli-Pelkonen & Kohl 2005). Kuvaamme seuraavassa kuinka ”tuleva asukas on mahdoton tunnistaa” -myytti ilmenee sekä rakennuttajien että kaupunkisuunnittelijoiden käsityksissä.

Rakennusallalla kuluttaja hahmotetaan usein tulevana asukkaana, rakennusyhtiöiden asiakkaana, joka ostaa tai vuokraa omiin tarpeisiinsa sopivan asunnon. Alan toimijoiden kokemusten perusteella tulevan asukkaan tunnistaminen suunnitteluvaiheessa on kuitenkin vaikeaa, sillä samanlaiseen asuntoon saattaa muuttaa niin perhe kuin yksin asuva. Rakennuttajien näkökulmasta sattumanvaraisen tiedon pohjalta tunnistetut tarpeet ja asuntojen erilaistaminen tietyille käyttäjäryhmälle eivät palvele valmiiden asuntojen myyntiä, jossa asunnon ostajaryhmä halutaan pitää mahdollisimman laajana. Seuraava sitaatti avartaa tulevan asukkaan tunnistamisongelmaa rakennusallalla:

”Että meillä oikeastaan hyvin harvoissa hankkeissa on ollut sen tyyppisiä kartoituksia, että me oltais niiltä ns. oikeilta loppuasiakkailta kerätty palautetta. Koska se ongelmahan on se, että kun me tehdään omistusasuntoja, niin

ihmiset, jotka ne asunnot ostaa, ei halua sitoutua siihen asunnonostamiseen ihan hirveän aikaisin. Jolloin tavallaan me ei tiedetä ketä ne meidän asiakkaat on.” (Rakentaja 23.10.07)

Kaupunkisuunnittelua ohjaavissa kuluttajakuivissa taustalla on maankäyttö- ja rakennuslaki, jossa on määritelty tarkkaan suunnittelu-prosessin osalliset. Lain mukaan osallisia ovat kaikki ne nykytilanteessa tunnistettavat oikeuskelpoiset henkilöt tai yhteisöt, joiden oloihin tai etuihin kaava voi olennaisesti vaikuttaa (Tulkki & Vehmas 2007). Laissa ei kuitenkaan määritellä tulevia asukkaita kaavasunnittelun relevanttina sidosryhmänä. Kaupunkisuunnittelijoiden käsityksissä tulevien asukkaiden näkemysten kartoittaminen on liki pitäen mahdotonta, koska suunnittelu on pitkäjänteistä ja edellyttää asiantuntijoiden pitkällä aikavälillä tekemiä ratkaisuja. Osallistuvien menetelmien ongelmana pidetään, että ne saattavat tuoda esiin lähinnä äänekkäimpien ryhmien intressit eivätkä näin ollen edusta kaikkia tulevia asukkaita (esim. Pelkonen & Kohl 2005, 9). Seuraava sitaatti ilmentää myyttiä tulevan asukkaan tunnistamattomuudesta kaupunkisuunnittelijoiden käsityksissä:

”Ei semmoista [tulevien asukkaiden] kohde-ryhmää ole. Että jos ikään kuin idea on, että nyt me suunnitellaan, että täällä neljän vuoden kuluttua olisi asuntoja, niin ne asunnon tarvitsijat on neljän vuoden aikana jo hankkinut ne asuntonsa. ...Tää suunnittelu on sellaista, että siinä ei ole mahdollista kohdata sitä, joka sinne on tulossa.” (Kaupungin edustaja 03.10.07)

Tuleva asukas on mahdoton tunnistaa – myy-
tin keskeinen viesti asumisen suunnittelussa
on, että nykyhetken kuluttajat eivät voi toimia
tulevien kuluttajien edustajina. Vallitsevat ku-
luttajakäsitykset eivät toisin sanoen voi tarjota
olennaista tietoa asumisen suunnitteluun, joka
on tulevaisuussuuntautunutta. Koska saman-
kaltaisia käsityksiä esiintyy yleisesti myös muil-
la aloilla, kyseessä on kuluttajakuvaan liittyvä
yleismyytti. Esimerkiksi geeniteknikkakeskus-
telun yhteydessä on tyypillistä kyseenalaistaa
kuluttajamielipiteen merkityksellisyys politi-
kan suunnittelussa viittaamalla ristiriitaan ky-
selyiden ja kuluttajavalintojen välillä (ts. ihmisi-
set voivat ostaa sellaista mitä väittävät olevansa
ostamatta); viittaamalla siihen, että mielipide
on järjenvastaisin perustein hajautunut ”puo-
lesta” ja ”vastaan” sekä siihen, että äänensä
saavat kuuluviin lähinnä äänekkäät aktivistit
(ks. esim., Bauer & Gaskell 2002; Marris 2001).
Nämä seikat ovat johtaneet taipumukseen vähä-
tellä kuluttajamielipiteen merkitystä politiikan
suunnittelussa.

Kuluttajatutkimuksen kautta avautuva vaih-
toehtoinen näkökulma tulevaisuuden asukkaan
tunnistamisongelmaan liittyy ajatukseen, että
kuluttajien arkiset käytänteet ja rutiinit ovat
hitaasti muuttuvia ja yleisesti jaettuja (esim.
Pantzar 2000). Pintaa syvemmälle menevä ku-
luttajatutkimus voi toisin sanoen auttaa hah-
mottamaan myös tulevaisuuden tarpeita ja
mahdollisuuksia. Mukaan otettavien kuluttaji-
en äänen edustavuudesta on laajasti keskusteltu
osallistumisen tutkimuksessa. Toimivina osal-
listujien valinnan kriteereinä on käytetty niin
demografiaa (ikä, sukupuoli, koulutus) kuin
kiinnostusta aiheeseen. Hyvään tulokseen pää-

semässä osallistujien on tärkeä tietää mihin
tuloksia käytetään ja millä tavalla osallistujien
tuottamia tuloksia tullaan tulkitsemaan (Heis-
kanen et al. 2006).

