



Turun yliopisto
University of Turku

KULTIVOIVA SOSIAALISUUS

Tutkimus yhdessäolon vaikutuksista suomalaisten kulttuurin kuluttamisen muotoihin

Taloussosiologian pro gradu
-tutkielma

Laatija:
Rami Simelius

Ohjaajat:
VTT Pekka Räsänen
VTT Outi Sarpila

17.11.2016
Turku

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Sosiaalitieteiden laitos / yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

SIMELIUS, RAMI:

Kultivoiva sosiaalisuus. Tutkimus yhdessäolon vaikutuksista suomalaisten kulttuurin kuluttamisen muotoihin.

Pro gradu -tutkielma, 59 s.+ 1 liites.

Taloussosiologia

Marraskuu 2016

Tässä pro gradu -tutkielmassa tutkitaan henkilön sosiaalisuuden vaikutusta eri kulttuuritapahtumissa käymisen laajuuteen ja aktiivisuuteen Suomessa. Tunnetuimmissa kulttuurinsosiologisissa tutkimuksissa on tarkasteltu sosioekonomisia eroja kulttuurimaussa. Vastaavasti henkilön sosiaalisten suhteiden yhteyttä kulttuurimakuun on tutkittu niin sosiaalisen pääoman kuin sosiaalisten verkostojenkin kautta. Näissä näkökulmissa ei kuitenkaan ole kiinnitetty huomiota kulttuuritapahtumissa käymisen sattumanvaraiseen ja kontekstisidonnaiseen luonteeseen. Sosiaalisen pääomaan sisältyvät oletukset sosiaalisten suhteiden vastavuoroisuudesta ja luottamuksesta sekä sosiaalisten verkostojen alati muuttuva luonne johtavat siihen, että kyseiset käsitteet eivät välttämättä ole hyviä kulttuuritapahtumissa käymistä selittäviä tekijöitä. Tässä tutkimuksessa ehdotetaan parempaa käsitteellisenä työkaluna sosiaalisuuden käsitettä, joka on sosiaalista pääomaa vapaampi sisällöllisistä rajoituksista, mutta sosiaalisia verkostoja pysyvämpi ilmiönä.

Tutkimuksessa haetaan vastauksia suomalaisten kulttuuritapahtumissa käymisen saamiin muotoihin sekä siihen, miten sosiaalinen kanssakäyminen selittää niitä. Tätä yhteyttä tutkitaan myös sosioekonomisten ja demografisten tekijöiden kautta. Aineistona tutkimuksessa käytetään Tilastokeskuksessa kerättyä Ajankäyttötutkimusta vuodelta 2009–2010. Aineiston kyselyhaastatteluosion avulla selvitetään, millaisia erilaisia profiileja aineistosta löytyy eri kulttuurimuotoihin osallistumisen ja käymisaktiivisuuden perusteella. Henkilön sosiaalisuutta sen sijaan tulkitaan oman kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin käytetyn ajan kautta. Analyysimenetelminä tutkimuksessa käytetään latenttien luokkien analyysiä sekä moniluokkaista logistista regressioanalyysiä.

Tutkimustuloksissa havaitaan, että suomalaiset voidaan jakaa viiteen luokkaan kulttuuritapahtumissa käymisen perusteella: passiivisiin kulttuuriharrastajiin, dissonantteihin kulttuuriharrastajiin, korkeakulttuurin harrastajiin, populaarikulttuurin harrastajiin ja ahnaisiin kulttuuriharrastajiin. Sosiaalisuuden osalta havaitaan, että kulttuuripassiiviset käyttävät keskimäärin vähemmän aikaa oman kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin, kun taas ahnaat kulttuuriharrastajat käyttävät keskimäärin enemmän, eikä tämä yhteys vaihtele taustamuuttujien kautta tarkasteltuna. Tuloksissa havaitaan myös, että sosiaalisuus kasvattaa todennäköisyyttä kuluttaa ylipäänsä kulttuuria. Tulosten perusteella kulttuuritapahtumissa käymisen tutkiminen henkilön sosiaalisuuden kautta on perusteltua ja jatkoa ajatellen on syytä kiinnittää huomiota elämäntyyliin, kansallisiin ominaispiirteisiin ja eroihin sekä kulttuuripääoman ja sosiaalisuuden mittaamistapoihin.

Asiasanat

sosiaalisuus, kulttuuritapahtumat, ajankäyttö, kvantitatiivinen tutkimus

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO.....	7
2	TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA.....	10
2.1	Kulttuurin kuluttamisen kasautuminen	10
2.1.1	Korkeakulttuuri ja populaarikulttuuri	10
2.1.2	Kulttuurin kuluttamisen kaikkiruokaisuus.....	11
2.1.3	Viimeaikaisia näkökulmia kulttuurin kulutuksen kasautumiseen ...	13
2.2	Sosiaaliset suhteet ja kulttuurin kulutus.....	15
2.2.1	Sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kulutuksen historiallista taustaa	15
2.2.2	Sosiaaliset suhteet ja kulttuurin kulutus pääoman muotoina.....	16
2.2.3	Sosiaaliset verkostot ja kulttuurin kulutus	19
2.2.4	Sosiaalisuus ja kulttuuritapahtumissa käyminen	24
3	TUTKIMUSASETELMA	26
3.1	Tutkimusongelma.....	26
3.2	Tutkielman aineisto.....	27
3.3	Tutkielmassa käytettävät muuttajat.....	28
3.3.1	Kulttuurin kuluttaminen.....	28
3.3.2	Sosiaalisuus ja sosiaalinen kanssakäyminen.....	29
3.3.3	Demografiset ja sosioekonomiset taustamuuttajat	31
3.4	Tutkielmassa käytettävät menetelmät	32
3.4.1	Latenttien luokkien analyysi.....	33
3.4.2	Moniluokkainen logistinen regressioanalyysi	34
3.5	Tutkielman luotettavuus, uskottavuus ja eettisyys.....	34
3.6	Mallinnusstrategiasta.....	36
4	TUTKIMUSTULOKSET	38
4.1	Kulttuurin kuluttamisen muodot	38
4.2	Sosiaalisen kanssakäymisen vaikutus kulttuurin kuluttamisen tapoihin.....	44
5	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	53
5.1	Tulosten yhteenveto	53
5.2	Johtopäätökset.....	54
	LÄHTEET.....	59
	LIITTEET	66

Liite 1 Kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin käytetyn ajan sekä muiden selittävien muuttujien väliset yhteydet (keskiarvot tai korrelaatiokertoimet).....	66
---	----

Kuviot

Kuvio 1	<i>Sosiaalisuuden vaikutus ennustettuihin todennäköisyyksiin kuulua kuhunkin kulttuurin kuluttajan luokkaan.</i>	51
---------	--	----

Taulukot

Taulukko 1	Pääasiallisen selittävän muuttujan sekä taustamuuttujien tunnusluvut (N=4239).	32
Taulukko 2	Erilaisiin kulttuurimuotoihin osallistuminen viimeisten 12 kuukauden aikana.....	38
Taulukko 3	Eri latenttien luokkien mallien aineistoon sopivuutta kuvaavat tunnusluvut.	39
Taulukko 4	Latentin muuttujan luokkien suhteelliset koot sekä eri kulttuuriosallistumisen muotojen ehdolliset todennäköisyydet viiden luokan mallissa.	40
Taulukko 5	Kulttuurin kuluttamisen luokkien sekä selittävien muuttujien väliset yhteydet (keskiarvot, frekvenssit ja prosenttiosuudet).	44
Taulukko 6	Kotitalouden ulkopuolisten sosiaalisten suhteiden sekä kontrollimuuttujien yhteydet kulttuurin kuluttamisen luokkiin. Marginaaliefektit ja niiden vaihteluvälit. N=4239.	47

1 JOHDANTO

Kulttuurin kuluttamista koskevissa sosiologisissa tutkimuksissa on usein esitetty, että kulttuurin kuluttaminen on vahvasti liitoksissa yksilön sosioekonomisiin taustatekijöihin, kuten yhteiskuntaluokkaan tai koulutukseen. Bourdieun (1984) sekä Gansin (1974) havainnot alempien ja ylempien yhteiskuntaluokkien toisistaan poikkeavista kulttuurimakuprofiileista ovat olleet hallitseva teoreettinen lähtökohta monille kulttuurin kuluttamista koskeville tutkimuksille viime vuosikymmeninä (esim. DiMaggio & Useem 1978; Peterson & Kern 1996; Bennett, Silva, Warde, Gayo-Cal & Wright 2009; Purhonen & työryhmä 2014). Sosioekonomisia eroja kulttuurin kulutuksessa painottavissa näkökulmissa voidaan kuitenkin nähdä piilevän sosiologisen determinismin riski (ks. esim. Hanquinet 2013). Tämä tarkoittaa, että kaikki korkeasti koulutetut eivät ole korkeakulttuurin harrastajia, eivätkä kaikki työväenluokkaiset henkilöt välttämättä jättäydy kulttuuriharrastusten ulkopuolelle. Tarve tarkastella kulttuurin kuluttamiseen vaikuttavia tekijöitä pelkkiä sosioekonomisia tekijöitä monipuolisemmin sekä täsmällisemmin on siis olemassa.

Yleisimmin kulttuurin kuluttamista on tutkimuksissa mitattu kulttuurimaun kautta. Kulttuurinsosiologisessa tutkimuskirjallisuudessa on myös usein samaistettu kulttuurimaku sekä kulttuuriosallistuminen kulttuuripääoman mittarina (ks. esim. Yaish & Katz-Gerro 2012, 170–171), vaikka nykyään tutkijoiden keskuudessa vallitsee laaja yksimielisyys siitä, että maku ja osallistuminen ovat eri kulttuuristen käytäntöjen ulottuvuuksia ja ne mittaavat eri asioita; kulttuurinen osallistuminen on toisaalta kulttuuripääomaan sekä yksilön statuksen julkiseen esittämiseen liittyvää, mutta toisaalta myös yksilöiden vapaa-ajanviettopoihin ja harrastuksiin liittyvää toimintaa (Purhonen & työryhmä 2014, 249–251). Kulttuuritapahtumissa käymisen tutkiminen saattaa edellyttää hieman toisenlaisia teoreettisia työkaluja kuin kulttuurimaun tutkiminen, vaikka kulttuurin kulutuksen tutkimuserinteessä näiden välillä ei aina olekaan suurta eroa tehty.

Kodin ulkopuolelle suuntautuvassa kulttuurin kuluttamisessa ja kulttuuritapahtumissa käymisessä on nähtävissä ”kevyempiä” motiiveja kuin se, että kyseinen toiminta olisi aina seurausta kulttuurimausta. Kulttuuritapahtumissa käyminen liittyy kiinteästi sosioekonomisten ja demografisten tekijöiden sekä tapojen ja tottumusten ohella erilaisten arjessa ilmenevien sosiaalisten suhteiden vahvistamiseen sekä niiden ylläpitämiseen ja muotoutumiseen: työpaikan kahvihuoneessa keskustellaan uudesta Bond-elokuvasta, mikä herättää sinunkin kiinnostuksesi, lomamatkalla puolisosi ehdottaa käymistä kuuluisassa taidenäyttelyssä, haluat nähdä lapsesi teatteriryhmän esityksen tai menet kavereidesi seurassa katsomaan konserttia, josta et välttämättä itse edes hirveästi välitä. Edellä kuvatut esimerkit ovat todennäköisesti hyvin tyyppillisiä tilanteita monen elämässä. Kulttuuritapahtumissa käyminen ei siis välttämättä ole seurausta kulttuurimausta, vaan taustalla voivat olla erilaiset sosiaaliset kontekstit (Lahire 2008).

Yksilön sosiaalisten ominaisuuksien käyttäminen kulttuurin kuluttamisen tutkimuksessa ei kuitenkaan ole ollut erityisen epätavallista. Paul DiMaggio (1987) osoittaa kattavasti, kuinka kulttuurimakua käytetään erilaisissa vuorovaikutustilanteissa, ja kuinka kulttuurimaun avulla luodaan sosiaalisia verkostoja, mutta samalla hän kiinnittää huomiota myös siihen, kuinka maun sosiaalinen käyttö on erilaista eri yhteiskuntaluokissa. Sitten sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kuluttamisen välinen tutkimus on jakautunut pääosin kahteen haaraan: sosiaalista pääomaa (esim. Putnam 2000; Warde & Tambolon 2002) tai sosiaalisia verkostoja (esim. Erickson 1996; Lizardo 2006; Schultz & Breiger 2010) korostaviin näkökulmiin. Yhteistä näissä näkökulmissa on se, että toisilla ihmisillä on tärkeä rooli yksilöiden kulttuurin kuluttamisessa. DiMaggio (1987, 444) selittääkin tätä siten, että työnjaon ja kontaktien määrän kasvaessa (kulttuurisista) symboleista tulee tärkeitä sosiaalisen elämän ylläpitäjiä.

Sosiaalisen pääoman tai sosiaalisten verkostojen näkökulmat kulttuurin kuluttamiseen ovat kuitenkin sekä analyttisesti että empiirisesti rajoittuneita, kun halutaan tarkastella kulttuuritapahtumissa käymistä. Sosiaalisen pääoman käsitteeseen liittyvät sitovat ennako-oletukset yksilöiden välisistä suhteista sekä sosiaalisten verkostojen alati muuttuva koostumus johtavat siihen, että niiden avulla ei ole järkevää tutkia kulttuuritapahtumissa käymistä sen (osittain) kontingentin luonteen takia. Kulttuuritapahtumissa käyminen voi olla arkinen ja satunnainen tapahtuma, jolloin siinä tuskin on kyse yksilöiden välisistä luottamus- tai vastavuoroisuussuhteista, mutta kuitenkin jostain pysyvämmästä ilmiöstä kuin sosiaalisten verkostojen vaikutuksesta. Sosiaalista pääomaa tai sosiaalisia verkostoja koskevat tutkimukset tarkastelevat myös usein kyseisten tekijöiden vaikutusta kulttuurimakuun, jolloin tutkimusten ulkopuolelle jäävät vähän sosiaalisia suhteita omaavat ihmiset sekä henkilöt, joita kulttuuritapahtumissa käyminen ei kosketa lainkaan.

Tässä tutkimuksessa tutkin yksilöiden ajankäyttöä tarkastelemalla, voisiko henkilön *sosiaalisuus* ja taipumus harrastaa *sosiaalista kanssakäymistä* selittää paremmin kulttuurin kuluttamista kulttuuritapahtumissa käymisenä kuin henkilön sosiaalinen pääoma tai sosiaaliset verkostot. Tarkoitukseni on tarkastella, miten suomalaisten kulttuurin kulutus kasautuu eri kulttuurimuotojen ja harrastusaktiivisuuden yhdistelminä ja tulkita tätä henkilön sosiaalisuuden kautta. Samalla olen kuitenkin kiinnostunut henkilön sosioekonomisista sekä demografisista tekijöistä, koska niiden kautta on mahdollista selvittää, onko sosiaalisuuden ja kulttuurin kuluttamisen välinen mahdollinen yhteys selvitettävissä niiden kautta sekä onko sosiaalisuuden vaikutus kulttuurin kuluttamiseen eri ihmisillä erilaista. Tutkimukseni yhtenä tarkoituksena onkin analyttisessä mielessä tarjota uudenlainen työkalu kulttuurin kulutuksen ja sosiaalisten suhteiden väliseen tarkasteluun ja empiirisessä mielessä luoda pohjaa suomalaisten kulttuurin kuluttamisen syvällisemmälle tutkimukselle sosiaalisten suhteiden huomioon ottamisen avulla.

Tutkimukseni etenee siten, että seuraavaksi esittelen tutkimuksen teoreettisen viitekehysten, eli kulttuurin kuluttamisen kasautumista sekä sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin

kuluttamisen välistä yhteyttä käsittelevät keskeiset tutkimukset. Tämän jälkeen siirryn tutkielmani empiiriseen osaan asettamalla ensin tutkimuskysymykset edeltävään teoreettiseen viitekehykseen pohjautuen sekä esittelen lyhyesti tutkielmani pääaineistona toimivan Ajankäyttötutkimus 2009–2010:n ja perustelen valittujen muuttujien valintaa. Tutkimusasetelmaosan lopussa esittelen tutkimuksessa käytettävät tilastolliset analyysimenetelmät, eli latenttien luokkien analyysin sekä moniluokkaisen logistisen regressioanalyysin, ja tarkastelen valittua tutkimusasetelmaa kriittisesti ja perustelen valitun tilastollisen mallinnusstrategian. Tämän jälkeen raportoin tutkimustulokset. Lopuksi teen keskeisistä tutkimustuloksista yhteenvedon sekä pohdin niitä kriittisesti aiempiin tutkimuksiin nähdessä ja esitän mahdollisia näkökulmia jatkotutkimuksia ajatellen.

2 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA

2.1 Kulttuurin kuluttamisen kasautuminen

2.1.1 Korkeakulttuuri ja populaarikulttuuri

Kulttuurin kuluttamista koskevissa tutkimuksissa kenties eniten havaittu ja keskeisin kulttuuristen käytäntöjen kasautumisen tapa on jakaantuminen ns. korkeakulttuuriin (engl. *highbrow*) ja matalaan tai populaariin (engl. *lowbrow/popular*) kulttuuriin. Korkeakulttuurin sisältö on aikojen saatossa vaihdellut suuresti, mutta yleisesti ottaen korkeakulttuuri on sitä, mitä pidetään arvostettavana ja parempana ja josta pitäminen on osoitus sivistyksestä ja korkeasta moraalista (Purhonen & työryhmä 2014, 23). Vastaavasti populaarikulttuurin kuluttamisessa on kyse pinnallisesta hedonistisesta suhtautumisesta kulttuuriin, jossa hauskanpito sekä mielihyvä ovat ensisijaisia syitä harrastaa kulttuuria (Lizardo 2006, 782). Termiparille on olemassa myös monia vastineita (esim. eliittikulttuuri–massakulttuuri, taide–viihde), mutta kaikille yhteistä on vastaavanlaisten erontekojen löytyminen melkein kaikista länsimaista (Katz-Gerro 2002, 217–218).

Tutkimuskirjallisuudessa korkeakulttuurista ja populaarikulttuurista makua on yleensä tarkasteltu suhteessa yhteiskuntaluokkaan, sosioekonomiseen asemaan, ikään ja muihin rakenteellisiin tai demografisiin tekijöihin. Teoriaperinteissä on kuitenkin vahvoja alueellisia eroja, sillä eurooppalainen tutkimus pohjautuu enimmäkseen Pierre Bourdieun vuoden 1979 teokseen *La Distinction*, kun taas amerikkalaisessa tutkimuksessa on hyödynnetty Herbert Gansin teosta *Popular Culture and High Culture* (1974). Eroavaisuuksista huolimatta teoksia yhdistää ajatus siitä, että korkeakulttuurisen maun ja populaarikulttuurisen maun omaavat ihmiset ovat yhteiskunnallisesti eri asemassa, ja että yhteiskunnallinen asema ennustaa vahvasti kulttuurin kuluttamista.

Bourdieuun teoksen yksi keskeinen pääajatus on, että kulttuurin eri kenttien (esim. kirjallisuuden, musiikin ja elokuvan) ja yhteiskuntaluokkien välillä vallitsee rakenteellinen vastaavuussuhde. Tämä ns. homologisuus tarkoittaa, että korkeakulttuuria kuluttavat henkilöt kuuluvat ylempiin yhteiskuntaluokkiin, kun taas populaari- ja massakulttuuria kuluttavat henkilöt kuuluvat alempiin. Kulttuurimaku ei kuitenkaan ole ihmisen viaton ominaisuus, vaan kulttuurituotteiden avulla käydään Bourdieun mukaan myös taistelua yhteiskunnallisesta asemasta ja vallasta, sillä ylempät yhteiskuntaluokat pyrkivät legitimoidaan kuluttamiaan kulttuurituotteita korkeakulttuurisiksi, ja keskiluokan rooliksi jää jäljitellä tätä makua. Kulttuurimaun avulla voidaan siten Bourdieun mukaan tehdä erontekoja toisiin ihmisiin. (Bourdieu 1984.)

Gansin (1974) mukaan yhteiskunta on jakautunut arvostuksen mukaan erilaisiin statusryhmiin sekä mm. sosioekonomisesta asemasta, yhteiskuntaluokasta, iästä ja sukupuolvesta kumpuaviin makukulttuureihin. Eri statusryhmillä on erilaiset makukulttuurit mutta makukulttuurit sekä niiden keskinäiset voimasuhteet ovat muutoksessa jatkuvasti, ja mm. nuorison populaarikulttuuria hän piti määrällisesti nousevana makukulttuurina. Korkeakulttuuri on Gansille (Emt., 75) muista makukulttuureista poikkeava siinä mielessä, että sitä hallitsevat sen tekijät, eikä yläluokka, mikä erottaa hänet Bourdieusta. Bourdieusta hänet erottaa myös ajatus makukulttuureista ”osittaiskulttuureina”, sillä hänen mukaansa makukulttuurit eivät vastaa suurimmalle osalle ihmisistä kokonaiselämäntapaa, vaan ne koskevat vain osaa elämästä (Emt., 13). Yleisesti ottaen Gansin näkemystä kulttuuri- mausta voidaan pitää Bourdieuta kulttuurirelativistisempänä, sillä hän ei näe kulttuurimakkujen omaksumista vain pelkkänä statuskamppailuna (Liikkanen 2009, 167.)

2.1.2 Kulttuurin kuluttamisen kaikkiruokaisuus

Jo ennen Herbert Gansin tutkimuksia Yhdysvalloissa oli havaittu, että yhdysvaltalaiset korkeasti koulutetut ihmiset eivät inhonneet populaari- tai massakulttuuria, vaan jopa pitivät siitä jossain määrin (esim. Wilensky 1964). 1990-luvulle tultaessa Richard A. Peterson päätyi useiden kvantitatiivisten tutkimustensa (mm. Peterson & Simkus 1992; Peterson & Kern 1996) pohjalta väittämään, että korkeassa sosiaalisessa asemassa olevien ihmisten musiikkimieltymykset olivat muuttuneet siten, että se ei ollut enää poissulkevaa ja valikoivaa, vaan sen sijaan eri elementtejä itseensä sisällyttävää. Tämä tarkoittaa, että ylempien sosiaaliryhmien edustajat pitävät sekä korkeakulttuurisesta musiikista että populaarimusiikista, kun taas alempien sosiaaliryhmien maku on rajoittunut pelkästään kapeaan osaan populaarikulttuuria. Tämä teesi kulttuurisesta kaikkiruokaisuudesta (engl. *omnivorousness*) voidaan siten tulkita Bourdieun maun ja sosiaalisen aseman homologia-mallin kritiikkinä, koska se olettaa korkeakulttuurisen ja populaarikulttuurisen maun sulkevan toisensa pois. Korkean ja matalan kulttuurin välistä eroa Peterson ei kuitenkaan kyseenalaista, vaan haluaa osoittaa, kuinka yhteiskunnalliset jakolinjat kulkevat kaikkiruokaisten ja yksipuolisten välillä ns. eliitin ja massan sijaan.