Myytti 2: kuluttajat ovat konservatiivisia

Toisen yleismyytin mukaan kuluttajat ovat
konservatiivisia ja haluavat lähinnä pitää yllä
vanhoja asumisen tapoja, minkä vuoksi heiltä
ei kannata kysyä uusista asumisen ideoista. Ku-
luttajien myös ajatellaan suojaavan omaa elin-
piiriään, varsinkin jos uutuudet eivät tuo suoraa
henkilökohtaista hyötyä (ks. myös Kuparinen
2005). Myös haastattelemamme kaupunkisuun-
ittelun ja rakennusalan asiantuntijat tuovat
esille kuluttajien muutosvastarintaisuuden ja
kyvyttömyyden keksiä kiinnostavaa uutta, min-
kä vuoksi he myös haluavat pitää päätösvallan
tulevaisuudessa itsellään.

Rakennusyritysten edustajat näkevät alhais-
ten myyntilukujen ja vähäisen kiinnostuksen
markkinointivaiheessa oleviin uudistuotteisiin
merkinä kuluttajien konservatiivisuudesta.
Kuluttajien ei uskota haluavan kokeilla tai keksiä
asumiseensa mitään perinteistä poikkeavaa,
kuten seuraava sitaatti asian ilmentää:

*”Mutta kyllä asuminen on niin herkkä alue,
ja kyllä voi sanoa, että myös keskimäärin suo-
malaiset on niin konservatiivisia, että ei ne
lähde kokeilemaan ihan mitään hirveän ih-
meellistä. ... että kun sitten yrittää tavallaan
myydä jotain vähän erilaista, niin se on aika
haastavaa.” (rakentaja 23.10.07)*

Kaupunkien edustajat näkevät asukkaiden
konservatiivisuuden ilmenevän vastarintana

suunnitteluhankkeissa. Asukkaiden nähdään suojaavan omaa elämänpiiriään kaikelta muutokselta ja uusien, erikoisten ja urbaanien innovaatioiden ja arkkitehtuuria eteenpäin vievien hankkeiden kaatuvan jugendin ihannoitiin.

”Mä oon huomannut sen, kun asukkaille puhuu... siitä urbaanista, niin se on just se, mitä ne asukkaat ei halua. ...Ja musta se on välillä... aika kornia kuunnella sitä puhetta, kun tietää taas, että siinä tulee ilmaistua juuri se, mitä asukkaat ei halua, kun ne haluaa sitä vanhaa.” (kaupungin edustaja 03.10.07)

Konservatiivisena näyttäytyvän kuluttajan myytti saa tukea myös muista esimerkeistä. Helsingissä toteutettavan uuden talotyypin, uusloftin, kehitysprosessi on eräs todiste rakennusliikkeiden myyttisten käsitysten vaikutuksesta uusien ideoiden toteutuksen jarruna. Hankeidea sai yritysten puolella heikon vastaanoton, sillä suomalaisten ei uskottu kiinnostuvan puolivalmiista, osin raakatilaa käsittävistä ja itse viimeisteltävistä asunnoista. Talotyypin suunnitelleen arkkitehdin peräänantamattoman taivuttelutyön jälkeen hanke sai kuitenkin innostusta kaupungin virkamiehien keskuudessa ja lopulta myös rakennuttajassa (Laine & Niska 2006, 47, 49).

Myytti kuluttajien konservatiivisuudesta voi saada vahvistusta, jos asumisen suunnitteluprosessi avataan vain jälkijättöisesti. Siinä vaiheessa kun suunnitelmat ovat jo pitkällä, niihin vaikuttaminen pelkistyy yksityiskohtiin ja vastustukseen. Kuluttajan varhaisella osallistamisella suunnitteluprosessiin sen sijaan on todettu saatavan esille myös uudenlaisia ideoita

ja ajatuksia. Mitä enemmän erilaisia ajatuksia ja vuorovaikutusta saadaan aikaan jo suunnittelun alkuvaiheissa, sitä enemmän voidaan saada myös täysin aiemmasta poikkeavia luovia ratkaisuja. Ideoiden keräämisen laajoilta ihmisryhmiltä saadaan tukea myös informaatio- ja kommunikaatioteknologian avulla. Esimerkiksi New Yorkissa järjestettiin kesällä 2002 tilaisuus, jossa kommentointiin ja esitettiin ideoita kuudesta vaihtoehtoisesta suunnitelmasta tuhoutuneen WTC:n alueelle. Tilaisuuteen osallistui 4300 henkilöä, jotka työskentelivät kymmenen hengen ryhmissä. Heillä oli käytössään kannettavat tietokoneet ja sähköinen äänestysjärjestelmä; heitä avusti tuhat vapaaehtoista työskentelyn ohjaajaa (Lukensmeyer & Brigham 2002). Konservatiivisuus tai kuluttajien ideattomuus uutuuksien suhteen eivät tule ensimmäisinä mieleen kyseisestä esimerkistä.