Keskeistä kulttuurisen kaikkiruokaisuuden teesissä on siirtymä pois kulttuurisesta snobismista kohti kaikkiruokaisuutta sosiaalisen statuksen merkkinä. Peterson ja Kern (1996) toteavat tämän muutoksen takana olevan mm. elin- ja koulutustason nousun ja sosiaalisen liikkuvuuden, uudenlaisten arvojen (esim. suvaitsevaisuuden) lisääntymisen sekä taidekentän moninaistumisen. Petersonin ja Kernin mukaan myös globalisaatio edellyttää ja edistää kaikkiruokaisuuden leviämistä, sillä globalisoitunut työ edesauttaa uusiin kulttuureihin tutustumista laajojen kontaktien kautta. Peterson on kuitenkin myöhemmin todennut, että vaikka kulttuurisen kaikkiruokaisuuden teesiä tukevia tutkimustuloksia on saatu

ympäri maailmaa, on tutkimustulosten vertailu vaikeaa tutkimusten käsitteiden, mittaus-
tapojen ja menetelmien poikkeavuuksien takia, jolloin erot kulttuurisesti kaikkiruokaisten
määrässä voivat kertoa ennemmin niistä kuin havainnoitavan maailman muutoksista (Pe-
terson 2005).

Kulttuurista kaikkiruokaisuutta tukevien tutkimustulosten lisäksi huomiota onkin kiin-
nitetty myös kaikkiruokaisuuden mittaamisen metodologisiin haasteisiin sekä kulttuuri-
tuotteiden ja genrejen laadullisiin eroihin. Yleensä kaikkiruokaisuutta on tutkittu analy-
soimalla pelkästään musiikkia (esim. Peterson & Simkus 1992; Peterson & Kern 1996)
ja sitä on mitattu vastaajan pitämien genrejen määrällä. Yksi tapa tutkia kaikkiruokai-
suutta tarkemmin on kuitenkin selvittää eri kulttuurimuotojen välisiä rajoja ja tarkastella
kaikkiruokaisuutta yhdistelmänä useita erilaisia kulttuuriskeemoja, kuten esim. korkea-
kulttuurin, populaarikulttuurin ja ns. kansankulttuurin yhdistelminä (van Eijck & Lievens
2008). Tämä tarkoittaa, että esimerkiksi vuosikertaviineistä ja ranskalaisen uuden aallon
elokuvista pitävää henkilöä tuskin voidaan pitää kaikkiruokaisena kulttuuriharrastajana,
sillä molemmat kulttuurimuodot todennäköisesti edustavat korkeakulttuuria, mutta vuo-
sikertaviinien ja *Uno Turhapuro* -elokuvien harrastajaa kenties voidaan pitää kaikkiru-
okaisena.

Keskustelua on myös käyty siitä, mitä kulttuurinen kaikkiruokaisuus merkitsee, onko
teesi haaste Bourdieun (1984) mallille ja onko yhteiskunnan eri kerrostumien maut lähellä
toisiaan. Peterson ja Kern (1996, 904) korostavat, ettei kaikkiruokainen henkilö pidä va-
likoimattomasti kaikesta, vaan kaikkiruokaisuus merkitsee avointa asennetta kaiken ar-
vostamiseksi. Pitämisen ohella onkin tärkeää tutkia myös sitä, mistä ei pidetä ja mitkä
genret tai kulttuurituotteet ovat arvostukseltaan epälegitiimejä ja toimivat eronteon me-
kanismeina. Kulttuurinen kaikkiruokaisuus ei siis välttämättä ole Bourdieun (1984) teo-
rian vastainen, vaan myös laajan kulttuurimaun omaavat ihmiset voivat käyttää kulttuuria
erottautuakseen toisista ihmisistä esim. hylkäämällä tietyt alempiluokkaisina pidetyt kult-
tuurimuodot kokonaan (ks. esim. Bryson 1996). Lizardo ja Skiles (2012) huomauttavat
myös, että kaikkiruokaisuus rationaaliseen valintaan pohjautuvana tietoisena strategiana
on naiivia ajattelua, ja sen sijaan kaikkiruokaisuus pitäisi nähdä koulutuksen myötä tule-
vana sosiokognitiivisena mekanismina, joka mahdollistaa legitiimin kulttuurin ulkopuo-
listen tuotteiden sulauttamisen omaan esteettiseen disposition skeemaan. Kaikkiruokainen
kulttuurimaku ei siis heidän mukaansa ole tietoinen strategia, vaan lähinnä seurausta kou-
lutuksen mahdollistamasta kyvystä arvostaa joitain epälegitiimejä kulttuurituotteita osana
omaa kulttuurimakua.

2.1.3 *Viimeaikaisia näkökulmia kulttuurin kulutuksen kasautumiseen*

Keskustelua kulttuurisesta kaikkiruokaisuudesta käydään edelleen ympäri maailmaa (ks. esim. Rossman & Peterson 2013), mutta edellä mainitut tutkimukselliset haasteet sekä kaikkiruokaisuus-teesin rajoitukset ovat johtaneet myös uudenlaisten kulttuurin kuluttamisen näkökulmien kehittämiseen, jotka pyrkivät analyttisesti täsmentämään kaikkiruokaisuutta koskevaa ilmiötä sekä tarkastelemaan sitä kriittisesti. Näiden taustalla on ollut pyrkimys laajentaa kulttuurin kuluttamisen tutkiminen kulttuurimaun lisäksi kulttuuritapahtumiin, tarkastella kaikkiruokaisten kulttuurin kuluttajien laadullisia eroja ja kiinnittää huomiota yksilöiden sisällä tapahtuviin eroihin kulttuurin kuluttamisessa. Olennaista seuraavaksi esiteltävissä tutkimuksissa on myös se, että niissä on yritetty käsitteellistää tarkemmin kulttuurin kuluttamisen kasautumisessa tapahtuneet muutokset kutsumalla löydettyjä makuprofiileja *ahnaiksi*, *avoimiksi* ja *ristiriitaisiksi* kulttuurin kuluttajiksi.

Ajatus ahnaasta kulttuurin kuluttajasta pohjautuu Oriel Sullivanin ja Tally Katz-Geron (2007) tutkimukseen, jossa heidän lähtökohtanaan on päivittää kaikkiruokaisuuden käsitettä selvittämällä *miten* ja *kuinka usein* ihmiset kuluttavat kulttuuria sekä kiinnittämällä huomiota ajan asettamiin rajoitteisiin osana kulttuuriharrastamista. Kirjoittajat löytävät tutkimuksessaan ns. ahnaan kulttuurin kuluttajan, jonka kulttuurimaku on laaja ja joka harrastaa aktiivisesti erilaisia kulttuurimuotoja. Tällaisella ahnaalla kulttuurin kuluttajalla on kaikkiruokaisen tapaan vahva liitos korkeaan ammatilliseen asemaan sekä korkeaan koulutukseen. Kuitenkin verrattuna kaikkiruokaisuuteen kulttuuriahnaudessa on heidän mukaansa enemmän kyse statuksesta ja sosiaalisten rajojen ylläpitämisestä vapaaajan kiireellisyyttä ja rahankäyttöä osoittamalla. Ylempiluokkaiset ovat siis voineet alkaa kuluttamaan kulttuurituotteita eri hierarkian tasoilta, mutta se on Sullivanin ja Katz-Geron mukaan luonteeltaan ulossulkevaa, eikä avointa, kuten Peterson ja Kern (1996) väittävät.

Vastaavasti kaikkiruokaisuuden on myös havaittu tutkimuksissa olevan liitoksissa avoimeen elämänasenteeseen, sillä modernissa yhteiskunnassa avoin suhtautuminen erilaisiin asioihin nähdään positiivisena ja sulkeutuneisuus negatiivisena. Koen van Eijck ja John Lievens (2008) selvittivät kaikkiruokaisten suhtautumista ja asenteita sosiaaliseen integraatioon ja havaitsivat, että kaikkiruokaiset ovat solidaarisia ja kiinnostuneita toisten hyvinvoinnista. Tätä tutkijat selittävät kiinnostavasti korkeasti koulutettujen kaikkiruokaisten kulttuurin kuluttajien sosiaalisten verkostojen suurella määrällä: laaja kulttuurimaku kasvattaa sosiaalisten suhteiden määrää, joka vuorostaan laajentaa kulttuurimakua. Täten tutkimus osoittaa, kuinka laaja kulttuurimaku on liitoksissa suurempaan kysymyksen koskien yhdessäoloa sekä yleisesti olemista osana modernia yhteiskuntaa.

Myös Michéle Ollivier (2008) näkee kulttuurimaun ja siihen liittyvien asenteiden olevan siirrettäviä ominaisuuksia, mutta hänen mukaansa kaikkiruokaiset eivät ole kaikki

samalla tavalla avoimia. Ollivier havaitsi tutkimuksessaan kaikkiruokaisten olevan avoimia neljällä eri tavalla. *Humanistisesti avoimet* ovat korkeasti koulutettuja, joiden mukaan kulttuuriin pääsee käsiksi kovan työn ja aktiivisen harrastamisen kautta. He eivät kuitenkaan pidä kaikesta kulttuurista, vaan oikeuttavat ”alempiarvoisista” kulttuurintuotteista pitämisensä ironialla ja leikittelevät perinteisillä rajoilla. *Populistisesti avoimet* sen sijaan hylkäävät kulttuurisen ulossulkemisen ja elitismin. *Käytännöllisesti avoimet* eivät välttämättä ole kiinnostuneita taiteesta, vaan itsensä kehittämistä, uteliaisuudesta ja halusta oppia ja ovat sosioekonomiselta asemaltaan usein työväenluokkaa tai keskiluokkaa. *Välinpitämättömästi avoimet* ovat avoimia kaikelle ja pitävät kaikesta, mutta eivät osoita kiinnostusta mihinkään eikä heillä ole suosikkeja missään genressä. Ollivierin tutkimus näyttää täten, kuinka kaikkiruokaisten kulttuurin kuluttajien avoimuus ei ole vain yhdenlaista, vaan se voi myös säilyttää kulttuurisen ulossulkemisen mekanismit tai olla luonteeltaan sisäsyntyistä ja satunnaista.

Teoreettisesti ja analyttisesti haastavamman kritiikin kulttuurin kuluttamisen kaikkiruokaisuudelle tarjoaa Bernard Lahire (2008), jonka mukaan kulttuurimaun tutkimuksessa huomion pitäisi siirtyä yhteiskuntaluokkien ja ryhmien välisistä eroista yksilöiden sisäiseen maun vaihteluun ja erilaisten kontekstien moninaisuuteen. Lahiren mukaan luokkanäkökulma on unohtanut sosiaalisten suhteiden moniulotteisuuden, sillä yksilöt vaihtelevat yhteisöstä toiseen ja eri yhteisöissä on erilaiset yhteenkuulumisen tavat. Samalla pitäisi Lahiren mukaan kiinnittää huomiota erilaisiin syihin kuluttaa kulttuuria: onko tarkoituksena esim. rentoutua, viettää aikaa kumppanin kanssa vai hakea älyllistä haastetta? Kritiikki kohdistuu siten myös Bourdieun (1984) malliin, sillä hänen mukaansa sosiaalisten kontekstien moninaisuus osoittaa, etteivät synnynnäinen johdonmukainen luokkamaku ja elämäntyyli ole yksilöillä läpi elämän hallitsevia. Lahiren mukaan sen sijaan tavanomaisempi makuprofiili on useiden sosialisatioprosessien synnyttämä eri legitimiuden asteita yhdistelevä epäjohdonmukainen maku, jota ilmenee kaikissa yhteiskuntaluokissa ja muissa sosiaalisissa ryhmissä. (Lahire 2008)

Lahiren kuvaaman kulttuurisen dissonanssin, eli ristiriitaisuuden, idea on keskeistä Petersonin esittämässä kulttuurisessa kaikkiruokaisuudessa, mutta erojakin hänen mukaansa on. Yksi keskeinen ero on tarkasteltavassa yksikössä, sillä Peterson kiinnittää huomionsa sosiaalisten ryhmien maun laajuuteen, kun taas Lahiren huomio on yksilöiden sisäisissä makuvaihtelussa ja maun (epä)johdonmukaisuudessa. Lahire kritisoi Petersonia myös pelkästään makupreferenssien tutkimisesta, sillä pelkkien makujen tutkiminen antaa hänen mukaansa yksipuolisen näkemyksen kuluttajasta. Lahire huomauttaakin, että monet toiminnat eivät ole valittuja, vaan ne voivat olla seurausta myös kompromissista partnerin tai ystävän kanssa, joissa toimija on vain mukana harrastamassa tai toiminto voi olla seurausta enemmän tavasta ja tottumuksesta kuin mausta. (Emt., 181–182.) Lahiren

näkemyks sosiaalisten kontekstien, erilaisten motiivien ja sattuman vaikutuksesta kulttuurin kuluttamiseen tarjoaakin tälle tutkimukselle tärkeän teoreettisen viitekehyksen ja lähtökohdan.

2.2 Sosiaaliset suhteet ja kulttuurin kulutus

2.2.1 Sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kulutuksen historiallista taustaa

Teollisena aikana syntyneet näkemykset ihmisten kontaktien määrän kasvusta ja sosiaalisten piirien moninaisuudesta (esim. Simmel 1955) muuttuivat toisen maailmansodan jälkeen, kun postmodernia ihmiskäsitystä kuvanneet suuntaukset kertoivat sen sijaan tarinaa yhtenäiskulttuurin muutoksesta ja sosiaalisen maailman pirstaloitumisesta. David Riesman kuvasi vuonna 1950 teoksessaan *Lonely Crowd* ihmisten jakautumista ns. sosiaaliluonteensa perusteella erilaisiin persoonallisuustyyppihin. Perinnesuuntautunut persoonallisuustyyppi arvostaa Riesmanin mukaan vuosisatoja vanhoja käyttäytymismalleja ja luottaa vahvasti perheeseen ja arvoihin, kun taas teollistumisen aikoihin syntynyt sisäänpäin suuntautunut persoonallisuustyyppi hylkäsi muiden asettamat arvot ja eli omien kokemustensa pohjalta yksilökeskeisesti (Riesman 2001, 11–16.) Vastaavasti uuden amerikkalaisen nuoren urbaanin keskiluokan ominaistyyppinä Riesman pitää toisiin suuntautunutta persoonallisuustyyppiä, jolle tärkeää on muilta ihmisiltä saatu tunnustus ja joka saavutti hiljalleen amerikkalaisessa yhteiskunnassa hegemonia-aseman (Emt., 19–24). Tämän taustalla on hänen mukaansa ihmisten riippuvuuden kasvu työskenneltäessä suurissa organisaatioissa ja toimihenkilöammateissa sekä samalla tarve osata havainnoida sosiaalista ympäristöä. Riesman kuvaa myös toisiin suuntautuneen persoonallisuustyyppin suhdetta kulttuurin kulutukseen siten, että musiikki itsessään ei ole kyseisen persoonallisuustyyppin henkilöille välttämättä kovin tärkeää, vaan sen tuoma sosiaalisuus ja ryhmän mukailu; omaehtoisilta vaikuttavat teot ovatkin toisten motivoimia ja esim. elokuvissa käydään, koska elokuvissa käyminen on odotettua käyttäytymistä toisiin suuntautuneen persoonallisuustyyppin henkilöiltä. (Emt., 155–158.)

Resonanssia niin Simmelin modernin ihmisen sosiaalisten ympyröiden määrää koskevan näkemyksen kuin Riesmanin eri persoonallisuustyyppien kanssa voidaan löytää myös suomalaisesta 1950-luvun nuorisoa koskevasta tutkimuksesta. Erik Allardt, Pentti Jartti, Faina Jyrkilä ja Yrjö Littunen tarkastelivat teoksessaan *Nuorison harrastukset ja yhteisön rakenne* (1958) suomalaisten nuorten sosiaalista osallistumista sekä kulttuuriharrastamista ja havaitsivat, että sosiaalinen osallistuminen on kasautuvaa ja että se korreloi positiivisesti kulttuuriharrastamisen aktiivisuuden kanssa. Tutkijat havaitsivat eroja myös

sukupuolten välillä, sillä pojat olivat tyttöjä aktiivisempia useimmissa vapaa-ajan harrastuksissa, kuten järjestöihin ja sakkeihin kuulumisessa, elokuvissa käymisessä ja urheilukilpailuihin osallistumisessa. Tämä selittyy heidän mukaansa erityisesti sillä, että nuorten miesten on helpompi irrottautua perheen ja lasten parista iltaisin ulos. Myös iän myötä tapahtuva aktiivisuuden väheneminen oli tutkimuksessa jyrkempää tyttöjen kuin poikien parissa. (Emt., 44–60.) Sosiaalisen osallistumisen ja kulttuuriharrastamisen aktiivisuuden ohella huomio kiinnittyy myös niihin, jotka ovat passiivisia kulttuuriharrastajia, ja joita voidaan pitää eristyneinä. Eristyneillä, eli pienryhmistä ja järjestöistä poissaolevilla nuorilla, on tutkijoiden mukaan niihin kuuluviin nähden suppeampi ystäväpiiri ja he ovat myös passiivisempia vapaa-ajan harrastajia. (Emt., 76–80.) Sosiaalisen osallistumisen ja muun harrastustoiminnan kasautumisen välinen positiivinen korrelaatio näkyy siten myös asteikon toisessa päässä.

2.2.2 *Sosiaaliset suhteet ja kulttuurin kulutus pääoman muotoina*

Edellä mainitun suomalaistutkijoiden havaitseman yhteyden sosiaalisen osallistumisen ja kulttuuriharrastamisen kasautumisen välillä voidaan nähdä asettuneen osaksi laajempaa sosiologista teoreettista ja analyttistä keskustelua vasta Bourdieun (1984; 1986) myötä. Bourdieun teosta *La Distinction* (1984) voidaan pitää siinä esitetyn homologisuusajatuksen ohella merkittävänä myös siksi, että se juurrutti yhteiskuntatieteelliseen keskusteluun kulttuurisen, sosiaalisen ja taloudellisen pääoman käsitteet, jotka kuvaavat sosiaalisen tilan rakentumista pääomien määrän ja suhteellisen painoarvon perusteella eri yhteiskuntaluokkiin. Taloudellinen pääoma koostuu Bourdieun mukaan toimijoiden aineellisista resursseista, kun taas sosiaalinen ja kulttuurinen pääoma ovat ns. symbolista pääomaa. Sosiaalinen pääoma koostuu Bourdieun mukaan toimijoiden sosiaalisista kontakteista erilaisiin epävirallisiin ja muodollisiin pääomien määrältään rikkaisiin ja vaikutusvaltaisten henkilöiden ryhmiin sekä toimijan taidoista käyttäen näitä kontakteja. (Emt.). Kulttuuripääoman Bourdieun sen sijaan jakaa kolmeen ulottuvuuteen: ruumiillistuneeseen, objektiivituneeseen ja institutionalisoituneeseen. *Ruumiillistunutta* kulttuuripääomaa ei Bourdieun mukaan saada hankittua suoraan taloudellisella pääomalla, vaan se ilmenee suoraan henkilöstä esim. puhe- tai pukeutumistapojen kautta. *Objektivoituneessa* muodossaan kulttuuripääoma koskee kaikkia materiaalisia esineitä ja kulttuurituotteita, joiden arvostaminen edellyttää ruumiillistunutta kulttuuripääomaa. *Institutionaalinen* kulttuuripääoma tarkoittaa pääoman tunnustamista erilaisten tutkintojen ja muiden yhteiskunnallisten meriittien avulla. (Bourdieu 1986.)

Bourdieun jälkeen niin kulttuurisen kuin sosiaalisenkin pääoman käsitettä on yritetty täsmentää ja tehdä mitattavaksi. Michèle Lamontin ja Annette Laurean (1988, 156) mukaan kulttuuripääomassa on kyse yleisesti jaetun korkean statuksen signaaleista, joita

käytetään toisten ihmisten sosiaaliseen ja kulttuuriseen ulossulkemiseen. Kulttuuripääoman sisältöä ei tämän määritelmän mukaan ole ennalta päätetty, vaan se voi vaihdella eri konteksteissa. Douglas Holt (1997) sen sijaan esittää, että kulttuuripääomalla on kahdella luonne: ensinnäkin sillä on abstrakti ja sisällöltään avoin yleismaailmallinen muoto, joka kehittyy sosiaalisen taustan, koulutuksen ja vertaiskanssakäymisen vaikutuksesta, ja toiseksi se saa konkreettisen muodon rajatussa sosiaalisessa kentässä, jotta se voi hyödyttää toimijaa. Esimerkiksi kaikkiruokainen kulttuurin kuluttaminenkin voi toimia kulttuuripääomana, mikäli se ymmärretään korkean statuksen signaaliksi ja siihen suuntautuvaa toimintaa voidaan havaita useilla eri kentillä.

Sosiaalisesta pääomasta tuli 1990-luvulla eräänlainen muotitermi ja sen avulla yritettiin myös tutkia kansalaisyhteiskunnan muutosta. James Coleman (1988) määritteli sosiaalisen pääoman sen funktion kautta, eli hän näki sen tuottavana resurssina, joka helpottaa toimijoiden intentionaalista toimintaa. Colemanin mukaan sosiaalinen pääoma koostuu vastavuoroisuuden velvoitteesta, informaation kulusta sosiaalisissa verkostoissa ja normeista, jotka mahdollistavat, etteivät yhteisön jäsenet riko sääntöjä. Myös Robert Putnam (2000) mukaan sosiaalinen pääoma koostuu sosiaalisista verkostoista, vastavuoroisuuden normeista ja luottamuksesta. Putnam laajensi teoksessaan *Bowling Alone* (2000) sosiaalisen pääoman käsitettä ja jakoi sen *yhdistävään* ja *sitovaan* ulottuvuuteensa: sitova sosiaalinen pääoma tarkoittaa Putnamin mukaan yksilöiden yhteenkuuluvuutta ja yhdistävä sosiaalinen pääoma eri yhteiskunnan ryhmiä ja yksilöitä yhdistäviä sosiaalisia suhteita ja verkostoja. Putnam näkikin Yhdysvaltojen kansanluonteen muuttuneen aktiivisesta osallistumisesta passiiviseksi sivustakatsomiseksi, ja selitti tätä erityisesti sukupuolvimuutoksella ja massaviihteen aiheuttamalla vapaa-ajan yksityistymisellä (Emt). Verrattuna Bourdieun näkemykseen Coleman ja Putnam ajattelevat sosiaalisessa pääomassa olevan enemmän kyse demokraattisen kansalaisyhteiskunnan toimimisesta ja julkishyödykkeestä kuin yksilöiden ominaisuuksista.

Bourdieu esitti esseessään *The Forms of Capital* (1986) myös mielenkiintoisen tavan, miten eri pääoman muodot on muunnettavissa toisiksi pääoman muodoiksi. Bourdieu käyttää esimerkkinä erityisesti taloudellisen pääoman vaihdettavuutta sosiaaliseksi ja kulttuuriseksi pääomaksi sosialisiaation avulla, jonka taas ylempien yhteiskuntaluokkien edustajat voivat osittain vaihtaa takaisin taloudelliseksi pääomaksi. Bourdieun mukaan pääomien vaihdantamekanismin taustalla onkin pääoman lisäämiseen ja sosiaalisen aseman säilyttämiseen tähtäävät strategiat (Emt.) Periaatteessa kaikki pääoman muodot ovat vaihdettavissa toisiksi, mutta Bourdieu keskittyi enimmäkseen tarkastelemaan, miten kulttuurinen ja sosiaalinen pääoma muuntuvat taloudelliseksi pääomaksi (Lizardo 2006, 780). On kuitenkin helppo kuvitella taustalla olevan tätä monimutkaisempi kehämäinen peli, jossa sosiaalinen pääoma (esim. suhteet työpaikoilla ja järjestötoimintaan osallistuminen) muuntuu objektivoituneeksi kulttuuripääomaksi (esim. taideharrastukseksi), joka taas ruokkii sosiaalista pääomaa, joka saattaa lopulta kasvattaa taloudellista pääomaa.

Myös Putnam (2000) näkee sosiaalisen pääoman ja kulttuurin harrastamisen välillä yhteyden, mutta hänen mielestään ero on siinä, onko kyseessä formaali vai epäformaali sosiaalisuus ja kulttuurin seuraaminen vai itse tekeminen. Putnamin mukaan asioiden tekeminen yhdessä on luovaa ja yhteistyötä vaativaa ja auttaa siksi paremmin sosiaalisen pääoman kehittymistä kuin yhdessä jonkun asian (elokuvan, baseball-ottelun, television) katsominen. Putnam käyttää esimerkkinä amerikkalaista jiddish-kulttuuria, jossa ahkerasti erilaisiin järjestötoimintoihin ja vapaaehtoistyöhön osallistuvia kutsutaan *mache-reiksi* ja vastaavasti ystävien väliseen seurusteluun ja spontaaniin hauskanpitoon osallistuvia kutsutaan *schmoozereiksi*. Näiden ryhmien profiilit ovat myös toisistaan poikkeavia, sillä macherit ovat Putnamin mukaan korkeasti koulutettuja, suurituloisia ja iäkkäämpiä, kun taas schmoozerit ovat nuoria, jotka asuvat vuokralla ja yksin. Macherit toisin sanoen tekevät asioita, kun taas schmoozerit kuluttavat. Putnam näkeekin amerikkalaisten sosiaalisen pääoman romahtamisen taustalla oman harrastustoiminnan vähenemisen ja kulttuurin ja urheilun seuraamisen kasvun. (Emt. 93–115).

Vaikka Putnamin tutkimuksessa voidaan nähdä samaa kuin esim. Allardtin ym. (1958) tutkimuksessa nuorten kulttuuriharrastusten kasautumisesta ja kaikkiruokaisessa kulttuurin kulutuksessa, on väite kulttuurin kuluttamisen (pääosin) sosiaalista pääomaa vähentävästä luonteesta hyvin poikkeava moniin tutkimuksiin nähden. Joiltain osin on kuitenkin saatu samansuuntaisia tutkimustuloksia. Erik van Ingen ja Koen van Eijck (2009) tutkivat vapaa-ajan aktiviteettien (keiden kanssa harrastettu ja millainen aktiviteetti) yhteyttä sosiaaliseen pääomaan ja havaitsivat, että tuottavat aktiviteetit kasvattavat sosiaalista pääomaa, kun taas kuluttavat aktiviteetit pienensivät sitä. Heidän mukaansa sosiaalisen pääoman kasvusta tuottavan vapaa-ajan vieton kautta hyötyvät erityisesti ne henkilöt, joilla on jo valmiiksi paljon sosiaalista pääomaa, eli korkeasti koulutetut ja suurituloiset henkilöt. Tutkimustulosta voidaan täten tulkita myös Bourdieun eri pääoman muotojen vaihdettavuuden näkökulmasta, sillä siinä sosiaalinen, kulttuurinen ja taloudellinen pääoma ovat vahvasti yhteydessä toisiinsa.

Myös Warde & Tampubolon (2002) tutkivat sosiaalisen pääoman ja vapaa-ajan vieton välistä yhteyttä, vaikka eivät vastaavaa erontekoa tuottaviin ja kuluttaviin vapaa-ajan harrasteisiin teekään. He havaitsivat, että kuuluminen useaan järjestöön kasvattaa vapaa-ajan aktiviteettien kirjoa ja lisää innokkuutta harrastaa niitä useammin, ja että sosiaalinen pääoma ystävien kautta mitattuna kasvattaa kulttuurista kaikkiruokaisuutta, mikäli yksilön verkostot koostuvat tämän kanssa samankaltaisista ihmisistä (Emt). Tämä johtaakin pohdintaan, voisiko kaikkiruokaisuuden taustalla olla keskenään samankaltaisten ylempiluokkaisten ihmisten statuksen osoittamisesta kiireellisyyden avulla, kuten Katz-Gerro ja Sullivan (2007) ehdottavat, eikä sittenkään kyse kulttuurisesta avoimuudesta ja monipuolisista yhteiskuntaluokka- ja kulttuuriset rajat ylittävistä sosiaalista verkostoista.

Sekä Bourdieun että Putnamin käsitykset sosiaalisen pääoman luonteesta sekä sen selitysvoimasta kulttuurin kuluttamisen ilmiöihin ovat myös herättäneet kritiikkiä ja keskustelua. Putnamin sosiaalisen pääoman käsitystä on kritisoitu erityisesti siitä, että sen eri osat (formaali ja epäformaali osallistuminen, luottamus, yhteiskunnallinen aktiivisuus) eivät korreloi keskenään kovin vahvasti (Fischer 2005) ja siitä, että sen kausaalinen selitysvoima on epäselvä (Stolle 2001), kun yhdistävä sosiaalinen pääoma voi todennäköisesti koostua enimmäkseen samankaltaisista ihmisistä (Warde & Tampubolon 2002). Bourdieun näkemystä sosiaalisesta pääomasta on kritisoitu siitä, ettei sekään erota kauhean hyvin laadullisesti erityyppisiä sosiaalisia suhteita, ja että sen seuraukset olisivat aina positiivisia ja vastavuoroisia (Warde & Tampubolon 2002, 173–175). Mikäli hyväksytään ratkaisu, jonka mukaan eri sosiaalisen pääoman muodoilla on erilaiset vaikutukset kulttuurin kulutukseen, ei sosiaalinen pääoma osoittaudu kovin vahvaksi analyttiseksi työkaluksi kulttuurin kulutusta selitettäessä, vaan on ehdotettu, että sosiaalisten suhteiden monimuotoisuuden saisi paremmin selvitettyä sosiaalisten verkostojen tutkimisen avulla (Emt., 177–178.)

2.2.3 *Sosiaaliset verkostot ja kulttuurin kulutus*

Keskustelua sosiaalisista verkostoista ja sosiaalisesta pääomasta on melko hankala erottaa, sillä määritelmällisestikin sosiaalisen pääoman yhtenä komponenttina ovat sosiaaliset verkostot. Molemmat näkökulmat kuitenkin kehittyivät melko itsenäisesti ja vasta 1990-luvulla sosiaalisen pääoman käsitteen suosion myötä jonkinasteista sulautumista tapahtui (Warde & Tampubolon 2002, 177). Sosiaalisten verkostojen ja kulttuurin kulutuksen välisen tutkimusperinteen keskiössä nähdään usein Mark Granovetterin artikkeli *The Strength of Weak Ties* (1973), jossa tämä kuvaa yksilöiden sosiaalisten verkostojen muodostuvan ns. vahvoista ja heikoista siteistä. Vahvat siteet koostuvat Granovetterin mukaan vastavuoroisuudesta ja usein toistuvista suhteista läheisiin ja yksilön kanssa samankaltaisiin ihmisiin, esim. perheisiin, sukulaisiin ja ystäviin. Heikot siteet sen sijaan ovat harvemmin toistuvia ja muodollisia suhteita erilaisiin ihmisiin, esim. tuttuihin. Granovetterin mukaan sosiaalisten suhteiden aiemmassa tutkimuksessa on keskitytty liikaa vahvoihin siteisiin, jolloin heikkojen siteiden merkitys on laiminlyöty. Heikkojen siteiden kautta välittyy kuitenkin Granovetterin mukaan sellaista tietoa esim. työmarkkinoilta, mitä ei tiiviiden vahvojen siteiden verkostojen kautta ole tarjolla, ja heikkojen siteiden kautta on mahdollista päästä uusiin sosiaalisiin yhteisöihin. (Emt.) Granovetterin luoma eronteko onkin todennäköisesti vaikuttanut Putnamin yhdistävän ja sitovan sosiaalisen pääoman käsitteisiin, mutta siinä voidaan nähdä myös paljon samaa kuin Bourdieun esittämässä ajatuksessa eri pääoman muotojen vaihdettavuudesta.

Taloudellisen toiminnan uppoutuneisuus (engl. *embeddedness*) sosiaalisiin suhteisiin on eräs taloussosiologian keskeisimmistä käsitteistä, jolla koitetaan kuvata, kuinka sosiaaliset suhteet ja verkostot ovat taloudellisen toiminnan ja sen saamien muotojen taustalla (ks. esim. Granovetter 1985). Sosiaalisia verkostoja koskevissa tutkimuksissa onkin havaittu, kuinka heikot siteet vaikuttavat kulutuspäätöksiin ja niiden syntymiseen. Paul DiMaggio ja Hugh Louch (1998) selvittivät, miksi merkittäviä kauppoja tehdään sellaisten ostajan tuntemien henkilöiden kanssa, joiden kanssa ostajalla ei ole aiempaa kaupallista suhdetta tai miksi ostopäätöksissä käytetään heitä apuna. Heidän havaintonsa on, että riskipitoista ja epävarmaa kaupankäyntiä (esim. auton tai talon ostamista) harjoitetaan mieluummin tuttavien kanssa, koska verkoston sisältämät velvoitteet ja luottamus estävät myyjää käyttämästä ostajaa hyväksi. Tällaisessa kaupankäynnissä käytetään myös etsimis- ja kartoittamisvaiheessa apuna sosiaalisia verkostoja. Kulttuurin kuluttaminen käymällä tapahtumissa ei ehkä ole yhtä suuririskistä luonteeltaan, mutta esim. loppuunmyydyin kalliin konsertti- tai festivaalilipun ostaa mieluummin tuttavaltaan tai muulta läheiseltä henkilöltä kuin verkon myyntisivuilta tuntemattomalta ihmiseltä, koska tällöin voi olla varmempi siitä, että saa lipun haltuunsa.

Kulttuurin kuluttamista voidaan kuitenkin hyvällä syyllä pitää sosiaalisiin suhteisiin uppoutuneena. Kulttuuria onkin havaittu käytettävän sosiaalisten verkostojen muodostamisessa, ja eri tavalla rakentuneissa verkostoissa on havaittu eri kulttuurituotteilla olevan oma roolinsa. DiMaggio (1987) ei tee tarkkaa erontekoa sosiaalisten verkostojen ja sosiaalisen pääoman välillä, vaan luo katsauksen kulttuurin kuluttamisen sosiaalisiin ulottuvuuksiin ja toteaa niiden pohjalta, että korkeakulttuuri edesauttaa sosiaalista liikkuvuutta, kun taas populaarikulttuuri tarjoaa pohjaa arkipäivän seurallisuudelle. Tällöin korkeakulttuurista suuntautumista on havaittavissa erityisesti niillä etnisiin vähemmistöihin ja työväenluokkaan kuuluvilla henkilöillä, jotka ovat nousemassa tai nousseet ylempään yhteiskuntaluokkaan ja joille kulttuuriset resurssit ovat tärkeitä sosiaalisten verkostojen luomisessa. DiMaggio toteaa tutkimuksiin pohjautuen myös, että laajalle levinneet sosiaaliset verkostot edellyttävät laajaa kulttuurimakua, koska siitä on heille hyötyä yhteiskunnallisen statuksen parantamisessa. Samalla tutkimuksista paljastuu kuitenkin suurehkoja joukkoja kulttuurista eristäytyneitä ihmisiä, jotka ovat usein esim. työttömiä tai pienituloisia, eli heitä, joilla on rajallinen määrä sosiaalisia suhteita ja joita kulttuurin harrastaminen ei todennäköisesti hyödytä. (Emt. 443–445.) DiMaggio tulee siis oivallisesti tiivistäneeksi, miten sosiaaliset suhteet ovat liitoksissa niin populaarikulttuuriseen ja korkeakulttuuriseen makuun, kuten myös kaikkiruokaiseen kulttuurin kuluttamiseen (vaikka ei tällä nimellä sitä kutsukaan) ja kulttuurista eristäytymiseen.

Tarkemmin eri kulttuurimuotojen käyttöä sosiaalisissa verkostoissa on tarkastellut Bonnie H. Erickson (1996), joka tutki kulttuurisen tietämyksen, kulttuurin kuluttamisen ja sosiaalisten verkostojen suhdetta työyhteisössä. Erickson kritisoi Bourdieuta, koska

tämä tarkastelee kulttuurimaun käyttöä varsin yksipuolisesti korostaen siinä yhteiskuntaluokan vaikutusta liikaa ja koska tämä jättää samalla sosiaalisen pääoman merkityksen erittäin vähäiseksi. Erickson esittääkin, että korkeakulttuurista tietämystä ei käytetä työyhteisöissä, koska se nähdään ajanhukkana ja hyödyttömänä, kun taas vastaavasti populaarikulttuurisen tiedon käyttäminen on tapa luoda yhteishenkeä hierarkkisessa työyhteisössä. Työyhteisössä voidaan osoittaa kulttuurin avulla myös symbolista hallintaa ja valankäyttöä, mutta suurin hyöty Ericksonin mukaan tulee, kun henkilön sosiaaliset verkostot ovat monipuoliset (koostuen useista eritasoisista työntekijöistä työpaikan hierarkiassa) ja kun hänen kulttuurinen harrastuneisuutensa suuntautuu sekä korkeakulttuuriin että populaarikulttuuriin. Tällöin laajasta kulttuurimausta on hyötyä, koska se edesauttaa työyhteisön sisäistä viestintää. Erickson väittääkin, että verkostojen monimuotoisuus on tärkeämpi kulttuurisen monimuotoisuuden lähde kuin yhteiskuntaluokka (Emt.). Ericksonin näkökulma muistuttaakin paljon Lahiren (2008) Bourdieu-kritiikkiä, koska siinäkin kiinnittyy huomio eri kontekstien vaikutukseen kulttuurisen tietämisen käytössä ja sen syntymisessä.

Toistaiseksi kenties laajimman yrityksen tulkita sosiaalisten verkostojen ja kulttuurin kuluttamisen välistä suhdetta on tehnyt Omar Lizardo (2006). Artikkelissaan *How Cultural Tastes Shape Personal Networks* hän esittelee ensin laajan teoreettisen katsauksen aiempiin teoreettisiin ja empiirisiin tutkimuksiin, jonka jälkeen hän päätyy muotoilemaan omat tutkimushypoteesinsa. Lizardo esittää DiMaggioon (1987) ja Collinsiin (1988) nojautuen, että populaarikulttuuri on kulttuuripääomaa, jolla on yleistettyä vaihtoarvoa, sillä sitä voi hyödyntää heikkojen siteiden saamisessa. Korkeakulttuurilla sen sijaan on rajoitettua vaihtoarvoa, jota käytetään jo olemassa olevien vahvojen siteiden lujittamiseen, koska sillä on vahva yhteys yhteiskunnalliseen asemaan. (Lizardo 2006, 783–784.) Erona aiempiin tutkimuksiin nähden Lizardo pitää kulttuurimakua sosiaalisia verkostoja edeltävänä, sillä hän päättelee muihin tutkimuksiin nojaten yksilön kulttuurimaun olevan luonteeltaan pysyvämpi ja sosiaalisten verkostojen elävän jatkuvassa muutoksessa (Emt. 784–785). Lizardo havaitseekin, että korkeakulttuurinen maku muuntuu tiheämmäksi vahvojen sosiaalisten siteiden verkostoksi, kun taas populaarikulttuurinen maku kasvattaa heikkojen sosiaalisten siteiden määrää. Lizardo osoittaa myös, miten näiden tulosten tulkinta sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman valossa riippuu siitä, miten sosiaalinen pääoma ymmärretään: mikäli painotetaan heikkoja siteitä (esim. Granovetter 1973), populaarikulttuurinen maku kasvattaa sosiaalista pääomaa, ja mikäli sosiaalinen pääoma ajatellaan koheesion, yhteenkuuluvuuden ja ulossulkemisen kautta, on rajattu korkeakulttuurinen maku sosiaalista pääomaa kasvattavaa. Lizardo tarkastelee tutkimustuloksia vielä Uzzin (1999) sosiaalisen pääoman määritelmän kautta, jolloin kulttuurisesti kaikkiruokaisilla on eniten sosiaalista pääomaa, sillä heidän verkostonsa koostuvat sopivassa tasapainossa olevista ja toisiaan täydentävistä heikkojen ja vahvojen siteiden määrästä. (Lizardo 2006, 801).

Lizardon tutkimusta voidaan pitää analyttisesti ja menetelmällisesti kunnianhimoisimpana kontribuutiona kulttuurin kuluttamisen ja sosiaalisten verkostojen väliseen tutkimukseen. Vaikka tutkimus ei pyrikään vastaamaan kaikkiin mahdollisiin aiheesta esitettyihin kysymyksiin, on siinä silti löydettävissä tämän tutkimuksen kannalta kritisoitavia seikkoja, jotka voivat johtaa erilaisiin tutkimusstrategioihin. Ensinnäkin Lizardon ajatus pitää kulttuurimakua pysyvänä ilmiönä ja sosiaalisia verkostoja ja niiden muotoa alati vaihtuvina on erikoinen, jos asiaa tarkastellaan Lahiren (2008) kautta, jonka mukaan yksilöiden kulttuurimaut ovat todellisuudessa muuttuvia ja epäjohdonmukaisia. Toiseksi Lizardo (ja moni muu sosiaalisten verkostojen tutkija) tarkastelee sosiaalisia verkostoja ainoastaan siteiden heikkouden tai vahvuuden kautta, mutta jättävät huomioimatta ”poissaolevat siteet”, jotka Granovetterin mukaan tarkoittavat joko suhteiden puutetta tai siteitä ilman todellista merkittävyyttä, kuten ”nyökkäilysuhte” samalla kadulla asuvien ihmisten kanssa tai ”side” kauppiaseen, jolta tavanomaisesti ostetaan päivän sanomalehti” (Granovetter 1973, 1361). Kulttuurin kulutuksen tutkimuksessa olisikin syytä kiinnittää huomiota tähän sosiaalisten siteiden kolmanteen muotoon, sillä oletettavasti sekä vahvojen että heikkojen siteiden poissaolo vaikuttaa kulttuurisen tietämyksen leviämiseen, kulttuurimakujen muotoutumiseen ja tapahtumissa käymisen muotoon ja laajuuteen.

Sittemmin Lizardo on yrittänyt täsmentää ja laajentaa sosiaalisten verkostojen ja kulttuurin kuluttamisen välisen suhteen tarkasteluaan. Seuraavassa aihetta koskevassa tutkimuksessaan (Lizardo 2011) hän toteaa aiemman tutkimuksensa olleen rajoittunut siinä mielessä, että siinä ei kiinnitetä huomiota sosiaalisten verkostojen avoimuuteen tai sulkeutuneisuuteen eikä kulttuurisen tietämisen tai harrastamisen syvyyteen. Tämän ja aiemman tutkimuksensa pohjalta Lizardo olettaakin, että populaarikulttuurin harrastamista paremmin monipuolisten sosiaalisten verkostojen syntymistä selittää vähäinen kiinnostus useisiin erilaisiin kulttuurimuotoihin, ja vastaavasti vahva omistautuminen tai suuri syventyminen eri kulttuurimuotoihin on todennäköisemmin yhteydessä sosiaalisten verkostojen sulkeutuneisuuteen. Tutkimustulokset tukevat näitä oletuksia, sillä paljon vähäistä kiinnostusta eri kulttuurimuotoja kohtaan omaavat toimivat linkkinä toisilleen tuntemattomien ihmisten välillä, kun taas eri kulttuurimuodoille vahvasti omistautuneet omaavat sulkeutuneemmat sosiaaliset verkostot. Tämä tarkoittaa Lizardon mukaan sitä, että kulttuurisen pääoman muuntaminen sosiaalisiksi verkostoiksi tapahtuu sosiaalisten verkostojen rakenteen kautta: pinnallinenkin kulttuurinen tietämys riittää, mikäli tavoitteena on ylläpitää vähemmän intiimejä suhteita, mutta vahvojen ja läheisten suhteiden ylläpitämiseen vaaditaan syvempää ja erikoistuneempaa kulttuurista tietämystä. (Emt.)