Myytti 3: Kuluttajilla ei ole suunnittelukompetenssia

Kolmannen yleismyytin mukaan kuluttajilla ei ole riittävää osaamista, tietoa ja kokonaiskuvaa asumisen suunnittelusta ja toteuttamisesta, minkä vuoksi heillä ei ole myöskään tarjota pätevää asiantuntemusta asumisen suunnitteluun. Rakennusalan ammattilaiset ja viranomaiset pitävät asumisen suunnittelussa tärkeänä sekä suunnittelun kohdetta koskevaa ominaisuustietoa että suunnittelua itseään koskevaa asiantuntijatietoa, joka liittyy esimerkiksi lainsäädäntöön, työtapoihin, kustannuksiin ja esteettisiin arvoihin (Horelli & Kukkonen 2002, 252). Näillä alueilla he näkevät omaavansa tehtäviensä hoitoon tarvittavan teknisen ja byrokraattisen osaamisen ja tiedon, joka on ollut ylivertainen

asiantuntijuuden määrittäjä. Asiantuntemuksen on myös nähty kertyvän organisaatioihin ja siellä toimiville asiantuntijoille työkokemuksen ja tekemisen kautta (Puustinen 2006, 107, 232). Asukkaiden ja käyttäjien on puolestaan nähty keskittyvän omiin tavoitteisiinsa ja asuinalueensa puolustukseen sekä olleen kykenemättömiä hahmottamaan kokonaisuuksia (Puustinen 2006, 241-243, Staffans 2004, 267-270). Tästä näkökulmasta maallikkotiedon ”merkitys” asumisen suunnittelussa liittyy lähinnä asiantuntijoiden toiminnan kyseenalaistamiseen subjektiivisista, tunteisiin perustuvista tai merkityksettömistä lähtökohdista (vrt. Puustinen 2006, 239-246, Pelkonen & Kohl 2005, 7).

Myytti kuluttajien suunnittelukompetenssin puutteesta on ohjannut rakennuttajia ja suunnittelijoita suunnittelemaan asunnot niin valmiiksi, että asukkaille ei jää mahdollisuuksia vaikuttaa arjen valintoihin ja rakentaa arkea oman näköiseksi. Jo 1900 – luvun varhaisilta vuosikymmeniltä vakiintunut tapa on ollut miettiä huonejärjestys ja myöhemmin myös sängyn ja penkin paikat valmiiksi (Nylander 2007, 54). Osaksi taustalla näyttäytyvät myös liiketoiminnalliset käytänteet, missä erilais- tamisesta on tehty lisätuote ja kaikissa niissä muutostöissä, joissa asukas on halunnut muuttaa valmiiksi suunniteltua ratkaisua, on ollut hintalappu perässä (Väliniemi et al. 2008).

Kolmas yleismyytti ilmeni myös omasta aineistostamme, kuten alla olevat sitaatit haastatelluilta rakennuttajalta ja kaupunkisuunnittelijalta osoittavat:

”...mutta kyllä se [osallistuminen] on sitten taas saanut negatiivisia piirteitä siinä mieles-

sä, että tämmöinen avoin suunnitteluprosessi, jossa pyritään avoimesti vuorovaikutteisesti käymään asioita läpi erilaisten kansalaisryhmien ja ihan yksittäisten kansalaistenkin ja asukkaiden kanssa, niin se kääntöpuoli on sitten siinä se, että erilaiset, suoranaiset kiusante- teko valitukset, ja perusteettomat hankkeiden jarrutukset on sitten taas lisääntynyt.” (rakentaja 01.11.07)

”... ihminen, kun se sijoittuu johonkin paikkaan niin sillä on hirveä muutosvastarinta sitten siihen, että tulee lähelle jotain muuta oli se mitä tahansa. ...tulee semmoisia mielipiteitä just, jotka perustuu tietenkin siihen omaan näkemykseen...” (kaupungin edustaja 12.12.07)

Vaihtoehtoinen näkemys myytille kuluttajien suunnittelukompetenssin puutteesta liittyy ajatukseen asiantuntijatiedon ja arkisen kokemuksellisen tiedon samanarvoisuudesta. Arjen kokemuksista ja tuntemuksista saattaa kummuta tärkeää informaatiota, jonka avulla voidaan päästä samaan tai parempaan lopputulokseen kuin esimerkiksi teknisin mittarein saadulla asiantuntijatiedolla (ks. Pelkonen & Kohl 2005). Avainasemassa on kuluttajilta ja asukkailta saatavan tiedon tulkinta ja ymmärtäminen (ks. Lapintie 2001). Esimerkiksi Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajaneelin käyttökokemukset ovat vahvistaneet näkemystä, että kuluttajien arkiset kokemukset ja ryhmässä tapahtuva yhteinen pohdinta kehityksen suunnasta toimivat asiantuntijatiedon ”todellisuustarkastuksena”. Kuluttajanäkemyksiä on valotettu esimerkiksi teknologian riskeistä ja mahdollisuuksista

(Heiskanen et al. 2006). Teknologiantutkimuksessa on myös yleisemmin havaittu, että riittävän suuri ”kognitiivinen kirjo” (eli erilaisten toimijoiden erilaisista näkökulmista esittämien ideoiden runsaus) auttaa saavuttamaan kestäviä teknologiaratkaisuja ja tuoteinnovaatioita (ks. esim. Rip et al. 2004; Rip et al. 2000). Olennaista kognitiivisen kirjon hyödyntämisessä ei ole ideoiden tieteellisyys, vaan kyky tulkita ja soveltaa niitä kehitteillä olevien tuotteiden testaamisessa ja edelleen kehittämisessä.

Toimialamyymit

Toimialamyymieillä tarkoitamme tässä sellaisia perusoletuksia asumisen toimialan (tai markkinoiden) ”lainalaisuuksista”, jotka vaikuttavat siihen, miten asumisen eri ryhmien tarpeita voidaan ottaa huomioon asumisen suunnittelussa. Toimialamyymit toimivat siis eri logiikalla kuin kuluttajakuvan yleismyymit. Siinä missä yleismyymit rakentavat kuvan kuluttajista (esim. ”kuluttajamielipiteen hajanaisuus”, ”kuluttajien konservatiivisuus ja suunnittelukompetenssin puute”) ja perustelevat sillä kuluttajien rajallisia mahdollisuuksia vaikuttaa asumisen suunnitteluun; toimialamyymit rakentavat kuvan asuntomarkkinoiden ”lainalaisuuksista”, myymieistä, jotka perustelevat miksi rakennuttajien ja suunnittelijoiden on vaikea ottaa asumisen (joitakin) ryhmiä tai erilaistamista asunissuunnittelun lähtökohdaksi.

Havaitsemamme toimialamyymit liittyvät oletuksiin vuokra-asumisen erityisyydestä suhteessa omistusasumiseen; kerrostaloasumisen erityisyydestä suhteessa pientaloasumiseen sekä ylipäätään asuntojen erilaistamisen talou-

dellisesta kannattavuudesta. Toimialamyymiehin liittyvinä kuluttajaryhminä esiin nousevat muiden muassa vuokralaiset, kerrostaloasukkaat sekä vanhukset.

Etenemme toimialamyymieien esittelyssä kuten esitellessämme yleismyymit. Nimeämme ja määrittelemme myymit ja kuvaamme miten se ilmenee rakennuttajien ja kaupunkisuunnittelijoiden puheissa. Koska myymit ydin ei ole niinkään kuluttajakuvassa kuin oletuksissa toimialan ”lainalaisuuksista”, pohdimme myymit perusteluja ja vaihtoehtotulkintoja lähinnä asumisen kirjallisuuden perusteella.

Myytti 4: Vuokra-asumisen asema on toissijainen

Ensimmäisen toimialamyymit mukaan vuokra-asumisen tarjonta on niin monen portaan kautta välittynyt, että vuokralaisten omilla mieltymyksillä ei ole suurtakaan merkitystä tarjonnan kehittämisessä. Vuokra-asuntojen markkinoilla toimijoita ovat valtio, kuntien poliittiset päättäjät, kaupunkisuunnittelijat, asuntojen rakennuttajat ja asuntojen rakentajat. Paljonko vuokratuotantoa tulee ja minkälaista se on, on tiukasti poliittisten päättäjien asunto-ohjelmassa sanelemaa, joiden tiukoissa reunaehdoissa myös rakennuttajat joutuvat toimimaan (ks. esim. Laakso & Loikkanen 2004). Vuokralaisten mieltymyksille ei helposti löydy paikkaa tässä asuntotarjonnan kehityskaavassa.

Myytti vuokra-asumisen toissijaisuudesta omistusasumiseen nähden perustelee, miksi vuokra-asumista kannattaa kehittää muista kuin vuokralaisten itsensä tarpeista ja lähtökohdista. Sen lisäksi että kehittämistarpeita määrittelevät lukuisa joukko muita toimijoita, myymit

ovat voineet vahvistaa esimerkiksi mielikuva vuokra-asumisen statuksesta sekä imagosta ja käsitys vuokralaisista alati asuntoaan vaihtavina asujina. Vuokralaisen kannalta viimeksi mainittu tekijä on johtanut kilpailuasetelman syntyyn. Vaihtoehdoksi on jäänyt joko ottaa tarjolla oleva asunto tai jäädä ilman; vuokralaisen vaikutusvalta asuntotuotantoon on tyypistynyt valintaan olemassa olevasta vuokra-asuntokannasta.

Vuokra- ja omistusasumisen eroihin liittyvät oletukset tulivat esille myös haastatteluai- neistossamme. Esille tuli muun muassa käsitys siitä, miten eri tavoin asukkaiden preferenssit vaikuttavat vuokra- vs. omistusasuntojen kehittämisessä. Seuraava haastattelun rakennuttajan sitaatti valottaa vuokralaisen asemaa markkina- tilanteessa:

” Kun tehdään pelkästään myytävää tuotantoa, niin se on ikään kuin se kysymys, että sen tuotteen pitää loppuviimeksi myydä....Ja siinä mielessä se asukaspreferenssi on vielä paljon tärkeämpi kuin jos me tehdään vuokra-asuntoja tai jotain muita asuntoja, niin niiden ikään kuin tällöinen kysyntä/tarjonta tilanne on ollut sellainen, että kärjistäen sillä puolella varmasti kaikki saadaan vuokratuksi tai kaikkiin saadaan asukkaat.” (Rakentaja 17.10.07)

Siinä missä vuokra-asukkaiden preferenssit näyttäytyvät marginaalisina rakennuttajapuolella, kaupungin edustajien kanssa keskusteltaessa painottui lähinnä kysymykset asuntotuotannon hallintasuhdejakauman osuuksista ja niihin liittyvien määrällisten tavoitteiden täytymisestä, mitä seuraava sitaatti kuvaa:

”... maanomistajan kaavailut on nimenomaan tällöinen korkeantasoinen pientaloalue, johon tuskin mitään sosiaalista asuntotuotantoa sijoitetaan, mutta kyllä kaupungilla kuitenkin on tavoitteita, että yleensä alueelle pyritään saamaan sekä vuokra-, että omistusasuntoja...” (kaupungin edustaja 12.12.07)

Vallitsevana myytinä on, että vuokralaisten toiveiden huomioivat erilaistamisen kysymykset ovat toissijaisia, kunhan riittävä valintamahdollisuus asuntokannasta vain turvataan. Keskustelua vuokralaisten vaikutusmahdollisuuksista tulevaan vuokra-asuntotuotantoon ei ole juurikaan herännyt, vaikka sille voisi olla tarvetta. Esimerkiksi kaupunkien ja vuokra-asuntoja välittävien yritysten haastattelujen mukaan vuokramarkkinoilla oli vuosituhannen alussa siirretty asuntojen jakamisesta asuntojen markkinointiin, sillä ongelmana oli että tarjotuista vuokra-asunnoista kieltäydytään. Syinä ovat asuntojen huono kunto, sijainti, epätyytyttävä varustetaso ja liian korkea vuokra. Erityisesti aluetoiveisiin ei pystytä vastaamaan (ks. VVO 2008, Myrén 2006). Kun vuokra-asuntokanta on nyt erilaistunut omistusasuntokantaan verrattuna pieniin kerrostaloasuntoihin (Laakso & Loikkanen 2004, 262), voisi mielikuvaa vuokra-asumisesta parantaa esimerkiksi asukkaiden vaikutus- ja valintamahdollisuuksien lisääminen esimerkiksi kohtuuhintaisissa pientalo- maisissa sekä ”perustuotannosta” poikkeavissa kerrostaloratkaisuissa (vrt. myös myytin 5 vaihtoehdotulkinta).