Toisessa artikkelissaan Lizardo (2013) jatkaa ajatusta kulttuurisen monimuotoisuuden ja sosiaalisten verkostojen välisestä yhteydestä, mutta tuo mukaan Granovetteriä (1995) mukailleen sosiaalista pääomaa koskevan oletuksen, jonka mukaan suuri määrä heikkoja siteitä muuntuu sosiaalisiksi pääomaksi vasta siinä vaiheessa, kun henkilö hyötyy niistä

jollain tavalla (esim. löytämällä työpaikan). Lizardo havaitseekin, että kulttuurinen monimuotoisuus mitattuna erilaisissa kulttuuritapahtumissa käymisen määrällä kasvattaa todennäköisyyttä, että henkilö on löytänyt työpaikan heikkoja siteitään käyttämällä. Hän tarkastelee vielä eri kulttuurimuotojen ja heikkojen siteiden vaikutusta osissa ja havaitsee, että populaarimpiin kulttuurimuotoihin (kuten elokuvaan ja populaarimusiikkiin) suuntautuneet ovat hyötäneet enemmän tuttavistaan työpaikan saamisessa, kun taas korkeakulttuuriin suuntautuneihin on todennäköisemmin tuleva työnantaja ottanut suoraan yhteyttä. Tutkimustulokset johdattavatkin päättelämään Lizardon aiempiin tutkimuksiin nähden, että sekä populaariin että korkeakulttuuriin suuntautuneet henkilöt voivat hyötyä samanaikaisesti monipuolisista ja laajoista sosiaalisista verkostoista sekä sulkeutuneista ja mahdollisesti elitistisistä pienistä piireistä, jolloin näiden sosiaalisten resurssien voidaan ajatella täydentävän toisiaan ja niitä voidaan ottaa käyttöön aina tarpeen vaatiessa. (Lizardo 2013).

Lizardon ensimmäinen tutkimus innoitti myös muita pohtimaan laajemmin populaarikulttuurin vaikutusta sosiaalisten suhteiden muodostumiseen ja yhteiskunnan toimimiseen. Jennifer Schultz ja Ronald L. Breiger (2010) lähtevät liikkeelle ajatuksesta, että ihmisen suhteissa kulttuurituotteisiin on paljon samaa kuin ihmisen suhteissa toisiin ihmisiin ja he näkevät ihmisen persoonan ja maun rakentuvan vastavuoroisesti. Heidän mukaansa Lizardon (2006) tutkimustuloksilla on yhteyksiä myös sosiaalisten siteiden tarkoitukselliseen luomiseen, sillä esim. työpaikan kahvihuoneessa korkeakulttuurista puhuminen voidaan tulkita epäkypsäksi sosiaalisen statuksen hakemiseksi, mutta yleistajuisesta populaarikulttuurista puhuminen luo heikkoja siteitä työyhteisössä paljon paremmin. Kirjoittajat puhuvat tällaisesta kulttuurista ns. ”heikkona kulttuurina” (analogiana Granovetterin heikoille siteille) ja näkevät sen johtavan sellaiseen (simmeliläiseen) seurallisuuteen, joka pitää yhteiskuntaa kasassa ja uusintaa sitä. Vahvasti erikoistuneen kulttuurimaun omaavien ihmisten välinen side sen sijaan muuttuu heidän mukaansa vahvaksi, koska kyseistä harvinaista suhdetta halutaan ylläpitää ja siihen panostetaan (Emt.)

Schultz ja Breiger tekevät myös muita huomioita, miksi tällaisen heikon kulttuurin tutkiminen on hedelmällistä. Heidän mukaansa heikon kulttuurin banaalius ei ensinnäkään itsessään ole mielenkiintoista, vaan kiinnostavaa on se, miten sen voidaan nähdä sitovan samankaltaisia ihmisiä yhteen tai toimivan siltana erilaisten ihmisten välillä, mutta samalla myös erottavan ihmisiä toisistaan (ks. esim. Erickson 1996). Toiseksi he toteavat, että genrejä koskeva tutkimus ei ota huomioon yksilöiden kulttuurisen sitoutumisen syvyyttä sekä genrerajat ylittävää yksilöiden tietoista tai tahatonta kulttuuristen preferenssien säätelyä. Kolmanneksi kulttuurin vahvuuden säätelyn käsitteistön avulla voidaan myös tarkastella sosiaalisten siteiden vahvuuden säätelyä ja kontekstisidonnaisuutta – asiat, joita Granovetter ei käsitellyt – ja tutkia, kuinka ihmiset vaihtelevat heikkojen ja vahvojen siteiden välillä ja säätelevät niiden käyttöä eri konteksteissa. (Schultz & Breiger 2010, 614–620.) Schultzin ja Breigerin ajatuksissa kulttuurisen sitoutumisen

syvyydestä, yksilön preferenssien vaihtuvuudesta ja sosiaalisten siteiden kontekstisidonnaisuudessa onkin paljon samaa kuin Lahiren (2008) näkemyksissä yksilöiden sisäisistä makuvaihteluista ja kulttuurin kuluttamisen epäjohdonmukaisuudesta.

2.2.4 Sosiaalisuus ja kulttuuritapahtumissa käyminen

Kuten edellä on havaittu, ovat sekä sosiaalinen pääoma että sosiaaliset verkostot vähintäänkin kyseenalaisia analyttisiä käsitteitä kulttuurin kuluttamisen selittämisessä. Sosiaalisen pääoman määritelmällinen hajanaisuus niin yksilöllisenä kuin yhteiskunnallisena ominaisuutena sekä sen osien korreloimattomuus keskenään tekee siitä vaikeakäyttöisen selittävän tekijän. Vastaavasti sosiaalisten verkostojen eri konteksteissa muuttuva luonne ja käyttötarkoitus sekä käsitteen mittaamisen vaikeus eivät myöskään tee vaikutussuhteen tutkimisesta helpompaa empiiriselle kulttuurinsosiologialle. Mikäli kulttuurin kuluttamista ajatellaan tapahtumissa käymisen kautta (kuten tässä tutkimuksessa), ovat molempiin käsitteisiin määritelmällisesti sisältyvät vastavuoroisuus ja luottamus myös liian sitovia taustaoletuksia: tapahtumissa käyminen voi olla melko spontaania ja kevytmielistäkin toimintaa, jolloin sen taustalla ei tarvitse olla vahvoja luottamus- tai vastavuoroisuus-suhteita. Aiempi sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kulutuksen välistä yhteyttä koskevat tutkimuskirjallisuus ei ole kuitenkaan kiinnittänyt tarpeeksi huomiota mm. Lahiren (2008) esille nostamaan ajatukseen kulttuuritapahtumissa käymisen ”banaalista” ulottuvuudesta.

Sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kuluttamisen välisen suhteen parempi tarkastelu edellyttää siis sosiaalista pääomaa täsmällisempää käsitettä sekä sosiaalisia verkostoja pysyvämpää ilmiötä, joka olisi vielä empiirisesti tutkittavissa ja vapaa käsitteellisistä rajoitteista. Tällaisen ilmiön tai käsitteen hahmottaminen voisi olla mahdollista ottamalla viitekehykseksi historiasta Simmelin (1949) seurallisuuden käsitteen, mikä tarkoittaa sosiaalisuutta ja yhdessäoloa sen itsensä takia tai ilman suurempaa merkittävyyttä tai takajatuksia. Myös Riesmanin (2001) kuvaama toisiinsuuntautunut persoonallisuustyyppi sopii tähän viitekehykseen. Tarkoitukseni onkin tarkastella yksilön *taipumusta olla sosiaalinen* sekä *toisiinsuuntautuneisuutta*, joiden näen kausaalisesti edeltävän yksilön sosiaalisen pääoman kehittymistä ja sosiaalisten verkostojen muotoutumista: mikäli henkilö ei ylipäänsä ole seurallinen, sosiaalinen tai toisiinsuuntautunut, hänellä tuskin on resursseja hankkia sosiaalista pääomaa tai muodostaa monimutkaisia sosiaalisia verkostoja. Mikäli kulttuuritapahtumissa käymisen ajatellaan olevan vähintään yhtä paljon seurausta sattumasta, kontekstista ja tavoista kuin kulttuurimausta, kuten Lahire (2008) olettaa, voidaan tällöin henkilön sosiaalisuuden nähdä myös kausaalisesti edeltävän henkilön kulttuuritapahtumissa käymistä. Näin ero sosiaalisen pääoman ja sosiaalisten verkostojen teorettikkoihin tulee siinä, että tässä näkökulmassa huomio on sosiaalisuudessa itsessään.

Samalla on mahdollista tutkia sosiaalisuuden puutteen, eli sosiaalisen kanssakäymisen vähäisyyden, vaikutusta kulttuuritapahtumissa käymiseen.

3 TUTKIMUSASETELMA

3.1 Tutkimusongelma

Tämän tutkielman tarkoituksena on tarkastella arjessa ilmenevän sosiaalisuuden yhteyttä erilaisiin kulttuurin kuluttamisen muotoihin Suomessa. Tarkasteluni kohteena on erityisesti *sosiaalisuus* ja *sosiaalinen kanssakäyminen* sosiaalisen pääoman tai sosiaalisten verkostojen sijaan. Samalla haluan kiinnittää huomiota aiemmissa tutkimuksissa havaittuihin yhteyksiin eri demografisten ja sosioekonomisten taustatekijöiden ja kulttuurin kuluttamisen välillä ja tutkia, voisiko yksilötason sosiaalisuuden ottaminen mukaan tarkasteluun tuoda jotain lisäinformaatiota näiden taustatekijöiden ja kulttuurin kuluttamisen muotojen välisen suhteen ymmärtämiseksi. Näiden kautta on myös mahdollista hahmotella, voisiko sosiaalisuus selittää jotain sosiaalisen pääoman tai sosiaalisten verkostojen ja kulttuurin kuluttamisen välisiä aiemmin havaittuja yhteyksiä. Tiivistetysti tutkimusongelma voidaan muotoilla seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1. *Millaisia muotoja suomalaisten kulttuurin kuluttaminen kulttuuritapahtumissa käymisellä mitattuna saa?*
2. *Kuinka sosiaalinen kanssakäyminen selittää näitä suomalaisten kulttuurin kuluttamisen saamia muotoja?*
3. *Millainen sosiaalisen kanssakäymisen yhteys kulttuurin kuluttamisen muotoihin on, kun sitä tarkastellaan eri demografisten ja sosioekonomisten taustatekijöiden kautta?*

Ensimmäiseksi tutkin suomalaisten kulttuurin kuluttamisen tapoja kokonaisuutena. Kiinnostuksenani ei siis niinkään ole tarkastella suomalaisten kulttuurin kuluttamista yksi kulttuurimuoto kerrallaan, vaan ennemmin löytää piileviä, latenteja, yhteyksiä eri kulttuurimuotojen välillä ja tulkita näitä. Ajatuksena on, että kulttuurin kuluttaminen kertoo jostain laajemmasta, kuten elämäntyyleistä tai siitä, kuinka kulttuuria käytetään erottautumiseen toisista ihmisistä. Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu mm. kulttuurisen kaikkiruokaisen, korkeakulttuurin kuluttajan sekä populaarikulttuurin kuluttajan mallit. Näiden kolmen kulttuurin kuluttamisen mallin olemassaolosta on vahvaa tutkimusnäyttöä viime vuosilta, joten oletan myös tässäkin tutkimuksessa niiden tulevan esiin ainakin jossain muodossa. Lisäksi tutkimuksissa on havaittu myös mm. passiivisia kuluttajia, yksiruokaisia kuluttajia ja ahnaita kulttuurin kuluttajia. Muiden mahdollisesti löytyvien kulttuurin kuluttamisen muotojen suhteen aiempi tutkimuskirjallisuus ei tarjoa perusteita esittää vahvoja oletuksia, joten yleisesti ottaen lähestymistapani kulttuurin kuluttamisen malteihin on eksploraatiivinen ja tulkinnallinen. Haluan myös tutkia kulttuuritapahtumissa

käymisen erityisyyttä tarkastelemalla, voisiko kulttuuritapahtumissa kävijöillä olla löydettävissä jokin esim. kulttuurimausta poikkeava kulttuurin kuluttamisen malli, ja kuinka löydetty mallit jakautuvat kulttuuritapahtumissa käymisen aktiivisuuden tai kulttuurisen sitoutumisen asteen mukaan.

Löydettyjä kulttuurin kuluttamisen malleja tulkitsem henkilön sosiaalisuuden kautta. Modernia yhteiskuntaa koskevassa teoriakirjallisuudessa on esitetty ihmisten olevan jäsenenä useissa erilaisissa sosiaalisissa ympyröissä samanaikaisesti, ja että työnjaon ja kontaktien määrän kasvaessa kulttuurin merkitys sosiaalisen elämän ylläpitäjänä kasvaa. On myös todettu yhteisöllisyyden eri muotojen korreloivan keskenään, eli sosiaalinen ihminen yhtäällä on sosiaalinen myös toisaalla. Kysymys on myös elämäntyylin käsitteestä, eli eri elämänalueilla ilmaistujen asenteiden ja tottumusten yhdenmukaisuudesta. Myöhemmissä tutkimuksissa on havaittu eri kulttuurimuodoilla olevan erilaisia yhteyksiä sosiaalisuuteen; populaarikulttuuri tarjoaa pohjaa arkielämän sosiaalisuudelle, korkeakulttuuri lujittaa vahvoja siteitä ja monimuotoinen kulttuurimaku on yhteydessä laajoihin sosiaalisiin verkostoihin. Lisäksi on havaittu pinnallisesti kulttuuria kuluttavilla ihmisillä olevan laajat heikoista siteistä muodostuneet sosiaaliset verkostot, kun taas syvällisemmin kulttuuria kuluttavat omaavat sulkeutuneet vahvojen siteiden muodostamat sosiaaliset verkostot. Näistä lähtökohdista käsin olenkin kiinnostunut selvittämään, ovatko sosiaaliset ja enemmän sosiaalista kanssakäymistä harrastavat henkilöt erilaisia kulttuurin kuluttajia kuin vähemmän sosiaaliset henkilöt ja jos ovat, niin millä tavalla.

Lopuksi tarkastelen sosiaalisen kanssakäymisen ja kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä demografisten ja sosioekonomisten taustatekijöiden kautta. Selittävätkö esim. koulutus, tulot tai sukupuoli sosiaalisuuden ja kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä? Tutkimuskirjallisuudessa on tulkittu mm. kulttuurisen osallistumisen vähäisyyden olevan yleistä niissä ihmisryhmissä, joilla on rajallinen määrä sosiaalisia kontakteja (esim. pienituloiset ja työttömät), kun taas korkeasti kouluttautuneet ja korkean statuksen henkilöiden on todettu kuluttavan kaikenlaista kulttuuria laajalle levittäytyneiden sosiaalisten verkostojensa takia. Siksi on mahdollista, että eri yhteiskunnallisissa asemassa olevien ihmisten sosiaalisuus vaikuttaa kulttuurin kuluttamiseen eri tavoin. Taustatekijöiden kautta haluan myös selvittää, voiko sosiaalisuus ja ulospäinsuuntautuneisuus toimia sellaisena mekanismina, joka kasvattaa kulttuurista osallistumista niissä ihmisryhmissä, joissa osallistuminen on pientä.

3.2 Tutkielman aineisto

Tutkielmani aineistona käytän Tilastokeskuksessa kerättyä ajankäyttötutkimusta vuodelta 2009–2010. Ajankäyttötutkimus on kotitalouksille suunnattu laaja otostutkimus,

jossa yli 10-vuotiaat osallistujat pitivät yhtenä arkipäivänä ja yhtenä viikonlopun päivänä 10 minuutin tarkkuudella päiväkirjaa ajankäytöstään. Ajankäytön päätoiminnon ohella aineistosta selviää myös, mitä vastaajat ovat mahdollisesti tehneet päätoiminnon ohessa sivutoimintona, kenen kanssa toiminto on suoritettu ja missä paikassa. Pää- ja sivutoiminnot koodattiin ja tallennettiin 146-luokkaisiksi Tilastokeskuksessa. Näiden lisäksi vastaajilta kerättiin haastatteluihin perustuva kyselytutkimusosio, jossa kysyttiin mm. työssäkäyntiä, opiskelua, vapaaehtoistyötä ja vapaa-ajan harrastuksia koskevia tietoja. Ajankäyttötutkimuksia tehdään noin kymmenen vuoden välein ja se on nykyään EU-harmonisoitu, eli noin 20 Euroopan maata toteuttaa tutkimuksen vuosina 2008–2015. (SVT 2009.)

Vuoden 2009–2010 ajankäyttötutkimuksen otanta-asetelmana on yksiasteinen ryväso-tanta, jonka perusjoukkona on kotitalousväestö. Ylipeittoon luokiteltujen henkilöiden jäl-keen lopulliseen otokseen jäi 4401 kotitaloutta, joihin kuului yhteensä 9745 henkilöä. Vastanneita kotitalouksia oli 2614 (59,4 % otoksesta) ja päiväkirjan palautti hyväksytysti 3795 henkilöä (41 % otoksesta). Yhteensä päiväkirjoja saatiin 7480 kappaletta. Tutki-muksen estimoinnissa käytettiin painokertoimia, joilla otos laajennettiin koskemaan koko perusjoukkoa. Painojen laskemisessa huomioitiin tutkimus- ja otanta-asetelman sekä ka-don vaikutus, ja lisäksi painot vakioitiin kalibroititeknikalla vastaamaan väestötilas-toista sekä rekistereistä saatavia tietoja. (SVT 2009.)

3.3 Tutkielmassa käytettävät muuttujat

3.3.1 *Kulttuurin kuluttaminen*

Selitettävänä ilmiönä tutkielmassani on kulttuurin kuluttaminen kulttuuritapahtumiin osallistumisena. Kulttuuri- ja huvitilaisuuksissa käymistä ja niihin osallistumista selvite-tään ajankäyttötutkimuksessa sekä päiväkirjojen pää- ja sivutoimintoina että kyselyhaas-tatteluosiossa. Pää- tai sivutoimintoina vastaajan on mahdollista merkitä käymisen elo-kuvissa tai teatterissa, konsertissa, taidenäyttelyssä tai museossa, kirjastossa, urheiluta-pahtumassa tai muussa tai erittelemättömässä kulttuuri- ja huvitilaisuudessa. Kyselyhaas-tatteluosiossa taas on kysytty, onko vastaaja osallistunut kuhunkin kulttuuri- ja huvitilai-suuteen viimeisten 12 kuukauden aikana vai joskus aiemmin. Jos vastaaja on osallistunut kulttuuri- ja huvitilaisuuksiin viimeisten 12 kuukauden aikana, kysytään onko vastaaja osallistunut niihin kerran, kaksi kertaa, 3-5 kertaa, 6-9 kertaa vai yli 10 kertaa viimeisten 12 kuukauden aikana. Tällaisia kulttuuri- ja huvitilaisuuksia ovat mm. elokuvissa käymi-nen, teatteri, tanssiesitykset, konsertit, taidenäyttelyt ja -museot, urheilutapahtumat ja eri-laiset festivaalit.

Tähän tutkielmaan valitsin tarkastelun kohteeksi kyselyhaastatteluosion kulttuuriosallistumista mittaavan kysymyspatteriston. Päiväkirjojen pää- tai sivutoimintoina mitattu kulttuurin kuluttamiseen käytetty aika ei ole mielestäni kovin hyvä mittari, sillä kulttuuritilaisuuden osuminen päiväkirjan täyttöpäivään on melko satunnaista, eikä kulttuuritilaisuuteen käytetty aika välttämättä kerro mitään henkilön kulttuurisesta suuntautumisesta, sillä esim. kahden tunnin elokuvan katsonutta henkilöä tuskin voidaan sanoa kulttuurisesti aktiivisemmaksi kuin puolentoista tunnin elokuvan katsonutta henkilöä. Kyselyhaastatteluosion tarjoama 12 kuukauden aikajänne antaa sen sijaan paremman kuvan henkilön kulttuurisesta suuntautumisesta ja osallistumisaktiivisuudesta. Kulttuuri- ja huvitilaisuuksista pudotin pois urheilutapahtumissa sekä kirjastossa käymisen, sillä mielestäni ne poikkeavat luonteeltaan muista kulttuuritapahtumista ja saattavat siksi vääristää analyysijä. Lisäksi tarkastelin pelkästään viimeisten 12 kuukauden aikana tapahtunutta kulttuurin kuluttamista ja luokittelin ryhmäkokoja kasvattaakseni käyntikerrat kolmiluokkaiseksi sen mukaan, onko vastaaja osallistunut niihin viimeisten 12 kuukauden aikana kerran tai kaksi, useammin kuin kaksi kertaa vai ei lainkaan. Tällä luokittelulla tarkoitukseni oli saada esiin passiiviset kulttuuritapahtumissa kävijät, satunnaiset kävijät sekä aktiiviset kävijät, jotta saisin selville, vaikuttaako kulttuurinen aktiivisuus kulttuurimuotojen ohella löydettyihin kulttuurin kuluttamisen muotoihin. Lopuksi poistin aineistosta ne havainnot, joissa ei kyselyhaastatteluosiossa vastattu kulttuuritilaisuuksissa käymistä koskeviin kysymyksiin lainkaan.

3.3.2 Sosiaalisuus ja sosiaalinen kanssakäyminen

Tutkielmani pääasiallisena kulttuurin kuluttamisen muotoja selittävänä ilmiönä on sosiaalisuus. Runsas aineisto tarjoaakin erilaisia keinoja mitata sosiaalista kanssakäymistä ja sosiaalisuutta. Pelkästään ajankäytön kategorioina sosiaalisuutta voidaan tarkastella pää- ja sivutoimintoina erilaisissa perheen sisäisissä aktiviteeteissa, mutta myös naapuriapuna, vapaaehtoistyönä, järjestötyönä, vierailuina, juhlimisina, puhelinkeskusteluina ja erittelemättöminä sosiaalisina kanssakäymisinä. Näiden lisäksi sosiaalisuutta voidaan tutkia seurapeleihin, tietokoneella tapahtuvaan viestintään ja kirjeenvaihtoon käytetyn ajan perusteella. Myös kontekstuaalisten päiväkirjatietojen käyttäminen sosiaalisten suhteiden tarkastelussa on mahdollista, sillä yhdessäolotietojen avulla voidaan tutkia, onko toiminto suoritettu yksin, samaan kotitalouteen kuuluvien kanssa, samaan kotitalouteen kuuluvien ja muiden vastaajan tuntemien henkilöiden kanssa vai pelkästään muiden vastaajan tuntemien henkilöiden kanssa.