Myytti 5: Kerrostalot ovat vähemmän muunneltavia kuin pientalot

Toisen toimialamyytin mukaan kerrostalot ovat vähemmän muunneltavia kuin pientalot, minkä vuoksi joustava tilan haltuunotto onnistuu paremmin pientaloissa kuin kerrostaloissa. Esteitä asettavat alan lainsäädäntö, säädökset ja tekniset vaatimukset, joskin määräyksiin vetoamisessa saattaa olla kyse helposta tekosyyistä pitäytyä vakiintuneissa toimintatavoissa (Laine & Niska 2006, 45). Myytti kerrostalojen vähäisestä muunneltavuudesta on este kerrostaloasumisen kehittämiselle ja sen vetovoimaisuuden lisäämiselle.

Haastattelemamme rakennusalan edustajat näkevät, että pientaloissa asukas voidaan ottaa yksilöllisemmin huomioon, sillä yhdelle ostajalle on helpompi jo teknisestikin räätälöidä asuinrakennusta kuin monelle. Vaikka kerrostalojen muunneltavuus on olemassa olevan tekniikan puolesta mahdollista, yhdistetään asuntojen muunneltavuus ja toivottu keskeneräisyys yleisimmin pientaloihin, vain erityistapauksissa kerrostaloihin (esim. Laine & Niska 2006, Väliniemi et al. 2008). Seuraava rakennuttajan kommentti kuvaa pientaloihin tarjolla olevia muunneltavuusmahdollisuuksia, mitä ei Helsingin uusloftia lukuun ottamatta kerrostalotuotantoon ole enemmän tarjolla:

”Me ollaan tuotu nyt sellainen malli tänne omakotirintamalle että... sovittaessa asiakas päättää, mihin valmiusasteeseen hän sen talon sitten haluaa. ...eli jos haluaa vähän nikkaroida ja sisätoitit tehdä, niin se on mahdollista.”(rakentaja 01.11.07)

Kaupungin edustajat näkevät kerrostalojen muunneltavuuden olevan heikkoa erilaisten

rakentamista koskevien säädösten sekä asunto-osakeyhtiölain vuoksi, kuten seuraava kaupungin edustajan sitaatti kertoo:

”Kerrostalojen osalta, ainakin mulla on sellainen tuntuma, että suurin puute asukkaiden näkökulmasta on se, että niitä asuntoja ei pystytä samalla tavalla muokkaamaan käytäjäystävälliseksi kuin omakotitaloja. Lainsäädäntö ei ilmiselvästi anna kovin paljon siinä mahdollisuuksia. Tuo asunto-osakeyhtiölaki on niin tiukka. (kaupungin edustaja 15.10.07)

Myytti kerrostalojen vähäisestä muunneltavuudesta ilmenee voimakkaasti alan toimijoiden käsityksissä. Kaupunkivillat, ”kerrostalo jonka päälle rakennetaan yhden asunnon omakotitaloja’ tai paritaloja” ovat yksi harvoista esimerkeistä kerrostalojen muunneltavuudesta, jonka haastateltavamme tuovat esiin. Viitteitä siitä, että myyttiä kerrostalojen vähäisestä muunneltavuudesta tulisi ryhtyä purkamaan on havaittavissa tutkimuksista, joiden mukaan kerrostaloasumisen vaikutusmahdollisuuksiin ei olla tyytyväisiä. Esimerkiksi tilastokeskuksen julkaiseman suomalaisten asumistoiveista ja mahdollisuuksia koskevan tutkimuksen mukaan (Juntto 2007, 110) omakotitaloissa asuvista erittäin tyytyväisiä vaikutusmahdollisuuksiinsa on jopa kuusikymmentä prosenttia vastanneista. Osake-asunnoissa asuvista tyytyväisiä oli enää joka neljäs ja kerrostalojen vuokra-asunnoissa asuvista vain viistoista prosenttia piti vaikutusmahdollisuuksiaan hyvänä. Esimerkkejä kerrostalojen muuntelumahdollisuuksista löytyy ulkomailta (esim. Nylander 2007).

Myytti 6: Asumisen erilaistaminen ei tuota lisäarvoa

Kolmannen toimialamyytin mukaan asumisen erilaistaminen ei tuota lisäarvoa. Asumisen suunnittelun ja rakentamisen parissa työskentelevät ammattilaiset ovat nähneet asuntojen erilaistamisen turhana, sillä sen ei ole nähty tuottavan lisäarvoa taloudellisesti tai kaupunkisuunnittelun tavoitteisiin, kuten monipuolisen asukasrakenteen tuottamiseen. Erilaistamisen on nähty vaikeuttavan asuntojen myyntiä ja tuottavan väestörakenteellisesti ongelmallisen yhtenäisiä alueita.

Rakennusalan toimijat näkevät kuitenkin asuntojen ja asuinalueiden erilaistamisen eri tavoin kuin kaupunkien edustajat. Rakennusallalla liiketoiminnan voitot ja tuotteen myyminen ovat tärkeintä. Kunnille puolestaan erilaisten väestöryhmien sekoittaminen alueilla on keskeinen tavoite. Rakennuttajille isojen asuntojen rakentaminen on kallista ja niitä on ollut rajatun ostajakunnan takia vaikeaa myydä. Hintaa nostavien ratkaisujen lisäksi kaikki muukin standardista poikkeava tarjonta on ollut rakennusalan mielestä heti kohderyhmiä rajaava tekijä. Erilaistamisen ei siis nähdä tuovan liiketaloudellista lisäarvoa tilanteessa, missä tulevaa asukasta ei voida tunnistaa, eikä asiakasta pystytä sitouttamaan ostamiseen jo suunnitteluvaiheessa liiketoiminnan riskien pienentämiseksi. Seuraavat kaksi sitaattia kuvaavat rakennuttajien hahmotusta erilaistamisen haasteista:

”...se rahapussi on ohjannut nyt suunnittelua siihen, et tehdään pienempiä ja kompaktimpia asuntoja ... ja se tulee aika pitkälti siitä, että sitä asiakassegmenttiä halutaan laajen-

taa siellä myyntihintapäässä selkeästi, että saadaan laajempi asiakaskunta, joka pystyy ostamaan tuotteen.” (rakentaja 12.11.07) ”

...tekemällä erilaisia keskipinta-ala tarvevaateita kaavoihin, et 75 neliötä pitää olla vähintään kohteen keskipinta-ala, se sotii hirveästi vastaan tätä realismia, arkirealismia tuolla markkinoinnissa.” (rakentaja 01.11.07)

Kaupungit puolestaan haluavat houkutella kaikille asuinalueille monipuolista asukaskuntaa. Koska esimerkiksi Helsingissä pieniä asuntoja ja perheitä on jo paljon, asetettiin uusille asunnoille isompien perheiden saamiseksi ja asumisväljyyden kasvattamiseksi 75 neliön keskipinta-ala. Keskiarvoon pääsy on sitten sotinut rakentajien tavoitteita vastaan. Kuntien puolella erilaistamisen ei olla nähty tuottavan lisäarvoa asumiseen sen vuoksi, että asunnot ja alueet eivät silloin palvele yleispätevyyden tavoitetta. Kun kaupunkia suunnitellaan kaikille, alueiden ja asuntojen täytyy sopia monipuolisen asukasrakenteen saavuttamiseksi ja asukasmuutosten myötä erilaisten ihmisten tarpeisiin, kuten yksi haastateltavistamme asian ilmaisee:

”No se tavallaan on tämmöiseen tasa-arvoiseen yhteiskuntaan tai sillä tavalla, että se on yleispätevää, yleispätevästi hyvää. Niin mä oon ymmärtänyt, että se on kuitenkin se vallitseva tapa...[Jos asumista erilaistetaan]...niin se laskee standardeja ja sitä kautta asumiseen tuotetaan aiempaa vähemmän lisäarvoa. Jos tehdään...vanhusten asuntoja, niin tingitään autopaikoista ja pihasta. Jos tehdään tai kiinnitetään huomiota ja korostetaan urbaania,

niin mahdollisesti lapsiperheiden vaatimista asioista, leikkipaikoista pihassa.” (kaupungin edustaja 03.10.07)

Myytti asumisen erilaistamisen lisäarvotomuudesta vetoaa ymmärrettäviin perusteisiin, mutta johtaa helposti ristiriitaiseen käsitykseen sen yleisen näkemyksen kanssa, että juuri tuotteiden erilaistamisella saadaan lisätua tuotteiden kiinnostavuuteen, haluttavuuteen, hinnoitteluun ja hintakategorisointiin. Esimerkiksi suunnittelulla ja designilla aikaan saatu erilaisuus tuotteissa on houkuttavuustekijä, jota kuluttajat preferoivat, ilman että hinta olisi aina se tärkein tekijä (Skitmore & Smyth 2007).

Kohti asumisen mikroilmaston muutosta

Arjen sujuvuus on keskeinen osa hyvinvointia (esim. Raijas 2008, 22), minkä vuoksi asumisessa ja asunnoissa tulisi voida toteuttaa arjen toimintoja omien tarpeiden mukaisesti. Asumisen suunnittelussa asukkaiden arki on kuitenkin pelkistynyt keskivertokäyttäjän perusratkaisuihin, ja asukkaan rooli on monesti ollut vastaanottaa valmiiksi suunniteltuja, muiden päättämiä huone-, sisustus- ja alueratkaisuja. Nostimme artikkelissamme esille ajatuksen, että rakenteellisten, teknisten ja lainsäädännöllisten rajoitteiden lisäksi asuntojen monipuolistamista ja tarvelähtöistä kehittämistä voivat hankaloittaa alan toimijoille syvään juurtuneet taustaolelut kuluttajista: näiden tarpeista ja mahdollisuuksista sekä asumisen toimialan ”lainalaisuuksista”. Keskeinen havaintomme on, että kuluttajakuvaan ja asumisen toimialaan liittyy

voimakkaita ”myyttejä”, jotka sekä jäsentävät neutraalisti ajattelua ja kommunikointia että eri tavoin tukevat ja ylläpitävät vallitsevia suunnittelukäytänteitä. Emmekä ole ainoita, jotka ovat löytäneet myyttejä toiminnasta ja puheista — myytit elävät niin tutkimuskirjallisuudessa, suunnittelijoiden ja rakennusalan puheissa kuin yleisönosaston kirjoitteluissakin.