Sosiaalisia suhteita ja sosiaalista kanssakäymistä kysytään myös kyselyhaastatteluosiossa monipuolisesti. Erilaisiin järjestö- ja yhdistystehtäviin, kuten esim. urheilujärjestöön

tai poliittiseen puolueeseen osallistumista kysytään sen mukaan, onko vastaaja osallistunut niihin viimeisten neljän viikon tai 12 kuukauden aikana. Tämän lisäksi kyselyhaastatteluosio kattaa yli 120 kysymystä, jotka koskevat vastaajan antamaa apua läheisilleen tai muille tuttavilleen eri askareissa, kuten ruoanlaitossa, huoltotöissä ja lastenhoidossa. Verkossa tapahtuvaa sosiaalista kanssakäymistä kysytään myös tarkasti esim. sen mukaan, onko vastaaja rekisteröityneenä sosiaalisiin verkkopalveluihin tai käyttääkö tämä tietokonetta viestimiseen toisten ihmisten kanssa. Lopussa kysytään myös vastaajan luottamusta toisiin ihmisiin ja asuinalueen ihmisiin sekä vastaajan käsitystä omasta vaikutusvallastaan valtiovallan tekemisiin.

Tässä tutkielmassa haluan hyödyntää ajankäyttötutkimuksen tarjoamaa mahdollisuutta tutkia toteutunutta ajankäyttöä ja tarkastelen sosiaalisuutta kontekstuaalisten yhdessäolotietojen avulla. Pää- ja sivutoimintojen sosiaalisuutta mittaavista muuttujista osa on tapahtumina melko harvinaisia, joten analyysien luotettavuuden takia on järkevämpää valita ajankäytön mittariksi henkilöiden arjessa usein toistuva ilmiö. Koska kiinnostuksen kohteenani on erityisesti sosiaalisuus, otan lähtökohdaksi pelkästään oman kotitalouden ulkopuolisten henkilöiden kanssa vietetyn ajan. Tähän ratkaisuun päädyin, koska sosiaaliset ihmiset viettävät myös kahden tutkimuspäivän aikana todennäköisesti enemmän aikaa muiden ihmisten kanssa kuin vähemmän sosiaaliset ihmiset, ja koska kotitalouden ulkopuolisten sosiaalisten suhteiden kautta voidaan olettaa välittyvän erilaista informaatiota kuin suljetun oman kotitalouden sisältä. Yhdessäolotiedot sisältävät paljon puuttuvia havaintoja ja niiden takia jätinkin yksin ja omaan kotitalouteen kuuluvien henkilöiden kanssa vietetyn ajan tarkastelun ulkopuolelle. Kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin käytetty aika koskee myös kaikkia vastaajia kotitalouden koosta riippumatta, kun taas samaan kotitalouteen kuuluvien henkilöiden kanssa vietetty aika koskee vain useamman henkilön kotitaloudessa asuvia. Kotitalouden ulkopuolinen sosiaalisuus myös suuntautuu todennäköisesti suuremmalle määrälle ihmisiä kuin kotitalouden sisäinen ja on luonteeltaan erilaista. Tässä kohtaa pitää kuitenkin huomioida, että kotitalouden ulkopuolella asuvat ihmiset, jotka vastaaja tuntee, eivät välttämättä ole pelkästään tuttavivia tai ystäviä, vaan he voivat olla myös toisessa kotitaloudessa asuvia perheenjäseniä tai lähisukulaisia.

Koska ihmisten päivärytmit ja päiväkirjojen täyttämistarkkuus ovat erilaisia, päätin poistaa aineistosta sellaisen kotitalouden ulkopuolisten henkilöiden kanssa vietetyn ajan, jossa päätoimintona on nukkuminen ja tarkastella kotitalouden ulkopuolisten henkilöiden kanssa vietetyn ajan osuutta henkilön valveillaoloajasta. Samalla poistin aineistosta sellaiset havainnot, joissa yhdessäolotietoja ei ollut täytetty lainkaan. Lopullinen sosiaalisuutta kuvaava mittari saa tällöin arvoja välillä 0–1, jossa 0 tarkoittaa, ettei vastaaja ole viettänyt yhtään aikaa jonkun kotitalouden ulkopuolisen tuntemansa henkilön kanssa, ja 1 taas sitä, että vastaaja on viettänyt koko valveillaoloaikansa jonkun tuntemansa kotitalouden ulkopuolisen henkilön kanssa.

3.3.3 *Demografiset ja sosioekonomiset taustamuuttajat*

Sosiaalisuuden ja kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä tarkastelen erilaisten demografisten ja sosioekonomisten taustamuuttajien avulla. Aiempaan tutkimuskirjallisuuteen nojaten käytin sellaisia muuttujia, joilla on todettu olevan yhteys kulttuuritapahtumissa käymiseen. Vastaajan *sosioekonominen asema* on viisiluokkaisena sen mukaan, onko vastaaja ylempi toimihenkilö, yrittäjä, alempi toimihenkilö, työntekijä vai ammatissa toimimaton tai tuntematon. *Koulutus* on jaettu kahteen luokkaan sen perusteella, onko vastaajalla korkeakoulututkintoa vai ei. *Sukupuoli*-muuttujan luokat ovat mies ja nainen. *Kuntaryhmitys* kuvastaa vastaajan kotikunnan tilastollista kuntaryhmitystä, jossa luokituksena on kaupunkimainen kunta, taajaan asuttu kunta sekä maaseutumainen kunta. *Kotitalouden koko* on jaettu kahteen luokkaan sen mukaan, asuuko vastaaja yksin vai kahden tai useamman henkilön kotitaloudessa. *Tuloluokka* on vastaajan kotitalouden ekvivalenttien tulojen tulokvintiili. Kotitalouden ekvivalentit tulot on laskettu OECD:n uuden määritelmän (OECD 2014) mukaisesti jakamalla kotitalouden yhteenlasketut tulot kotitalouden koon neliöllä. Vastaajan *ikä* on ilmoitettu vuosina ja aineisto on rajattu koskemaan 25–64 -vuotiaita, jotta tulojen, koulutuksen ja sosioekonomisen aseman vaikutus ei sisältäisi niin suurta nuorten ja eläkeikäisten mahdollisesti aiheuttamaa vaihtelua. Ikärajausten ja muiden tyhjien tai liian puutteellisten havaintojen poistamisen jälkeen tutkittavan aineiston koko oli 4239 havaintoa, eli päiväkirjaa.

Taulukko 1 Pääasiallisen selittävän muuttujan sekä taustamuuttujien tunnusluvut (N=4239).

	N	%			
Sosioekonominen asema					
Ylemmät toimihenkilöt	1005	23,7			
Yrittäjät	426	10,1			
Alemmat toimihenkilöt	1056	24,9			
Työntekijät	715	16,9			
Ammattissa toimimattomat ja tuntemattomat	1037	24,5			
Tuloluokka					
1. Alin tuloluokka (0 - 23700 €)	849	20,0			
2. (23720 - 31590 €)	847	20,0			
3. (31620 - 39900 €)	849	20,0			
4. (39920 - 51080 €)	847	20,0			
Ylin tuloluokka (51120 - 236890 €)	847	20,0			
Koulutus					
Ei korkeakoulututkintoa	2368	55,9			
Korkeakoulututkinto	1871	44,1			
Sukupuoli					
Mies	1968	46,4			
Nainen	2271	53,6			
Kuntaryhmitys					
Kaupunkimaiset kunnat	2757	65,0			
Taajaan asutut kunnat	674	15,9			
Maaseutumaiset kunnat	808	19,1			
Kotitalouden koko					
Yhden hengen kotitalous	482	11,4			
Kahden tai useamman hengen kotitalous	3757	88,6			
	N	Keskiarvo	Keskihajonta	Minimi	Maksimi
Ikä	4239	46,8	11,1	25	64
Kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan osuus valveillaoloajasta	4239	0,18	0,24	0	1

3.4 Tutkimassa käytettävät menetelmät

Tutkimani tilastollisina menetelminä käytän muuttujien suorien jakaumien ja tunnuslukujen tarkastelun lisäksi latenttien luokkien analyysiä sekä moniluokkaista logistista regressioanalyysiä, jotka esittelen seuraavassa lyhyesti. Aikomukseni on ensin selvittää kulttuurin kuluttamisen mallit käyttäen latenttien luokkien analyysiä, jonka jälkeen tutkin sosiaalisuuden sekä taustatekijöiden vaikutusta niihin käyttäen moniluokkaista logistista regressioanalyysiä tulkiten myös mahdolliset tilastollisesti merkitsevät interaktiot sosiaalisuuden sekä taustatekijöiden välillä. Kaikki analyysit on tehty käyttäen Stata 13 -ohjelmistopakettia (StataCorp 2013). Latenttien luokkien analyysissä käytin Statan lisäosaa

LCA Stata Plugin v. 1.0. (Lanza, Dziak, Huang, Wagner & Collins 2011; LCA Stata Plugin (Version 1.0) 2013)

3.4.1 *Latenttien luokkien analyysi*

Tarkoitukseni on tutkia kulttuurin kuluttamista latenttina, ei-havaittavana, ilmiönä, jolloin kulttuurista osallistumista mittaavien muuttujien väliltä on tarkoitus löytää yhteyksiä ja yhdenmukaisuuksia. Koska muuttujat ovat kategorisia luonteeltaan, on yksi sopiva metodi tähän latenttien luokkien analyysi (*LCA*). *LCA* tutkii kaikkia mahdollisia kulttuurin kuluttamisen tapojen kombinaatioita ja luokittelee samantyyppiset ja mahdollisimman samanlaiset havainnot todennäköisyysmenetelmään pohjautuen kuulumaan yhteen syntyneeseen latenttiin luokkaan per malli ja mahdollistaa siten piilossa olevien latenttien rakenteiden tutkimisen havainnoitujen kategorioiden avulla (Lazarsfeld & Henry 1968). *LCA* tuottaa ensin useita vaihtoehtoisia malleja, joista eri parametrien ja sisällöllisen tulokinnan perusteella valitaan aineistoon parhaiten istuva malli, joka kuvastaa, kuinka monta latenttia luokkaa, eli kulttuurin kuluttamisen muotoa, aineistosta voidaan ajatella löytyvän. Lopputuloksena kukin havainto saa arvoja välillä $1 - k$ sen perusteella, mihin kulttuurin kuluttajan luokkaan havainto todennäköisimmin sijoittuu. Tämän jälkeen tutkijan tehtävänä on tulkita syntyneet luokat. *LCA* on siis hyvin lähellä faktori-, pääkomponentti- tai klusterianalyysiä, mutta se ei nojaa perinteisiin tilastollista mallintamista koskeviin oletuksiin, kuten lineaarisen riippuvuuden oletukseen, normaalijakaumaoletukseen tai varianssien homogeenisuusoletukseen (Magidson & Vermunt 2003).

Viimeisten vuosien aikana latenttien luokkien analyysin käyttö on yleistynyt kulttuurinsosiologisissa tutkimuksissa. Tutkimuksissa on löydetty mm. populaarikulttuurin kuluttajan (Katz-Gerro & Jæger 2013; Tampubolon 2008a), toisistaan poikkeavien kaikkiruokaisen kulttuurin kuluttajien (Tampubolon 2008b), innokkaan kaikkiruokaisen kulttuurin kuluttajan (Tampubolon 2010), kohtuullisen kulttuurin kuluttajan (Garcia-Álvarez, Katz-Gerro & López-Sintas 2007) ja yksipuolisen tai rajoittuneen kulttuurin kuluttajan luokat (Chan & Goldthorpe 2007a; Chan & Goldthorpe 2007b). Tavallisesti niissä on tarkasteltu kulttuurimakua ja tapahtumissa käymistä yleisesti, jonkin kulttuurimuodon inhoamista tai maun yhdenmukaisuuksia jonkun tietyn kulttuurimuodon sisällä. Useimmissa tutkimuksissa on ollut tapana tarkastella kulttuurimakua tai kulttuurin kuluttamista kaksiluokkaisena ilmiönä (esim. pitäminen vs. ei-pitäminen, käyminen vs. ei-käyminen). Tällainen luokittelu kuitenkin niputtaa yhteen joukon heterogeenisiä kulttuurin kuluttamisen tapoja, kuten erittäin aktiiviset elokuvissa kävijät ja satunnaiskävijät. Samalla saatetaan menettää paljon informaatiota. Seuraankin omassa tutkimuksessani Tampubolonin (2010) esimerkkiä, jossa latenttien luokkien analyysissä käytettävät muuttujat ovat useampiluokkaisia.

3.4.2 Moniluokkainen logistinen regressioanalyysi

Koska selitettävä muuttuja (kulttuurin kuluttamisen luokat) on moniluokkainen ja luokiteluasteikollinen, sosiaalisuuden sekä taustatekijöiden vaikutuksen tutkimiseen soveltuva menetelmä on moniluokkainen logistinen regressioanalyysi. Tavallisen logistisen regressioanalyysiä muistuttaen moniluokkaisessa logistisessa regressioanalyysissä ennustetaan kullekin havainnolle todennäköisyyksiä kuulua kuhunkin luokkaan (Treiman 2009, 336). Tarkoitukseni on siis tarkastella, miten sosiaalisuus sekä sosioekonomiset ja demografiset taustatekijät ovat yhteydessä kuhunkin kulttuurin kuluttamisen luokkaan kuulumisen todennäköisyyteen.

Moniluokkaista logistista regressioanalyysiä koskee myös tavallisen logistisen regressioanalyysin haasteet liittyen logit-estimaattien tulkintaan, kun malleja vertaillaan askeltaen. Tämän tutkielman analyysissä en kuitenkaan aio vertailla malleja askeltaen, mutta käytän silti mallin raportoinnissa sekä mahdollisten tilastollisesti merkitsevien interaktioiden tulkinnassa hyödynni vedonlyöntisuhteiden sijaan keskimääräisiä marginaaliefektejä (engl. *average marginal effects*), joiden on väitetty korjaavan vedonlyöntisuhteiden askeltavaan mallintamiseen liittyvät virhetulkinnat (ks. esim. Mood 2010). Keskimääräiset marginaaliefektit ovat ehdollisia todennäköisyssuhteita, jotka voidaan laskea vedonlyöntisuhteista ja saavat arvoja välillä 0–1. Marginaaliefektit tekevät myös tulosten tulkinnan helpommaksi, koska tällöin saadaan laskettua estimaatit kaikille selitettävän muuttujan luokille kerralla, kun taas vedonlyöntisuhteita käyttämällä vertaillaan selitettävän muuttujan luokkia toisiinsa tai pidetään yhtä selitettävän muuttujan luokkaa referenssiluokkana.¹(Mood 2010.)

3.5 Tutkielman luotettavuus, uskottavuus ja eettisyys

Tutkimuksessa käytetyt mittarit ja mittaustulokset eivät oikeastaan koskaan ole virheettömiä, vaan mittaustulokseen jää aina satunnaisvirhettä. Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaankin yleensä *reliabiliteetin* käsitteen avulla, mikä tarkoittaa mittauksen toistettavuutta (Treiman 2009, 243). Laadittujen mittareiden ja mitattavien ominaisuuksien välistä suhdetta kutsutaan *validiteetiksi* (Nummenmaa 2009, 346). Luotettava mittari mittaa siis hyvin sitä ilmiötä, jota sen pitääkin mitata. Tutkimuksen eettisyys sen sijaan liittyy tässä tutkielmassa keskeisesti sekä hyvään tieteelliseen käytäntöön että tutkittavien henkilöiden tietosuojaan ja anonymisointiin.

¹ Vaikka otantamenetelmä olisikin huomioitu regressiomallissa, niin se pitää huomioida myös marginaaliefektejä laskettaessa, sillä oletusarvoisesti Stata-ohjelmisto laskee marginaaliefektien keskivirheet käyttäen linearisointimenetelmää, joka ei sovellu monimutkaisille otantamenetelmille.

Ajankäyttötutkimus on Suomen virallinen tilasto ja EU-harmonisoitu, joten monista aineiston tarkkuutta koskevista yleisistä seikoista on huolehdittu virallisella tasolla, ja myös vastauskatoa on kompensoitu laskemalla havainnoille painokerroin, jolla otos laajennetaan koskemaan koko perusjoukkoa. Monimutkaisesta otanta- ja estimointiasetelmasta johtuen keskivirheiden laskemisessa pitää kuitenkin ottaa aineiston sisäkorreloituneisuus, mikäli tarkastellaan toimintoja, joita kotitalouden jäsenet viettävät yhdessä, tai jos henkilöillä on päivittäin toistuvia tapoja täyttämässään päiväkirjoissa (SVT 2009). Tässä tapauksessa mittauksen toistettavuus saattaa siis vaihdella riippuen käytetystä tavasta, jolla pienennetään aineiston sisäkorreloituneisuuden aiheuttamaa keskivirhettä.

Otantamenetelmän vaikutus näkyy myös valitsemieni analyysimenetelmien ja käytetyn tilasto-ohjelmiston rajoituksissa. Latenttien luokkien analyysissä painokertoimien huomioimatta jättäminen saattaa johtaa vääristyneisiin estimaatteihin sekä luokkakokoihin. Yksi tapa lisätä painokertoimet analyysiin on ns. ”pseudo-suurimman uskottavuuden estimointi” (engl. *pseudo-maximum likelihood*) (esim. Wedel, Ter Hofstede & Steenkamp 1998). Ongelmana tällaisessa lähestymistavassa kuitenkin on, ettei sopivimman mallin löytämisessä käytettyihin BIC- ja AIC-arvoihin pysty luottamaan (Vermunt & Magidson 2007). Tässä tutkimuksessa seuraankin Vermuntin (2002) painotetuille aineistoille esittämää tapaa toteuttaa latenttien luokkien analyysi, jossa ensin tehdään alustava analyysi ilman painokertoimia ja valitaan aineistoon parhaiten istuva malli, jonka jälkeen analyysi tehdään uudestaan painokertoimilla ja tulkitaan luokkien koot sekä parametrit sisällöllisesti. Myös moniluokkaisessa logistisessa regressioanalyysissä parhaimman tai sopivimman mallin valinta tehdään käyttämällä robustia Waldin testisuuretta.

Validiteetin näkökulmasta Ajankäyttötutkimusta voidaan pitää tilastolliseksi aineistoksi melko laadullisena luonteeltaan, sillä vastaajat omin sanoin kuvailevat toimintojaan päivän aikana. Tämä saattaakin muodostua ongelmalliseksi, mikäli esim. vastaaja tulkitsee seurassa vietetyn ajan yksinolemiseksi.² Ajankäyttöpäiväkirjojen laadullinen tutkimus (esim. Anttila 2012) paljastaakin ajankäyttötutkimuksen validiteettiin liittyvät ongelmat sekä tilastollisten analyysien puutteet. Toisaalta pelkästään survey-menetelmällä kerättyihin määrällisiin aineistoihin nähden ajankäyttötutkimus tarjoaa ainakin periaatteellisella tasolla mahdollisuuden tutkia, mitä ihmiset *oikeasti* tekevät. Erona perinteisiin kyselytutkimuksiin on myös ajankäyttöön liittyvä nollasummapeli: vastaaja ei voi esimerkiksi raportoida tekevänsä kaikkea mahdollista, vaan yhteen toimintoon käytetty aika on muista mahdollisista toiminnoista pois.

Ajankäyttötutkimuksen yhdessäolotietojen puuttuvien havaintojen suuri määrä on myös yksi haaste tutkielman luotettavuuden ja uskottavuuden kannalta, sillä koko vuorokauden ajalta yhdessäolotiedot oli täytetty vain harvoissa päiväkirjoissa. Poistin ana-

² Esimerkin kaltaisen ongelman voidaan kuitenkin tulkita kertovan vastaajan vähäisestä sosiaalisuudesta tai toisiinsuuntautuneisuudesta, jolloin ongelma ei ole tämän tutkimuksen näkökulmasta kovin iso.

lyyseistä sellaiset päiväkirjat, joissa ei ollut täytetty yhdessäolotietoja lainkaan. Tulkitani sosiaalisuudesta perustuukin muiden kuin samassa kotitaloudessa asuvien ihmisten kanssa vietettyyn aikaan, koska oletan ihmisten todennäköisemmin kirjaavan päiväkirjaan toisten kanssa vietetyn ajan kuin yksinolon. Sosiaalisuutta mittaava muuttuja ei kuitenkaan kerro, kenen kanssa tai kuinka monen ihmisen kanssa vastaaja on aikaansa viettänyt, vaan vastaaja saattaa olla viettänyt vaikkapa eri kotitaloudessa asuvan lapsensa kanssa ison osan päivästä, jolloin vastaaja näyttäytyy sosiaalisuus-mittarilla melko sosiaaliselta. Mittari saattaa siis sisältää tällaista virhettä, mutta enimmiltä osin tulkitseen sen mittaavan sitä, miten sosiaalinen ja ylipäänsä toisiinsuuntautunut ihminen on.

Kulttuurin kuluttamisen osalta pitää huomioida, että tarkastelen kulttuurin kuluttamista pelkästään kodin ulkopuolella tapahtuneen toteutuneen kulttuurin kuluttamisen kautta. Tämänlainen kulttuurin kuluttaminen ei kuitenkaan ole sama asia kuin kulttuurimaku, sillä henkilön osallistuminen kulttuuritapahtumiin ei välttämättä ole seurausta tietynlaisesta kulttuurimausta. Vastaavasti kulttuurimaku ei myöskään välttämättä johda kulttuuritapahtumissa käymiseen. Kulttuuripääomaa koskevassa kirjallisuudessa onkin todettu kulttuuritapahtumissa käymisen olevan seurausta erilaisista taustatekijöistä kuin kulttuurimaun, ja että niitä pitää käsitellä erilaisten mekanismien tuotteina (esim. Yaish & Katz-Gerro 2012). Myös kulttuuriosallistumisen muotojen sisällä on paljon kulttuuriin ja sosiaaliin jakoihin liittyvää genrevaihtelua, sillä esim. konsertissa käyminen saattaa koskea vaikka klassista musiikkia tai populaaria musiikkia, jotka voivat olla tapahtumina täysin erilaiset ja joiden kävijäkunnat voivat olla toisistaan hyvinkin poikkeavia.