Samalla kun myytit tuovat järjestystä ajatteluun, ne myös hidastavat muutosta ja uuden omaksumista. Ne saattavat lukita vallitsevat käytännöt ja toimintatavat sekä aiheuttaa negatiivista suhtautumista kuluttajalähtöisen suunnittelun kautta tapahtuvaan asuntojen monipuolistamiseen. Myytit voivat aiheuttaa myös heikkoa riskinottokykyä, liiallista varovaisuutta ja konservatiivisuutta. Ne saattavat sulkea mahdollisuuksia toisenlaiseen ajatteluun ja poikkeaviin toimintamalleihin. Myyttiset käsitykset kuluttajista voivat ylläpitää asunto- ja aluesuunnittelijoiden omaa muutosvastarintaa. Samoin kuin myyttiset käsitykset osallistumisesta ja alan toimijoista saattavat ylläpitää kuluttajien omia lukkiutuneita käytänteitä ja ajatusmalleja. Myyttien taakse on helppo piiloutua ja peitellä kysymystä vallasta ja sen jakautumisesta eri toimijoille. Näin ei tarvitse keskustella kenelle valta asuntopuunnittelussa kuuluu eikä pohtia sitä, miten käyttäjään tulisi suhtautua suunnittelutiedon tuottajana.

Myytit myös elävät sitkeästi. Asumissuunnittelussa Suomessakin ollaan menty kohti markkinaorientoituneita ja osallistavimpia ja suunnittelukäytänteitä. Puhutaan trendi- ja herätesuunnittelusta sekä suunnittelun kommunikatiivisesta käänteestä, missä osallistavat käytänteet linkittyvät julkisen ja yksityisen sektorin toimintakäytänteisiin (yritysten, julkisen

sektorin ja kuluttajien vuorovaikutukseen). Jotkin rakennuttajat, kuten YIT, ovat kehittäneet ja testanneet suunnittelukonsepteja, jotka nojaavat näihin uusiin suunnittelukäytänteisiin. Tällaiset konseptit ovat tuoneet mukaan uusia piirteitä mm. asukkaiden vaikutukseen alueiden temaattisessa suunnittelussa ja palveluiden kehittämisessä. Havaintojemme mukaan vallitsevat myytit tulevaisuuden asukkaasta eivät kuitenkaan välttämättä tue tämänsuuntaista kehitystä.

Jotta asumisen monipuolistaminen ja tarvelähtöinen kehittäminen voisivat kehittyä, pitäisi muodostaa uudenlainen käsitys asukkaista kuntalaisina, kuluttajina ja käyttäjinä. Kun käyttäjätiedon arvo tunnustetaan suunnittelun eri vaiheissa ja ihmisten rooli nähdään niin poliittisena toimijana, asunnon ostajana kuin asunnossa asuvana asukkaana, voidaan nähdä ihmisten jokaisessa roolissaan antaman tiedon olevan arvokasta. Osallistumista haittaavien myyttien sivuttaminen tai kaataminen onnistuu tunnistamalla kaikkien toimijoiden yhdenvertaisuus ja luopumalla tiedon ja vallan luokitte- lusta. Eri toimijat voivat tuoda esille erilaisia, omiin kokemuksiin perustuvia näkemyksiä, joita voidaan sovitella yhteen erilaisin tavoin. Keskeistä on ymmärtää, että mitä varhaisemmin osallistetaan ja vaikutetaan, sitä vahvemmin saadaan hyväksyntää ja voidaan löytää yhteisiä lähtökohtia suunnitteluun. Vaikka maankäyttö ja asumisen suunnittelu on ja tulee olemaan aina kiistanalaista, ei se tarkoita, että osallistamista olisi mahdotonta toteuttaa. Jos vanhat myytit halutaan kumota, voidaan kielteiset myytit osallistamisesta korvata myönteisillä. Iskulauseena voisi olla vaikka osallistamalla lisää arvoa suunnitteluun!

Osallistumisen työkaluja, teknisiä innovaatioita, informaatio- ja kommunikaatioteknologian välineitä on jo olemassa, mutta niiden käyttöönotto vaatii opettelua ja kehittämistä. Tarvitaan myös uusia toimintatapoja ja ajattelumalleja sekä vaivannäköä. Yhtenä esimerkkinä myyttien tunnistamisessa ja purkamisessa on Kuluttajatutkimuskeskuksessa pitkäjänteisesti kehitetty työpajatoiminta. Syksyllä 2008 tarkoituksenamme on järjestää tulevaisuuden asumiskonseptien hyväksyttävyydestä ryhmäkeskusteluja kuluttajille. Tavoitteenamme on tunnistaa ja kartoittaa kuluttajien myönteisten ajatusten esille tuomisen mahdollisuuksia asumisen suunnitteluun ja samalla romuttaa sellaisia myyttejä joille (aiempi ja tuleva) aineistomme ei anna tukea. Osallistuvassa työpajassa voidaan testata mitkä myyttisistä olettamuksista pitävät todella paikkansa ja onko vastaavasti kuluttajilla myyttisiä käsityksiä suunnittelijoista ja rakentajista. Tämä on pieni, mutta konkreettinen keino pyrkiä muuttamaan asumisen mikroilmastoa.