Tutkimusetiikkaa noudattaen olen käyttänyt analyyseissäni Tilastokeskukselta saatua tietosuojattua sekä anonymisoitua aineistoa, jossa mm. henkilötunnisteet on korvattu pseudotunnisteilla ja muuttujien luokitusta karkeistettu. Aineiston ollessa ns. sekundääriaineisto aineiston keräämisen liittyvät eettiset seikat on käsitelty Tilastokeskuksen toimesta. Noudatan myös Tilastokeskuksen aineistojen käyttöluoepaetoja.

3.6 Mallinnusstrategiasta

Menettelytapaa, jossa ensin lasketaan havainnoille ehdolliset todennäköisyydet kuulua kuhunkin latentiin luokkaan, jonka jälkeen tallennetaan todennäköisyydet korkeimman todennäköisyyden mukaan ja lopuksi tulkitaan selitettävänä muuttujana ristiintaulukoinnissa tai regressiomallissa, kutsutaan latenttien luokkien analyysin kolmen askeleen lähestymistavaksi (esim. Vermunt 2010). Ongelmana tällaisessa lähestymistavassa on analyysin toisessa vaiheessa (arvojen tallentamisessa suurimman todennäköisyyden mukaan) syntyvä luokitteluvirhe, jossa havaintojen a posteriori -todennäköisyydet poikkeavat a priori -todennäköisyyksistä. Seurauksena on, että eri luokkien rajamailla olevat havainnot

voivat tulla luokitelluksi väärin ja aiheuttaa täten harhaisuutta analyysin kolmannessa vaiheessa. Hienostuneempi tapa toteuttaa analyysi onkin ns. yhden askeleen malli, jossa samanaikaisesti tuotetaan latentit luokat ja tehdään regressioanalyysi valittujen selittävien muuttujien kanssa, jolloin estimaattien harhaisuus pienenee. Tässä tutkimuksessa käytän kuitenkin kolmen askeleen lähestymistapaa, koska tutkimusasetelmani on eksploratiivinen, ja koska yhden askeleen mallissa mallin hyvyyden arviointi ja parhaiten sopivimman mallin hakeminen voi olla kankeampaa (Vermunt 2010). Syyt ovat myös käytännölliset, koska paremman jälkitarkastelun mahdollistavan yhden askeleen mallin hyödyntäminen olisi vaatinut toisenlaisen ohjelmiston asentamista. Chan & Goldthorpe (2007b) puolustavat kolmen askeleen lähestymistapaa myös toteamalla, että luokitteluvirheettömyys tarkoittaisi tietynlaisten kulttuurin kuluttajien käyttäytyvän kaikissa mahdollisissa tilanteissa juuri tuolla tavalla, ja että selittävien muuttujien suuri määrä yhden askeleen mallissa voi tuottaa epäluotettavia regressioanalyysin estimaatteja.

Tutkimusasetelman ollessa luonteeltaan eksploratiivinen, en tässä hyödynnä askeltaavaa mallinnusta moniluokkaisessa logistisessa regressioanalyysissä. Sen sijaan yritän hakea aineistoon parhaiten istuvinta mallia, jossa on yhdellä kertaa mukana pelkästään tasolla 0,05 tilastollisesti merkitsevät selittävät muuttujat sekä mahdollisesti tilastolliset merkitsevät interaktiot pääasiallisen selittävän muuttujan (sosiaalinen kanssakäyminen) ja kontrollimuuttujien välillä. Tilastollisesti merkitsevät muuttujat sekä interaktiot päätellään epäparametrisella Waldin testillä. Lopullisessa mallissa voi siis olla alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen pudonnut yksi tai useampi selittävä muuttuja, mikäli ne eivät ole mallissa tilastollisesti merkitseviä. Muuttujien ja interaktioiden rajaaminen vain tilastollisesti merkitseviin pienentää muiden estimaattien harhaisuutta ja tarkoittaa käytännössä sitä, että vastemuuttujan ja pudotettujen muuttujien yhteys selittyy muiden selittävien muuttujien kautta. Lopullisessa regressiomallissa myös aineiston sisäkorreloituneisuus sekä painokertoimet on huomioitu tulosten luotettavuuden ja yleistettävyyden takia.

4 TUTKIMUSTULOKSET

4.1 Kulttuurin kuluttamisen muodot

Taulukko 2 Erilaisiin kulttuurimuotoihin osallistuminen viimeisten 12 kuukauden aikana.

		Ei kertaakaan	Kerran tai kaksi	Enemmän kuin kaksi kertaa	Yhteensä
Elokuvat	N	2009	1292	938	4239
	%	47,4	30,5	22,1	100
Teatteri	N	2157	151	572	4239
	%	50,9	35,6	13,5	100
Konsertit	N	1916	1432	891	4239
	%	45,2	33,8	21,0	100
Tanssiesitykset	N	3352	741	146	4239
	%	79,1	17,5	3,4	100
Ooppera	N	3946	257	36	4239
	%	93,1	6,1	0,9	100
Taidenäyttely tai -museo	N	2274	1315	650	4239
	%	53,6	31,0	15,3	100
Muu museo	N	2300	1453	486	4239
	%	54,3	34,3	11,5	100
Musiiikki-, tanssi-, teatteri-, elokuva- tms. tapahtumat tai festivaalit	N	2731	1138	370	4239
	%	64,4	26,9	8,7	100

Taulukosta 2 nähdään, kuinka eri kulttuurimuotoihin osallistuminen jakautuu osallistumisaktiivisuuden mukaan. Hieman alle puolet vastaajista (47,4 %) ei ole käynyt vuoden sisällä kertaakaan elokuvissa, mutta hieman yli viidennes (22,1 %) on käynyt vähintään kolme kertaa. Teatterissa ei ole käynyt noin puolet vastaajista (50,9 %), mutta siellä käydään eniten kerran tai kaksi vuodessa (35,6 %). Konsertissa käyminen on yleisintä, sillä hieman yli puolet vastaajista (54,8 %) on käynyt konsertissa vähintään kerran vuoden sisällä. Tanssiesityksissä käyminen on melko harvinaista, sillä 79,1 prosenttia vastaajista ei ole käynyt sellaisessa vuoden sisällä. Kaikkein harvinaisinta on kuitenkin oopperassa käyminen, sillä vain vajaa 7 prosenttia vastaajista on käynyt oopperassa vuoden sisällä, ja 0,9 prosenttia vastaajista useammin kuin kaksi kertaa. Taidetapahtumissa tai museossa käyminen ovat myös yleisimmästä päästä kulttuuriosallistumisen muotoja, sillä hieman alle puolet vastaajista (46 %) on käynyt taidenäyttelyssä tai -museossa ja 45 prosenttia

vastaajista muussa museossa vähintään kerran. Yleisissä kulttuuritapahtumissa tai -festivaaleilla on käynyt n. 27 prosenttia vastaajista vuoden sisällä kerran tai kaksi ja 8,7 prosenttia vastaajista useammin kuin kaksi kertaa.

Taulukko 3 Eri latenttien luokkien mallien aineistoon sopivuutta kuvaavat tunnusluvut.

Luokkien lkm	LL	AIC	BIC
3	-26742,4	4973,395	5290,999
4	-26615,0	4752,698	5178,288
5	-26531,3	4619,287	5152,862
6	-26463,7	4518,089	5159,649
7	-26413,1	4450,929	5200,475

Taulukossa 3 on esitetty kulttuurin kuluttamista koskevien latenttien luokkien analyysin eri mallien väliset vertailut. LL on mallin logaritminen todennäköisyysfunktion maksimiarvo, mutta latenttien luokkien analyysissä on kuitenkin mahdollista, että mallin logaritmisuuden todennäköisyysfunktion maksimiarvo onkin paikallinen, eikä globaali maksimiarvo (ks. esim. Masyn 2013, 562–564). Globaalia maksimiarvoa on kuitenkin usein mahdoton löytää analyysissä käytettyjen ohjelmistojen tiedonkäsittelykapasiteetin takia, joten suurimman järkevästi saatavissa olevan maksimiarvon löytämiseksi kukin malli iteroitiin Hipp & Bauerin (2006, 49) ehdottamalla 50 aloitusarvon vähimmäismäärällä ja Taulukossa X esitetyt tulokset perustuvat tällä menetelmällä saatuihin maksimiarvoihin.³ AIC (*Akaike Information Criterion*) sekä BIC (*Bayesian Information Criterion*) kuvaavat mallin sopivuutta aineistoon. Pienet AIC- sekä BIC-arvot kertovat mallin hyvästä sopivuudesta, mutta myös mallin sisällöllinen tulkinta pitää huomioida valittaessa parhaiten aineistoon sopivaa mallia. Taulukosta nähdään, että pienin BIC-arvo on mallissa, jossa on 5 luokkaa, ja että pienin AIC-arvo on mallissa, jossa on 7 luokkaa. AIC-arvojen erotus on kuitenkin suurempi 4 ja 5 luokan mallien välillä kuin 5 ja 6 tai 6 ja 7 luokan mallien, joten kaikkiaan voidaan olettaa, että 5 luokan malli sopisi parhaiten aineistoon taulukon perusteella. Myös sisällöllinen tulkinta tukee tätä ratkaisua.

³ Mallin sisällöllistä tulkintaa tehdessä funktion globaalia maksimiarvoa ei voida kuitenkaan käyttää, sillä valitun analyttisen strategian takia uudelleen tehdyssä, painokertoimen ja sisäkorreloituneisuuden huomioivassa, latenttien luokkien analyysissä mallin hyvyttä arvioivat tilastolliset tunnusluvut pohjautuvat ”pseudo- suurimman uskottavuuden estimointiin”, jonka saamat arvot poikkeavat tavallisesta suurimman uskottavuuden estimoinnista.

Taulukko 4 Latentin muuttujan luokkien suhteelliset koot sekä eri kulttuuriosallistumisen muotojen ehdolliset todennäköisyydet viiden luokan mallissa.

	1	2	3	4	5
Luokkien suhteellinen koko	0,33 (0,33)	0,36 (0,40)	0,12 (0,11)	0,06 (0,04)	0,13 (0,12)
Elokuvat					
Kerran tai kaksi	0,14	0,37	0,49	0,22	0,25
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,07	0,24	0,19	0,49	0,61
Teatteri					
Kerran tai kaksi	0,14	0,47	0,49	0,13	0,37
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,02	0,10	0,15	0,04	0,50
Konsertit					
Kerran tai kaksi	0,12	0,53	0,47	0,10	0,28
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,01	0,17	0,04	0,90	0,68
Tanssiesitykset					
Kerran tai kaksi	0,04	0,22	0,17	0,06	0,45
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,01	0,03	0,04	0,01	0,44
Ooppera					
Kerran tai kaksi	0,01	0,05	0,11	0,05	0,16
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,05
Taidenäyttely tai -museo					
Kerran tai kaksi	0,11	0,42	0,50	0,22	0,34
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,01	0,01	0,44	0,22	0,61
Muu museo					
Kerran tai kaksi	0,15	0,45	0,53	0,24	0,45
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,02	0,05	0,26	0,06	0,38
Musiikki-, tanssi-, teatteri-, elokuva- tms, tapahtumat tai festivaalit					
Kerran tai kaksi	0,07	0,43	0,11	0,32	0,46
Enemmän kuin kaksi kertaa	0,03	0,05	0,07	0,46	0,29

Taulukossa 4 on esitetty latentin muuttujan luokkien suhteelliset koot sekä kahdeksan eri kulttuuriosallistumisen muotojen ehdolliset todennäköisyydet sopivimmaksi todetussa viiden luokan mallissa. Sulkeissa on ilmoitettu latenttien luokkien toteutuneet koot, kun havainnot luokiteltiin korkeimman todennäköisyyden perusteella kuhunkin luokkaan. Väärin luokiteltujen havaintojen määrää, eli luokitteluvirhettä, ei kuitenkaan tästä voida päätellä, mutta analyysin tuottamien luokkakokojen ja havaintojen luokittelun jälkeen syntyneiden luokkakokojen erot ovat kuitenkin melko pieniä. Taulukkoon on raportoitu ehdolliset todennäköisyydet ainoastaan kerran tai kaksi käyneiden ja enemmän kuin kaksi kertaa käyneiden osalta tulkinnan helpottamiseksi.

Ensimmäiseen luokkaan kuuluu noin kolmannes (33 %) havainnoista. Tämän luokan edustajia kuvastaa pienet todennäköisyydet osallistua mihinkään kulttuuriaktiiviteettiin

viimeisten 12 kuukauden aikana. Tutkimuskirjallisuudessa on usein esitetty vastaavalaisten ihmisten olevan rajoittuneita tai yksipuolisia kulttuuriharrastajia (mm. Chan & Goldthorpe 2007a; Chan & Goldthorpe 2007b), jolloin heillä olisi iso todennäköisyys osallistua johonkin yhteen tiettyyn kulttuurimuotoon, mutta tämän aineiston perusteella heitä voisi kutsua *kulttuuripassiivisiksi*. Kulttuuriharrastamisen vähäisyys ei kuitenkaan tarkoita, etteikö henkilö joskus harrastaisi jotain kulttuuria kodin ulkopuolella, vaan henkilö voi harrastaa harvemmin kuin kerran vuodessa ja myös muunlaista kulttuuria kuin tässä on tutkittu.

Toinen luokka on suurin ja siihen kuuluu 40 prosenttia havainnoista. Tämä luokka ei ole tulkinnaltaan helpoin, mutta sitä kuvastaa harrastusaktiivisuuden suhteen pienet todennäköisyydet osallistua aktiivisesti mihinkään kulttuurimuotoon. Tähän luokkaan kuuluvat eivät kuitenkaan välttele mitään kulttuurimuotoa, vaan voivat osallistua melkein mihin kulttuurimuotoon tahansa. Tällaisilla henkilöillä ei välttämättä ole suuria taipumuksia hakeutua jonkun tietyn kulttuurimuodon pariin, vaan kulttuuritapahtumissa käyminen yleisesti voi olla heille satunnainen ajanviettotapa tai keino saada kulttuurista tietämystä ja ”pysyä mukana”, jolloin heidän asemansa muistuttaa Lizardon (2011) kuvailemaa pinnallisesti monista eri kulttuurimuodoista tietäviä ihmisiä. Heidän kulttuurin kulluttamistaan voidaankin kutsua Lahirea (2008) mukailleen epäjohdonmukaiseksi, sillä vaikka he voivat harrastaa mitä tahansa kulttuuria, ei heitä varsinaisina kaikkiruokaisina kulttuuriharrastajina voida pitää. Myös Ollivierin (2008) ajatus välinpitämättömästä tai populistisesta avoimuudesta kulttuurista monimuotoisuutta kohtaan tulee lähelle käsitystä kulttuuriharrastuksen epäjohdonmukaisuudesta. Näistä syistä toiseen luokkaan kuuluvia kutsun jatkossa epäjohdonmukaisiksi ja ristiriitaisiksi, eli *dissonanteiksi* kulttuurinharrastajiksi.

Kolmanteen luokkaan kuuluu 11 prosenttia havainnoista. Tämän luokan edustajat käyvät satunnaisesti elokuvissa, teatterissa, konserteissa ja oopperassa, ja aktiivisesti taide- näyttelyissä tai -museoissa ja muissa museoissa. Vastaavasti kulttuuritapahtumiin tai -festivaaleihin tai tanssiesityksiin he eivät todennäköisesti osallistu. Tähän luokkaan kuuluvia henkilöitä voisikin kutsua *korkeakulttuurin harrastajiksi*, vaikka perinteisesti institutionalisoituneen korkeakulttuurin muotona nähdyn tanssitaiteen harrastaminen on vähäistä, eikä elokuvissa ja konserteissa käyminen kerro vielä, millaisia elokuvia ja konsertteja tähän luokkaan kuuluvat ovat käyneet katsomassa. Taidenäyttelyissä tai -museoissa ja muissa museoissa käymisen aktiivisuus ja vastaavasti kulttuurifestivaaleilla käymisen vähäisyys kuitenkin kertoo, että nämä ihmiset eivät todennäköisesti innostu suurista massatapahtumista, vaan pitävät enemmän intiimeistä kulttuurikokemuksista.

Neljänteen luokkaan kuuluu 4 prosenttia havainnoista ja tämän luokan kulttuuriosallistumista luonnehtii aktiivinen elokuvissa käyminen, aktiivinen konserteissa käyminen sekä aktiivinen osallistuminen erilaisiin kulttuuritapahtumiin ja -festivaaleihin. Tätä luok-

kaa voidaankin luonnehtia *populaarikulttuurin harrastajiksi*. Kuten korkeakulttuurin harrastajienkin kohdalla, luokan täsmällisempi luonnehdinta vaatisi tietämystä elokuvien ja konserttien sisällöstä. Teatterissa, tanssiesityksissä tai oopperassa käyminen ei kuitenkaan kuulu tämän luokan jäsenten olennaisiin harrastustapoihin, mutta taidenäyttelyissä tai -museoissa käyminen ei ole kovin epätodennäköistä. Vastaavanlaiseen havainnon populaarikulttuurin harrastajien verrattain suuresta todennäköisyydestä käydä taidenäyttelyissä tai -museoissa tekivät myös Katz-Gerro & Jæger (2013).

Viimeiseen, eli viidenteen, luokkaan kuuluu 12 prosenttia havainnoista. Heidän kulttuuriosallistumisensa on ensinnäkin kaikkiruokaista ja toisekseen erittäin aktiivista, joten tätä ryhmää voidaan kutsua *ahnaiksi kulttuurinharrastajiksi* (esim. Sullivan & Katz-Gerro 2007). Samanlaista kulttuurin kuluttajan tyyppiä on myös kutsuttu innokkaaksi kaikkiruokaiseksi kulttuurin kuluttajaksi (Tampubolon 2010). Oopperassa käymisen ehdolliset todennäköisyydet tässä luokassa ovat melko pieniä, mutta silti suurimmat muihin luokkiin nähden. Mielenkiintoinen kulttuurimuoto onkin tanssiesitykset, sillä tulosten perusteella ahaat kulttuurinharrastajat ovat ainoa luokka, joka käy melko suurella todennäköisyydellä aktiivisesti tanssiesityksissä. Suomalaisilla tanssifestivaaleilla tehdyistä kävijätutkimuksista on myös paljastunut tanssiesityksissä käyvien ihmisten aktiivinen ja laaja kulttuuriharrastaminen (Cantell 2003). Koska satunnainenkin tanssiesityksissä käyminen on aineiston perusteella todennäköisempää kulttuurisesti avoimilla henkilöillä kuin korkeakulttuurin harrastajilla, niin voidaan olettaa, että tanssitaiteen harrastaminen on enemmän merkki kulttuurisesta avoimuudesta ja kaikkiruokaisuudesta kuin korkeakulttuurin harrastamisesta.

Löydetyt kulttuurin kuluttamisen luokat ovat melko yhdenmukaisia aiemmissä tutkimuksissa havaittujen kulttuurin kuluttamisen mallien kanssa. Luokkien määrä sekä poikkeavuus toisistaan niin kulttuurin kuluttamisen laajuuden kuin aktiivisuudenkin osalta kertovat siitä, että suomalaisten kulttuurin kuluttamisen tavoissa on samoja piirteitä kuin muissakin maissa tehdyissä tutkimuksissa. Huomionarvoista on kuitenkin *kulttuuripassiivisten* luokka, joka on kooltaan melko suuri (33 %) ja ovat selkeästi passiivisempia kuin muissa tutkimuksissa suurimpina luokkina pidetyt rajoittuneet tai yksipuoliset kulttuuriharrastajat. Vastaavasti suurimmaksi luokaksi (40 %) paljastui näissä analyyseissä *dissonanttien kulttuuriharrastajien* luokka, joiden kulttuuriosallistumista kuvastavat erityisesti sen satunnaisuus ja mahdolliset yksilölliset tavat enemmän kuin vahvat makutotumukset. Myös Ranskassa (Lahire 2004) ja Flanderissa (Daenekindt & Roose 2014) on havaittu selkeän enemmistön olevan dissonantteja kulttuurinkuluttajia. *Korkeakulttuurin harrastajien* olemassaolosta on kiistelty jonkin verran (ks. esim. Tampubolon 2008a), eikä niitä ole aina löydetty kulttuurin kuluttamista koskevissa latenttien luokkien analyyseissä. Kuitenkin tämän tutkielman analyyseissä heidän olemassaolonsa voitiin löytää, vaikka heitä ei kovin isoa joukkoa ole (11 %). Melko yllättäviä ovat myös *populaarikult-*

tuurin harrastajien ja ahnaiden kulttuuriharrastajien luokkien koot (4 % ja 12 %). Populaarikulttuurin harrastajien määrä on melko pieni siihen nähden, että esim. Tanskaa koskevassa tutkimuksessa v. 2004 kyseisen luokkaan kuului 40 prosenttia vastaajista (Katz-Gerro & Jæger 2013, 251). Vastaavasti ahnaiden kulttuuriharrastajien määrä on hieman suurempi kuin yleensä tutkimuksissa löydetyt kaikkiruokaisten kulttuurinkuluttajien määrät.

Millaisia ovat nämä löydetyt kulttuurin kuluttamisen luokat sosiaaliselta, demografiselta ja sosioekonomiselta profiililtaan? Seuraavaksi tarkastellaan löydettyjä luokkia sosiaalisuuden sekä erilaisten taustamuuttujien valossa.

4.2 Sosiaalisen kanssakäymisen vaikutus kulttuurin kuluttamisen tapoihin

Taulukko 5 Kulttuurin kuluttamisen luokkien sekä selittävien muuttujien väli-
set yhteydet (keskiarvot, frekvenssit ja prosenttiosuudet).

	Passiiviset	Dissonantit	Korkea- kulttuuri	Populaari- kulttuuri	Ahnaat	Yhteensä (ka)
Kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan osuus valveillaoloajasta (ka)	0,16	0,18	0,18	0,21	0,20	0,18
Ikä (ka)	47,8	45,9	49,7	38,2	47,4	46,8
Sosioekonominen asema (N (%))						Yhteensä (N (%))
Ylemmät toimihenkilöt	172 (17)	409 (41)	136 (14)	51 (5)	237 (24)	1005 (100)
Yrittäjät	138 (32)	165 (39)	57 (13)	26 (6)	40 (9)	426 (100)
Alemmat toimihenkilöt	288 (27)	495 (47)	115 (11)	39 (4)	119 (11)	1056 (100)
Työntekijät	347 (49)	261 (37)	46 (6)	34 (5)	27 (4)	715 (100)
Ammatissa toimimattomat ja tuntemattomat	439 (42)	345 (33)	126 (12)	29 (3)	98 (9)	1037 (100)
Tuloluokka (N (%))						
Alin tuloluokka	381 (45)	294 (35)	79 (9)	40 (5)	55 (6)	849 (100)
2.	353 (42)	331 (39)	68 (8)	37 (4)	58 (7)	847 (100)
3.	249 (29)	358 (42)	100 (12)	30 (4)	112 (13)	849 (100)
4.	234 (28)	353 (42)	103 (12)	29 (3)	128 (15)	847 (100)
Ylin tuloluokka	167 (20)	339 (40)	130 (15)	43 (5)	168 (20)	847 (100)
Koulutusaste (N (%))						
Ei korkeakoulututkintoa	1001 (42)	913 (39)	226 (10)	75 (3)	153 (6)	2368 (100)
Korkeakoulututkinto	383 (20)	762 (41)	254 (14)	104 (6)	368 (20)	1871 (100)
Sukupuoli (N (%))						
Mies	799 (41)	733 (37)	191 (10)	103 (5)	142 (7)	1968 (100)
Nainen	585 (26)	942 (41)	289 (13)	76 (3)	379 (17)	2271 (100)
Kuntaryhmitys (N (%))						
Kaupunkimaiset kunnat	745 (27)	1114 (40)	344 (12)	135 (5)	419 (15)	2757 (100)
Taajaan asutut kunnat	266 (39)	261 (39)	56 (8)	26 (4)	65 (10)	674 (100)
Maaseutumaiset kunnat	373 (46)	300 (37)	80 (10)	18 (2)	37 (5)	808 (100)
Kotitalouden koko (N (%))						
Yhden hengen kotitalous	177 (37)	156 (32)	51 (11)	22 (5)	76 (16)	482 (100)
Kahden tai useamman hengen kotitalous	1207 (32)	1519 (40)	429 (11)	157 (4)	445 (12)	3757 (100)
Yhteensä (N (%))	1384 (33)	1675 (40)	480 (11)	179 (4)	521 (12)	4239 (100)

Taulukosta 5 nähdään, millainen yhteys löydetyillä kulttuurin kuluttamisen luokilla on kuhunkin selittävään muuttujaan yksitellen tarkasteltuna. Kulttuuripassiiviset käyttävät

keskimäärin vähiten aikaa kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin (16 % valveillaoloajasta), kun taas populaarikulttuurin kuluttajat käyttävät eniten (21 %). Keskimäärin vanhimpia sen sijaan ovat korkeakulttuurin harrastajat (49,7 -vuotiaita) ja nuorimpia populaarikulttuurin kuluttajat (38,2). Sosioekonomisen aseman kautta tarkasteltuna kulttuuripassiivisia on eniten työntekijöiden joukossa (49 %), dissonantteja kulttuurinharrastajia alempien toimihenkilöiden joukossa (47 %), korkeakulttuurin harrastajia ylempien toimihenkilöiden joukossa (14 %), populaarikulttuurin kuluttajia yrittäjissä (6 %) ja ahnaita kulttuurin kuluttajia ylempien toimihenkilöiden joukossa (24 %). Kulttuuripassiivisia on myös eniten alimmassa tuloluokassa (45 %), kun taas ylimpään tuloluokkaan kuuluvia on eniten korkeakulttuurin harrastajissa (15 %) ja ahnaissa kulttuurin kuluttajissa (20 %). Koulutuksen osalta suuntaus on myös selkeä, sillä 42 prosenttia vailla korkeakoulututkintoa olevista ovat kulttuuripassiivisia ja 6 prosenttia ahnaita kulttuurin kuluttajia, kun taas korkeakoulututkinnon suorittaneista viidennes on kulttuuripassiivisia ja toinen viidennes ahnaita kulttuurin kuluttajia. Sukupuolen kautta tarkasteltuna nähdään, että miehistä hieman alle puolet (41 %) on kulttuuripassiivisia ja 7 prosenttia ahnaita, kun taas naisista 26 prosenttia on kulttuuripassiivisia ja 17 prosenttia kulttuuriahnaita; populaarikulttuurin kuluttajissa miehiä on tosin hieman naisia enemmän. Yllättävää ei liene se, että maaseutumaisissa kunnissa asuvia on eniten kulttuuripassiivisissa (46 %) ja että 15 prosenttia kaupunkimaisissa kunnissa asuvista on ahnaita kulttuurinharrastajia. Mielenkiintoinen havainto sen sijaan on se, että yksin asuvia on useamman hengen kotitaloudessa asuviin nähden enemmän kulttuuripassiivisissa (37 % vs. 32 %), mutta myös ahnaissa kulttuurinharrastajissa (16 % vs. 12 %).

Kulttuurin kuluttamisen luokkien ja selittävien muuttujien keskiarvojen ja ryhmäkojojen vertailu osoittaa siis sen, että yhteydet näyttävät olevan hyvin pitkälti tutkimuskirjallisuuden tarjoamien oletusten mukaiset. Sosiaalisuuden sekä kulttuurin kuluttamisen luokkien välisestä yhteydestä voidaan saada lisäinformaatiota tarkastelemalla kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan sekä kontrollimuuttujien välistä yhteyttä. Liitetaulukossa 1 on kuvattu nämä yhteydet. Taulukosta nähdään, että ammatissa toimimattomat tai tuntemattomat sekä yrittäjät käyttävät keskimäärin vähiten aikaa kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin (14 % ja 15 %), kun taas alemmat toimihenkilöt ja työntekijät käyttävät eniten (22 %). Tulojen yhteys sosiaalisuuteen ei vaihtelee eri tuloluokissa, vaan kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan osuus keskimäärin on suunnilleen sama kaikissa tuloluokissa (17 - 18 %). Koulutuksen osalta nähdään, että vailla korkeakoulututkintoa olevat henkilöt viettävät keskimäärin hieman enemmän aikaa kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa kuin korkeasti koulutetut (19 % vs. 17 % valveillaoloajasta). Sukupuolten välillä ei sen sijaan ole eroa kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan osuudessa, vaan molemmat käyttävät keskimäärin saman verran aikaa (18 %). Myöskään kuntaryhmitysten välillä ei ole havaittavissa suuria eroja kotitalouden ul-

kopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan määrässä. Kotitalouden koko sen sijaan oletusten mukaisesti vaikuttaa siihen, kuinka paljon käytetään aikaa kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin: yksin asuvilla kaikki sosiaaliset suhteet ovat kotitalouden ulkopuolisia sosiaalisia suhteita, ja he viettävät keskimäärin kolmanneksen valveillaoloajastaan toisten ihmisten kanssa, kun taas kahden tai useamman hengen kotitalouksissa asuvat viettävät keskimäärin 16 prosenttia. Iän korrelaatio kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin vietetyn ajan kanssa on erittäin lievästi negatiivinen, joten siitä ei voida päätellä, että eri-ikäiset ihmiset käyttäisivät keskimäärin enemmän aikaa kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin. Näistä kaikista yhteyksistä voidaan nähdä, että sekä keskimääräiset erot että korrelaatiot ovat melko pieniä tai heikkoja. Mielenkiintoista kuitenkin on, että tietyt keskimääräistä kulttuuripassiivisemmat ryhmät (esim. sosioekonomiselta asemaltaan työntekijät sekä vailla korkeakoulututkintoa olevat) käyttävät keskimääräistä enemmän aikaa kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin. Kuitenkin vasta regressiomallin avulla voidaan tarkastella tarkemmin, millainen yhteys sosiaalisuudella sekä kontrollimuuttujilla on kulttuurin kuluttamiseen sekä onko sosiaalisuudella ja jollain kontrollimuuttujalla yhteisvaikutusta.

Taulukosta 6 nähdään lopullisen moniluokkaisen logistisen regressiomallin tilastollisesti merkitsevien muuttujien marginaaliefektit sekä näiden vaihteluvälit. Taulukosta nähdään ensinnäkin, että sosiaalisuudella (mitattuna kotitalouden ulkopuolisiin suhteisiin käytetyn ajan osuudella valveillaoloajasta) on tilastollisesti merkitsevä yhteys kulttuurin kuluttamiseen. Toiseksi nähdään, että tilastollisesti merkitseviä kontrollimuuttujia ovat sosioekonominen asema, koulutus, sukupuoli, ikä sekä kuntaryhmitys. Tulojen yhteys kulttuurin kuluttamiseen ei siis ollut mallissa tilastollisesti merkitsevä, vaan niiden yhteys todennäköisesti selittyy sosioekonomisen aseman ja koulutuksen kautta. Myös hieman yllättäen kotitalouden koon yhteys kulttuurin kuluttamiseen selittyy muiden kontrollimuuttujien kautta, vaikka sen olisi voinut olettaa heikentävän mallissa sosiaalisuuden ja kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä. Taulukosta nähdään myös, ettei sosiaalisuudella sekä yhdelläkään kontrollimuuttujalla ollut tilastollisesti merkitsevää yhteisvaikutusta, eli interaktiota, kulttuurin kuluttamiseen. Tämä tarkoittaa sitä, että sosiaalisuuden yhteys kulttuurin kuluttamiseen on itsenäinen, eikä se selity demografisten tai sosioekonomisten taustatekijöiden kautta, eikä se myöskään vaihtelee taustatekijöiden eri luokissa. Sosiaalisuuden vaikutus kulttuurin kuluttamisen muotoihin on siis samanlainen kaikissa ihmisryhmissä.

Taulukko 6 Kotitalouden ulkopuolisten sosiaalisten suhteiden sekä kontrollimuuttujien yhteydet kulttuurin kuluttamisen luokkiin. Marginaaliefektit ja niiden vaihteluvälit. N=4239.

	Passiiviset	Dissonantit	Korkea-kulttuuri	Populaari-kulttuuri	Ahnaat
Kotitalouden ulkopuoliset sosiaaliset suhteet	-0,133*** [-0,210;-0,056]	0,021 [-0,059;0,101]	0,009 [-0,046;0,065]	0,024 [-0,013;0,062]	0,078** [0,024;0,132]
Ylemmät toimihenkilöt (ref.)	0	0	0	0	0
Yrittäjät	0,022 [-0,060;0,103]	-0,03 [-0,130;0,069]	0 [-0,058;0,058]	0,064 [-0,002;0,129]	-0,055 [-0,120;0,010]
Alemmat toimihenkilöt	0,073* [0,007;0,140]	0,017 [-0,056;0,091]	-0,023 [-0,064;0,018]	0,009 [-0,021;0,040]	-0,078*** [-0,122;-0,033]
Työntekijät	0,209*** [0,129;0,289]	-0,069 [-0,158;0,019]	-0,055* [-0,102;-0,008]	0,02 [-0,016;0,056]	-0,105*** [-0,165;-0,045]
Ammatissa toimimattomat tai tuntemattomat	0,173*** [0,105;0,242]	-0,110** [-0,185;-0,036]	-0,005 [-0,052;0,042]	0,005 [-0,027;0,036]	-0,063* [-0,114;-0,011]
Korkeakoulututkinto	-0,128*** [-0,179;-0,077]	-0,001 [-0,058;0,056]	0,025 [-0,007;0,058]	0,027* [0,001;0,054]	0,076*** [0,038;0,115]
Nainen	-0,132*** [-0,173;-0,091]	0,041 [-0,005;0,087]	0,024 [-0,003;0,052]	-0,034** [-0,057;-0,012]	0,100*** [0,071;0,129]
Ikä ¹	0,002 [-0,000;0,004]	-0,001 [-0,003;0,001]	0,002** [0,001;0,004]	-0,003*** [-0,005;-0,002]	0,001 [-0,001;0,002]
Kaupunkimaiset kunnat (ref.)	0	0	0	0	0
Taajaan asutut kunnat	0,109** [0,042;0,176]	-0,013 [-0,082;0,055]	-0,034 [-0,072;0,004]	-0,007 [-0,045;0,031]	-0,054** [-0,093;-0,015]
Maaseutumaiset kunnat	0,151*** [0,088;0,215]	-0,004 [-0,068;0,059]	-0,01 [-0,051;0,030]	-0,035** [-0,058;-0,013]	-0,101*** [-0,130;-0,072]
Vapausasteet	40	40	40	40	40

* p<0,05, ** p<0,01, *** p<0,001

¹Ikä keskitetty arvolle 45

Tarkasteltaessa *kulttuuripassiivisuutta* selittäviä tekijöitä nähdään ensinnäkin, että sosiaalisuus pienentää todennäköisyyttä olla kulttuuripassiivinen tilastollisesti erittäin merkittävästi: mikäli henkilö viettää koko valveillaoloaikansa kotitaloutensa ulkopuolisten ihmisten kanssa, on hän keskimäärin 13,3 prosenttiyksikköä vähemmän todennäköisemmin kulttuuripassiivinen henkilö kuin sellainen henkilö, joka ei vietä yhtään aikaa kotita-

loutensa ulkopuolisten ihmisten kanssa. Vastaavasti taulukosta nähdään myös, että sosioekonomiselta asemaltaan työntekijät ovat keskimäärin 21 prosenttiyksikköä todennäköisemmin kulttuuripassiivisia kuin ylemmät toimihenkilöt. Koulutuksen osalta nähdään, että korkeakoulututkinnon omaavat ovat keskimäärin n. 13 prosenttiyksikköä vähemmän todennäköisemmin kulttuuripassiivisia kuin vailla korkeakoulututkintoa olevat. Myös sukupuolen merkitys kulttuuripassiivisuuteen on tilastollisesti erittäin merkitsevä, sillä miehet ovat keskimäärin 13 prosenttiyksikköä naisia todennäköisemmin kulttuuripassiivisia. Iän yhteys kulttuuripassiivisuuteen ei ole tilastollisesti merkitsevä. Kuntaryhmituksen osalta nähdään, että kulttuuripassiivisuuden todennäköisyys kasvaa kaupunkimaisten kuntien ulkopuolella: taajaan asutuissa kunnissa asuvat ovat keskimäärin 11 prosenttiyksikköä ja maaseutumaisissa kunnissa asuvat keskimäärin 15 prosenttiyksikköä todennäköisemmin kulttuuripassiivisia kuin kaupunkimaisissa kunnissa asuvat. Kulttuuripassiivisuutta selittävät tekijät ovat siis hyvin samanlaisia kuin on muissa tutkimuksissa (esim. Chan & Goldthorpe 2007a; Chan & Goldthorpe 2007b) todettu olevan vähäisillä kulttuurinharrastajilla täydennettynä sillä havainnolla, että kulttuuripassiiviset ovat myös vähemmän sosiaalisia. Tutkimustulos tukee myös vanhempaa suomalaista tutkimusta sosiaalisesti eristyneiden kulttuuripassiivisuudesta (Allardt – Jartti – Jyrkilä – Littunen 1958).

Dissonantteja kulttuurinharrastajia tarkasteltaessa nähdään, että tilastollisesti merkitsevästi ainoastaan sosioekonomisen asema selittää luokkaan kuulumista siten, että ammatissa toimimattomat ja ammatiltaan tuntemattomat ovat keskimäärin 11 prosenttiyksikköä vähemmän todennäköisemmin dissonantteja kulttuurinharrastajia kuin ylemmät toimihenkilöt. Sosiaalisuuden yhteys epäjohdonmukaisuuteen ei ole tilastollisesti merkitsevä, vaikka sosiaalisuus kasvattaakin hieman todennäköisyyttä olla kulttuurisesti dissonantti. Saatu tulos on melko mielenkiintoinen, sillä kyseessä on kooltaan suurin kulttuurin kuluttajien luokka. Todennäköisesti ryhmän sisällä onkin sosiaalisuudeltaan sekä sosioekonomiselta ja demografiselta profiililtaan niin erilaisia henkilöitä, ettei tilastollisesti merkitseviä selittäviä tekijöitä löytynyt kuin yhdestä muuttujasta. Tällainen tulos johtaa Lahirea (2008) mukailevaan tulkintaan, että isolle osalle suomalaisista kulttuuritapahtumissa käyminen on enimmäkseen luonteeltaan epäjohdonmukaista tai dissonanttia, ja että tällaisessa kulttuuriharrastamisessa ei ole kyse habituksen ilmenemisestä, vaan yksilöt ovat sosiaalistuneet useissa erilaisissa konteksteissa. Kulttuurihierarkiset rajat ylittävää kulttuurinharrastamista on siis havaittavissa kaikissa yhteiskuntaluokissa ja muissa sosiaalisissa jaoissa. Mikäli dissonantit tulkitaan myös henkilöiksi, jotka tietävät vähän kaikista kulttuurimuodoista, ei heidän kulttuuriosallistumisensa muunnu sosiaalisuudeksi, toisin kuin Lizardo (2011) havaitsi.

Korkeakulttuurin harrastajuutta selittäviä tekijöitä tarkasteltaessa nähdään, ettei sosiaalisuus selitä todennäköisyyttä kuulua korkeakulttuurin kuluttajiin. Sen sijaan sosioekonomiselta asemaltaan työntekijöitä olevat ovat keskimäärin n. 6 prosenttiyksikköä vähemmän todennäköisemmin korkeakulttuurin harrastajia kuin ylemmät toimihenkilöt.

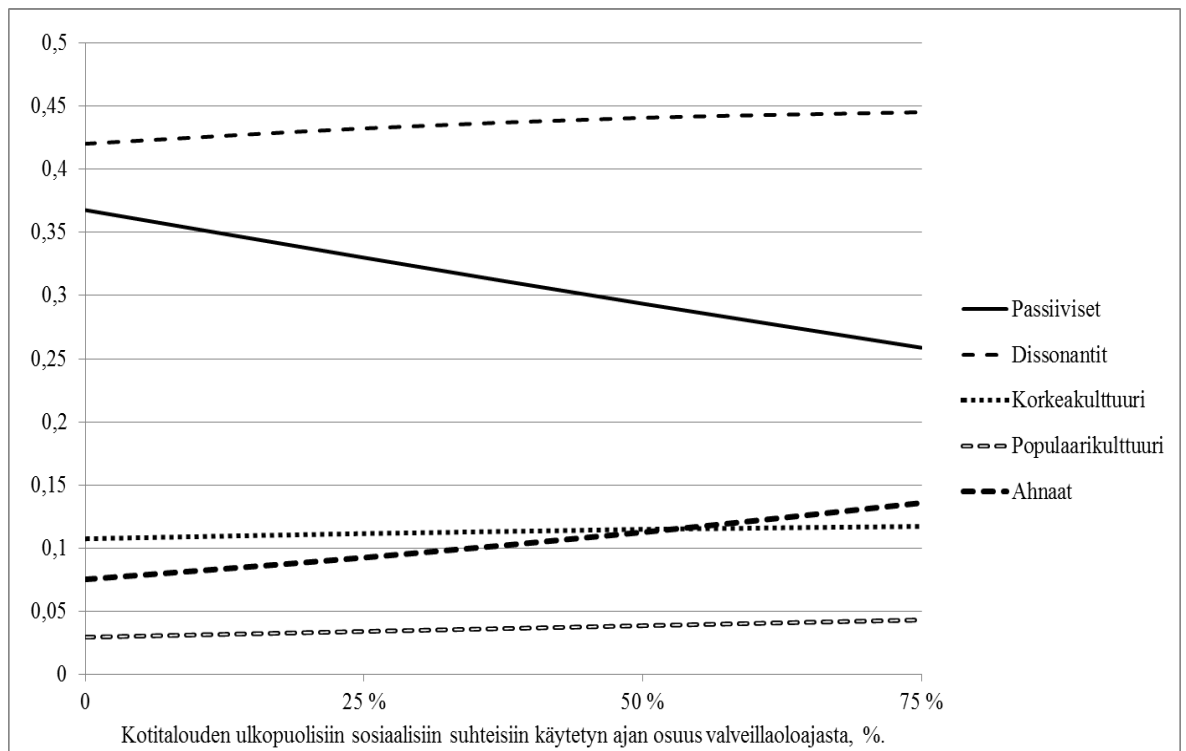
Myös ikä kasvattaa todennäköisyyttä olla korkeakulttuurin kuluttaja keskimäärin 0,2 prosenttiyksikköä per ikävuosi. Muut kontrollimuuttujat eivät selitä korkeakulttuurin kuluttamista tilastollisesti merkitsevästi, mikä on hieman yllättävää aiempiin tutkimuksiin nähden, sillä korkeakulttuurin kuluttaminen on yleensä ollut selkeästi liitoksissa korkeaan sosioekonomiseen asemaan ja korkeaan koulutukseen. Suomalaisen korkeakulttuurin harrastamista ei voida hyvällä syyllä kutsua snobismiksi (ks. esim. Purhonen & työryhmä 2014). Korkeakulttuurin harrastaminen näyttäisi sen sijaan tulosten perusteella olevan tyypillistä vanhemmilla ja vähintään keskiluokkaisilla ihmisillä. Tämä tulos voidaan tulkita siten, ettei korkeakulttuurin harrastamisella ole kovin vahvaa yhteiskuntaluokkien välisiä eroja ylläpitävää luonnetta, vaan iäkkäämmät ihmiset voivat olla mieltyneitä esim. taidenäyttelyihin ja -museoihin niiden käyttäjälähtöisen luonteen takia: gallerioihin ja museoihin voi mennä silloin kun itselle sopii ja niitä voi kiertää haluamaansa tahtiin. Kyse voi olla myös siitä, että iäkkäämmät ihmiset ovat sosialisoituneet nuoruudessaan kuluttamaan kyseisiä kulttuurimuotoja, joita voidaan nykyään pitää korkeakulttuurina. Kaikkiaan korkealla iällä on havaittu olevan Suomessa vahva yhteys korkeakulttuuriseen makuun (esim. Purhonen, Gronow & Rahkonen 2009).