LÄHTEET

- Barthes R (1986) *Mythologies*. Paladin Grafton Books. London.
- Bauer M, Gaskell G (eds.) (2002) *Biotechnology. The Making of a Global Controversy*. Cambridge University Press and Science Museum. London.
- DiMaggio P, Powell W (1991) Introduction. Teoksessa: *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Toim. W W. Powell, P. J. DiMaggio, 1-38. University of Chicago Press. Chicago.
- Heiskanen E, Järvelä K, Pulliainen A., Saastamoinen M, Timonen P (2006) *Kuluttajat äänessä! Kokemuksia ryhmäkeskustelusta Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnassa*. Saatavana verkossa http://www.ncrc.fi/files/4789/vuosikirja2005_kokemuksia_ryhmaakeskustelusta.pdf. (31.03.2008)
- Horelli L, Kukkonen H (2002) Osallistuminen, ympäristö, vuoropuhelu. Teoksessa: *Osalliset ja osajat. Kansalaiset kaupungin suunnittelussa*. Toim. P Bäcklund, J Häkli, H Schulmann, 243-259. Gaudeamus. Helsinki.
- Hukkinen J (1999) *Institutions in Environmental Management. Constructing Mental Models and Sustainability*. Routledge. London.
- Junto A (2007) *Suomalaisten asumistoiheet ja mahdollisuudet*. Tulot ja kulutus 2007. Tilastokeskus. Helsinki.
- Kuparinen R (2005) *Ei meidän naapuriin. Taupaustutkimus asukasyhteisön suhtautumisen kehitysvammaisten asuntolan rakentamiseen*. Kehitysvammaliiton Kotu-tutkimuksia 3/2005. Helsinki.
- Laakso S, Loikkanen H (2004) *Kaupunkitalous: johdatus kaupungistumiseen, kaupunkien maankäyttöön sekä yritysten ja kotitalouksien sijoittumiseen*. Gaudeamus. Helsinki.
- Laine M, Niska A (2006) *Arabianrannan uusloft*. Teoksessa: Kvartti, 44-55. Helsingin kaupungin tietokeskuksen neljännesvuosijulkaisuja 3/2006. Helsinki.
- Lapintie K (2001) Suunnitteluargumentaation analyysi ja arviointi. Esimerkkinä eheyttävän suunnittelun tutkimushanke. *Yhdyskuntasuunnittelu*.39 (1) 4-25.
- Lévi-Strauss C (1995) *Myth and Meaning. Cracking the Code of Culture*. Schocken Books. New York.
- Lukensmeyer, CJ, Brigham, S (2002) Taking democracy to scale: creating a town hall meeting for the twenty first century. *National Civic Review* 91(4) 351-366.
- Marris C (2001) Public Views on GMOs: Deconstructing the Myths. *EMBO Reports* 2 (7) 545-548.
- Mumford L (1970) *The Myth of the Machine: 2. The Pentagon of Power*. Harcourt Brace Jovano-vich. New York.
- Mumford L (1967) *The Myth of the Machine: 1. Technics and Human Development*. Harcourt, Brace & World. New York.
- Myrén, K (2006) *Vuokra-asuntojen hakijatilanne pääkaupunkiseudulla*. Suomen ympäristö 32. Helsinki.
- Mäntysalo R (2007) Yhdyskuntasuunnittelun teorioiden kehitys osallistumisen näkökulmasta. Teoksessa: *Prospectus. Kirjoituksia kaupungista ja suunnittelusta*. Toim. M Ilmonen, P Lehtovuori, T Pakarinen, 69-108. Teknillinen korkeakoulu, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 63, Espoo.

- Nylander O (2007) Bostadens typologi. Teoksessa: *Prospectus. Kirjoituksia kaupungista ja suunnittelusta*. Toim. M Ilmonen, P Lehtovuori, T Pakarinen, . Teknillinen korkeakoulu, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 63, Espoo.
- Pantzar M (2000) *Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä*. Otava. Helsinki.
- Puustinen S (2006) *Suomalainen kaavoittajaprofessio ja suunnittelun kommunikatiivinen käänne. Vuorovaikutukseen liittyvät ongelmat ja mahdollisuudet suurten kaupunkien kaavoittajien näkökulmasta*. Teknillinen korkeakoulu, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja A 34. Espoo.
- Raijas A (2008) *Arjen hyvinvointi ja mahdollisuudet sen mittaamiseen*. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmää 110/2008. Helsinki.
- Rip A, Joly PB, Marris C (2004) *Interactive Technology Assessment in the Real World. Dual Dynamics in an iTA Exercise on Genetically Modified Vines at the French Institute for Agronomic Research*. Paper presented at the 4S & EASST Conference “Public Proofs. Science, Technology and Democracy”, Paris, 25-28 August 2004.
- Rip A, Most F V d, Smith WA (2000) *Hybrid Forums and Public Decisions in the Management of BSE; Conceptualizations (Theory) and Empirical approaches/Tools*. Internal paper for the EU funded project BASES. University of Twente. Enschede.
- Scott R (1995) *Institutions and Organisations*. Sage. Thousand Oaks.
- Staffans A (2004) *Vaikuttavat asukkaat. Vuorovaikutus ja paikallinen tieto kaupunkisuunnittelun haasteina*. Teknillinen korkeakoulu, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja A 29. Espoo.
- Tarasti E (1992) *Johdatus semiotiikkaan. Esseitä taiteen ja kulttuurin merkkijärjestelmästä*. Gau-deamus. Helsinki.
- Taylor N (1998) *Urban planning theory since 1945*. Sage publications. London.
- Tiuri U (1998) Avoin rakentaminen – Asuntoja todellisille asukkaille. *Arkkitehti* (3) 18-23.
- Tulkki K, Vehmas A (2007) *Osallistuminen yleis- ja asemakaavoituksessa*. Ympäristöhallinnon ohjeita 1/2007. Ympäristöministeriö. Helsinki.
- Väliniemi J, Rask M, Timonen P(2008). *Asumisen tarjontakatsaus. – Konseptitarkastelu kuluttajien valinta- ja vaikutusmahdollisuuksista pääkaupunkiseudun asuntotuotannossa*. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 3/2008. Helsinki.
- VVO tiedote (2008) Taloudellinen kehitys jatkuu myönteisenä. Lehdistö tiedote 5.3.2008. Saatavana <http://www.vvo.fi/ajankohtaista/2377.html> (Luettu 23.03.2008)
- Yli-Pelkonen V, Kohl J (2005) The Role of Local Ecological Knowledge in Sustainable Urban Planning: Perspectives from Finland. *Sustainability: Science, Practice and Policy* 1 (1) 3-14.