Populaarikulttuurin harrastajat ovat keskimäärin sosiaalisempia, mutta eivät tilastollisesti merkitsevästi. Kontrollimuuttujista sen sijaan nähdään, että he ovat keskimäärin suuremmalla todennäköisyydellä korkeakoulututkinnon omaavia, nuoria ja miehiä, mutta he eivät asu maaseutumaisissa kunnissa. Populaarikulttuurin harrastajista piirtyykin kuva nuorista ja urbaaneista miehistä, jotka käyvät paljon konserteissa, elokuvissa ja erilaisilla kulttuurifestivaaleilla. He voivat olla sosiaalisesti aktiivisia ihmisiä, mutta samassa tilassa tapahtuvan sosiaalisuuden sijaan osa heidän sosiaalisuudesta voi tapahtua verkossa, jossa vaihdetaan kulttuuriin liittyvää tietoa ja keskustellaan mm. elokuvista ja musiikista, minkä vuoksi heidän sosiaalisuutensa ei välttämättä välity tarkasteltaessa pelkästään fyysisistä yhdessäolosta. Tutkimustulos ei siis tällaisenaan anna tukea väitteille, joiden mukaan populaarikulttuurin kuluttamisella ei olisi sosiodemografisia yhteyksiä ja se tarjoaa siksi pohjaa arkielämän sosiaalisuudelle (DiMaggio 1987) tai että populaarikulttuurinen maku olisi yhteydessä yksilön sosiaalisissa verkostoissa ilmeneviin heikkoihin siteisiin, ts. tuttaviin (Lizardo 2006).

Viimeisenä taulukosta nähdään, miten sosiaalisuus sekä kontrollimuuttujat selittävät kuulumista *ahnaisiin kulttuuriharrastajiin*. Kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa vietetty aika lisää todennäköisyyttä kuulua ahnaisiin kulttuuriharrastajiin tilastollisesti melko merkitsevästi: koko valveillaoloaikansa kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa viettävä henkilö on keskimäärin 7,8 prosenttiyksikköä todennäköisemmin ahnas kulttuuriharrastaja kuin sellainen henkilö, joka ei vietä yhtään aikaa. Sosiaalisuus ei siis vaikuta pelkästään eri kulttuuritapahtumissa käymisen laajuuteen, vaan myös kulttuurisen tietämisen syvenemiseen aktiivisen tapahtumissa käymisen kautta. Muista kontrollimuut-

tujista nähdään, että yhteydet ovat suunnilleen täysin päinvastaiset kuin kulttuuripassiivisuutta selitettäessä, sillä ahnaat kulttuuriharrastajat ovat sosioekonomiselta asemaltaan todennäköisimmin ylempiä toimihenkilöitä, korkeakoulututkinnon omaavia ja naisia, ja he asuvat kaupunkimaisissa kunnissa. Ahnaat kulttuuriharrastajat ovat siis sosioekonomiselta ja demografiselta taustaltaan samanlaisia kuin korkeakulttuuriset kaikkiruokaiset (engl. *highbrow omnivorousness*) (esim. Peterson 2005).

Yhdessä kulttuuripassiivisten kanssa ahnaita kulttuuriharrastajia voidaan tulkita DiMaggion (1987, 444) valossa siten, että korkean koulutuksen, korkean sosioekonomisen aseman ja kaupungistumisen kautta työnjaon ja kontaktien määrät kasvavat, jolloin laaja ja aktiivinen kulttuuriharrastaminen auttaa ylläpitämään suuria sosiaalisia verkostoja ja sitä kautta hyödyttää heitä, kun taas alemmassa sosioekonomisessa asemassa olevilla, matalasti kouluttautuneilla, ikääntyneillä ja kaupunkien ulkopuolella sosiaalisten kontaktien määrä on rajallinen, eikä kulttuurinen osallistuminen siksi hyödytä heitä. Tutkimustulos ei kuitenkaan anna tarkempaa tietoa siitä, keiden kanssa ihmiset viettävät aikaa, mutta koska sosiaalisuuden ja taustamuuttujien väliltä ei löytynyt tilastollisesti merkitseviä interaktioita, voidaan tästä päätellä, että keskimäärin muiden kanssa vietetty aika pienentää kaikkien ihmisryhmien todennäköisyyttä olla kulttuuripassiivinen ja vastaavasti suurentaa kaikkien todennäköisyyttä olla ahnas kulttuuriharrastaja tilastollisesti merkitsevästi. Naisten huomattavasti miehiä suurempaa todennäköisyyttä olla ahnas kulttuuriharrastaja on sen sijaan tulkittu mm. siten, että naiset hankkivat kulttuurista pääomaa erotuakseen muista vaihtoehtona taloudelliselle pääomalle, jota erityisesti miehet saavat ollessaan naisia enemmän edustettuina ylemmissä yhteiskuntaluokissa (Collins 1992).



Kuvio 1 *Sosiaalisuuden vaikutus ennustettuihin todennäköisyyksiin kuulua kuhunkin kulttuurin kuluttajan luokkaan.*

Kuviossa 1 on havainnollistettu ennustettujen todennäköisyyksien avulla sosiaalisuuden vaikutuksia kuulua kuhunkin kulttuurin kuluttajan luokkaan edellä esitetystä moniluokkaisesta logistisesta regressiomallista. Kuviossa on tarkasteltu ennustettuja todennäköisyyksiä, mikäli henkilö ei vietä yhtään (0 %), viettää jonkin verran (25 %), viettää melko ison osan (50 %) tai viettää suurimman osan (75 %) valveillaoloajastaan kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin. Kuvioista nähdään, että todennäköisyys olla kulttuuripassiivinen pienenee huomattavasti sitä mukaa, mitä enemmän viettää aikaansa kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa; suhteellinen todennäköisyys pienenee melkein kolmanneksella, kun viettää suurimman osan ajastaan kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa verrattuna siihen, että henkilö ei viettäisi yhtään aikaa. Mikäli henkilö ei vietä yhtään aikaa kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa, on ero ennustetuissa todennäköisyyksissä kuulua kulttuuripassiivisten tai kulttuurisesti dissonanttien luokkaan melko pieni. Sen sijaan henkilön viettäessä suurimman osan ajastaan kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa on ennustettujen todennäköisyyksien ero näiden luokkien välillä kasvanut huomattavan suureksi. Kuvioista nähdään myös se, mikä jo aiemmin todettiin, eli todennäköisyys olla korkeakulttuurin harrastaja kasvaa vain erittäin vähän sosiaalisuuden myötä. Todennäköisyys olla populaarikulttuurin kuluttaja kasvaa sosiaalisuuden kasvaessa nolhasta 75 prosenttiin n. 1,4 prosenttiyksikköä, mikä kuitenkin tarkoittaa alkujaan melko epätodennäköisessä luokassa liki 49 prosentin suhteellista kasvua ennustettuun

todennäköisyyteen. Samalla välillä kasvaa ennustettu todennäköisyys olla ahnas kulttuurinharrastaja 7,6 prosentista 13,6 prosenttiin, eli suhteellisesti n. 80 prosenttia. Sosiaalisuuden vaikutus todennäköisyyteen olla ahnas kulttuurinharrastaja on sen verran vahva, että henkilön viettäessä melko ison osan (50 %) valveillaoloajastaan oman kotitaloutensa ulkopuolisten ihmisten kanssa on jo todennäköisempää olla ahnas kulttuurinkuluttaja kuin korkeakulttuurin harrastaja.

Yksi keskeinen huomio kuviossa 1 liittyy ennustettujen todennäköisyyksien suuntaan, kun sosiaalisuus lisääntyy. Kuviosta nähdään, että kulttuuripassiivisuus on ainoa kulttuurin kuluttamisen luokka, jonka ennustetut todennäköisyydet pienenevät sosiaalisuuden kasvaessa. Koska kyseessä on kulttuuripassiivisten luokka, voidaan tästä päätellä, että sosiaalisuus kasvattaa todennäköisyyttä olla minkä tahansa kulttuurin kuluttaja. Vastavasti eristäytyminen kotitalouden ulkopuolisista sosiaalisista suhteista kasvattaa kulttuuripassiivisuuden todennäköisyyttä. Sosiaalisuus ei siis vaikuta ainoastaan kulttuurin kuluttamisen laajuuteen tai aktiivisuuden määrään, vaan sen vaikutus on kaikille sama: tuoda ihmisiä kulttuurisen osallistumisen pariin iästä, sukupuolesta, asuinpaikasta, koulutuksesta ja sosioekonomisesta asemasta riippumatta.

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Tulosten yhteenveto

Tässä tutkimuksessa tarkoitukseni on ollut tarkastella, miten suomalaisten kulttuurin kuluttaminen kasautuu, kuinka yksilötason sosiaalisuus selittää sitä, ja onko sosiaalisuuden vaikutus erilaista eri taustamuuttujien kautta katsottuna. Latenttien luokkien analyysissä havaittiin aineistoon parhaiten istuvaksi viiden kulttuurin kuluttamisen luokan malli. Kyseisen mallin sisällöllisen tulkinnan perusteella suomalaiset voitiin jakaa passiivisiin, ristiriitaisiin, korkeakulttuurisiin, populaarikulttuurisiin ja ahnaisiin kulttuuritapahtumissa kävijöihin. Vaikka löydetyt kulttuurin kuluttamisen luokat eivät olleet kovin poikkeavia aiempiin tutkimuksiin nähden, voidaan kuitenkin yhtenä keskeisenä tutkimustuloksena pitää kulttuuripassiivisten sekä kulttuurisesti dissonanttien, eli ristiriitaisten, kulttuurin kuluttajan luokkien suuria kokoja: kolmanneksen 25–64 -vuotiaista suomalaisista ollessa passiivisia ja 40 prosenttia dissonantteja, jää jäljelle vain noin neljännes, joiden kulttuuritapahtumissa käymisen voidaan sanoa olevan jossain määrin johdonmukaista.

Tutkimuksen keskeisin tutkimuskysymys koski sosiaalisuuden yhteyttä löydettyihin kulttuurin kuluttamisen luokkiin. Tutkimustuloksissa havaittiin, että oman kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin käytetyn ajan määrällä mitattu sosiaalisuus selittää moniluokkaisessa logistisessa regressiomallissa tilastollisesti merkitsevästi kulttuuripassiivisuutta sekä ahnasta kulttuurin kuluttamista sosioekonomisten ja demografisten tekijöiden ollessa vakioituina. Henkilön viettäessä enemmän aikaa yksin tai omaan kotitalouteen kuuluvien ihmisten kanssa kasvaa todennäköisyys olla kulttuuripassiivinen, kun taas henkilön viettäessä enemmän aikaa oman kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa kasvaa sen sijaan todennäköisyys olla ahnas kulttuurin kuluttaja tilastollisesti merkitsevästi. Samalla havaittiin, että sosiaalisuus kasvattaa todennäköisyyttä olla ylipäänsä kulttuurin kuluttaja, sillä ainoastaan kulttuuripassiivisuuden ennustettu todennäköisyys pienenee sosiaalisuuden kasvaessa, kun taas muiden kulttuurin kuluttamisen ennustetut todennäköisyydet kasvavat henkilön viettäessä isomman osan valveillaoloajastaan oman kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa.

Viimeisenä tutkimuskysymyksenä tarkoitukseni oli selvittää, millainen sosiaalisuuden ja kulttuurin kuluttamisen välinen yhteys on, kun sitä tarkastellaan taustamuuttujien kautta. Tätä tutkittiin etsimällä tilastollisesti merkitseviä interaktioita sosiaalisuuden ja taustamuuttujien välillä moniluokkaisessa logistisessa regressiomallissa ja havaittiin, että tilastollisesti merkitseviä interaktioita ei löytynyt. Tämä tarkoittaa, että sosiaalisuuden vaikutus kulttuurin kuluttamiseen on niin naisilla kuin miehilläkin, nuorilla kuin vanhoil-

lakin ja ylemmillä toimihenkilöillä kuin työntekijöilläkin samanlaista. Sosiaalisuus kasvattaa siis kaikkien ihmisryhmien kulttuuritapahtumissa käymisen todennäköisyyttä – myös niiden, joiden osallistuminen on tavallisesti vähäistä.

5.2 Johtopäätökset

Edellä esitetyt tutkimustulokset ovat toisaalta yhteneviä ja toisaalta poikkeavia aiempiin sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kuluttamista yhteyttä koskeviin tutkimuksiin nähden. Sosiaalisen pääoman on havaittu vaikuttavan negatiivisesti kulttuurin kuluttamiseen (esim. Putnam 2000; van Ingen & van Eijck 2009), kun taas tässä tutkimuksessa sosiaalisuus oikeastaan tekee ihmisistä kulttuurin kuluttajia. Myöskään populaarikulttuurin kuluttamisen yhteys sosiaalisuuteen ei ole niin vahva kuin sen on todettu olevan heikoista sosiaalisista siteistä koostuvissa sosiaalisissa verkostoissa (esim. DiMaggio 1987; Erickson 1996; Lizardo 2006). Sosiaalisten verkostojen tutkimuksissa on myös esitetty, että laajalle alueelle ulottuva pinnallinen kulttuurinen tietämys on omiaan ylläpitämään sosiaalisia suhteita erilaisiin ihmisiin kuin syvällinen tietämys (esim. Schultz & Breiger 2010; Lizardo 2011). Tässä tutkimuksessa ainoa kulttuurista ”säätelystä” harjoittava ryhmä oli kulttuurisesti dissonantit, jotka eivät olleet keskimäärin muita ryhmiä sosiaalisempia. Näihin tutkimuksiin verrattuna sosiaalisuus tai yhdessäolo näyttävät vaikuttavan eri tavalla kuin sosiaaliset verkostot tai sosiaalinen pääoma.

Vaikka tutkimustulokset eivät kerrokaan, keiden kanssa ihmiset viettävät aikaansa, mahdollistavat ne myös erilaisia tulkintoja aiemman sosiaalisia verkostoja ja sosiaalista pääomaa koskevan tutkimuskirjallisuuden valossa. Yhdessäoloon käytetyn ajan suuren määrän voidaan tulkita koostuvan henkilölle niin löyhistä ja avoimista kuin elitististä ja sulkeutuneista sosiaalisista verkostoista (Lizardo 2011; Lizardo 2013). Tällöin ahnaita kulttuuriharrastajia ja sosiaalisuutta koskeva tutkimustulos kertoo siitä, että sekä laajalti että aktiivisesti kulttuuritapahtumissa käyvissä henkilöissä näkyy tämä sosiaalisten verkostojen rakenteen moninaisuus: kulttuurin kuluttamisen laajuus on seurausta laajalle ihmisryhmälle suuntautuvasta sosiaalisuudesta, kun taas kulttuurin kuluttamisen aktiivisuus kertoo intiimeihin ja sulkeutuneisiin verkostoihin suuntautuvasta sosiaalisuudesta. Mikäli sen sijaan ahnas kulttuuriharrastaminen tulkitaan merkinä erikoistuneesta kulttuurimausta ja syvällisestä kiinnittymisestä kulttuuriin (Schultz & Breiger 2010), voidaan yhdessäoloon käytetyssä ajassa nähdä olevan kyse ihmisten välisestä syventyneestä kodin ulkopuolisesta sosiaalisuudesta. Molempia tulkintoja hyödyntäen voidaan ajatella myös kulttuuripassiivisten vähäisen sosiaalisuuden tarkoittavan niin kodin ulkopuolisten sosiaalisten suhteiden yksipuolisuutta, vähäisyyttä kuin pinnallisuuttakin.

Sosiaalisuuden vaikutus kulttuurin kuluttamiseen ei välttämättä ole yksilöiden läpi elämän seuraava ilmiö, vaan siinäkin kyse voi olla konteksteista ja elämäntilanteista. Kulttuurin merkitys eri elämänvaiheissa voi olla poikkeava, sillä suuriin elämänmuutoksiin osallisina olevat henkilöt osallistuvat myös useampiin kulttuurimuotoihin (DiMaggio 1987, 445), ja tällaisissa tilanteissa kulttuurin kuluttamisen symbolinen merkitys korostuu, kun ihmiset luovat uusia verkostoja vanhojen sorruttua (Swidler 1986). Tutkimustuloksista ei paljastu ihmisten poikkeavat elämänvaiheet, joten onkin mahdollista, että osa sosiaalisuuden vaikutuksesta kulttuurin kuluttamiseen selittyy tämän ilmiön kautta. Ilmiö voi kuvastaa myös sosiaalisuuden resurssimaista sekä pääomamaista luonnetta: sosiaalisen henkilön ei tarvitse vakaassa elämäntilanteessa hyödyntää sosiaalisuuttaan, mutta elämäntilanteen muuttuessa hän voi kaivaa ”työkalupakistaan” esille taipumuksensa olla seurallinen ja luoda näin uudestaan suhteita toisiin ihmisiin kulttuurin avulla. Laadulliset tutkimusmenetelmät voisivat paljastaa yksilöiden eri elämänvaiheiden merkityksen sosiaalisuuden ja kulttuurin kuluttamisen aktiivisuudessa tapahtuvissa vaihteluissa.

Tutkimustuloksia voidaan tarkastella myös kulttuurimaun, kulttuuripääoman sekä pääomien muotojen vaihdettavuuden näkökulmasta, vaikka olenkin tietoisesti välttänyt puhumasta yhdessäolosta sosiaalisena pääomana ja kulttuuritapahtumissa käymisestä kulttuuripääomana. Olen koittanut painottaa tässä tutkimuksessa, että satunnainen kulttuuritapahtumissa käyminen tuskin synnyttää kulttuuripääomaa tai on seurausta (pysyvästä) kulttuurimausta. Näitä satunnaisia, kulttuurisesti dissonanteja, kävijöitä onkin enemmistö suomalaisista. Sen sijaan korkeakulttuuriin ja populaarikulttuuriin suuntautuneet henkilöt sekä ahnaat kulttuuriharrastajat käyvät kulttuuritapahtumissa määrällisesti paljon, joten sattuman todennäköisyys kulttuuriharrastamisessa pienenee ja kulttuurimaun vastaavasti kasvaa. Tällöin tuloksia on relevanttia tulkita kulttuuripääoman valossa. Korkeakulttuurinen suuntaus on perinteisesti tulkittu institutionalisoituneena kulttuuripääomana (esim. Bourdieu 1984), kun vastaavasti populaarikulttuurin kuluttamisessa on nähty olennaisena osana vahvempi kiinnittyminen sen tekijöihin (eli aktiivinen kuluttaminen), jolloin se voi toimia ns. alakulttuurisena pääomana (Thornton 1995). Mikäli yhdessäoloon käytetyn ajan ajatellaan kuvastavan sosiaalisen pääoman määrää, muuntuu se kuitenkin Bourdieun (1986) vain sellaiseksi kulttuuripääomaksi, jota on ahnailla kulttuuriharrastajilla. Kulttuuritapahtumissa käyminen ei siis tarkoita kaikille kulttuuripääoman julkista ilmausta, joten keskustelu kulttuuripääoman mittaustavoista (esim. Yaish & Katz-Gerro, 171–172) voisi olla täsmällisempää, mikäli tiedostettaisiin, että kulttuuritapahtumissa käyminen merkitsee vain *joillekin* kulttuuripääomaa.

Kulttuuritapahtumissa kävijöiden ääripäiden jakautuminen niihin, jotka eivät osallistu kulttuuritapahtumiin lainkaan ja niihin, jotka osallistuvat aktiivisesti kaikenlaisiin, on myös havaittu aiemmin, mutta se on saanut samalla poikkeavia sisällöllisiä tulkintoja sosiaalisuuden suhteen. Allardt'n ym. varhainen tutkimus (1958) on linjassa tämän tutkimuksen kanssa siinä suhteessa, että kulttuuria paljon kuluttavat ovat myös sosiaalisesti

aktiivisia ja kulttuuriharrasteiden ulkopuolelle jäävät vähemmän sosiaalisia. Myös Bennett ym. (2009) havaitsivat Isossa-Britanniassa kulttuuritapahtumien suhteen keskeisen jakolinjan menevän niiden välillä, jotka osallistuvat useisiin erilaisiin kulttuuritapahtumiin ja niihin, jotka eivät osallistu lainkaan. Näiden kulttuuripassiivisten henkilöiden laadullinen tutkimus kuitenkin osoitti, että he viettävät aktiivista kodin ulkopuolista sosiaalista elämää, eikä se siis selittänyt heidän vähäistä kulttuuriharrastamistaan. Tutkimustuloksessa onkin melko räikeä ero tämän tutkimuksen tuloksiin nähden, mikä johtaakin pohtimaan, antaako ajankäyttötutkimus realistisemmän kuvan kulttuuripassiivisten henkilöiden sosiaalisuudesta verrattuna haastattelututkimukseen vai onko sosiaalisuuden ja kulttuuritapahtumissa käymisen välisissä eroissa tutkimustuloksissa kyse kansallisista ominaispiirteistä. Tämän eron taustalla olevien syiden selvittäminen voisikin tarjota ai-
hetta koskevalle jatkotutkimukselle mielenkiintoisen lähtökohdan.

Vähemmän sosiaalisten kulttuuripassiivisten ja sosiaalisempien ahnaiden kulttuuriharrastajien välinen ero saattaa kertoa myös elämäntyyleistä ja yleisestä arvomaailmasta. Vähäinen yhdessäolo kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa sekä vähäinen kulttuuritapahtumissa käyminen kertovat todennäköisesti koti- ja perhekeskeisestä elämäntyylistä, jossa perhettä sekä omaa kotia pidetään suuressa arvossa ja jonka on havaittu olevan yleistä suomalaisilla (Jallinoja 2009). Toisaalta Suomessa on havaittu (Purhonen & työryhmä 2014), että lähisuhteiden kokoonpano vaikuttaa eri tavoin kulttuuriseen aktiivisuuteen, eikä kotikeskeistä elämäntyyliä ja aktiivista ja osallistuvaa elämäntyyliä ole siksi voitu erotella. Tässä tutkimuksessa henkilön kotitalouden koolla ei havaittu olevan yhteyttä kulttuurin kuluttamiseen, joten tutkimustulos tukee ajatusta toisilleen vastakkaisista elämäntyyleistä: toinen elämäntyyli korostaa perheen kanssa (tai yksin) vietettyä aikaa ja yksityisen piirissä tapahtuvia harrasteita, toinen taas korostaa julkisen piirissä tapahtuvaa yhteisöllisyyttä, johon kuuluu aktiivinen tapahtumissa käyminen. Sosiaalisuus ja kulttuurin kuluttaminen osana yksilön yleistä elämäntyyliä ja arvomaailmaa on asia, johon tässä tutkimuksessa ei kovin syvällisesti päästy pureutumaan, mutta jonka selvittäminen saattaa paljastaa jotain olennaista ihmisten eri elämäntyyllisistä profiileista.

Pitämällä sosiaalisuuden määrää sekä kulttuurin kuluttamisen muotoa elämäntyylin ilmentymänä voidaan myös välttää sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kulutuksen välisen kausaalisuusasetelman sisältämät epäselvyydet, sillä tutkimuskirjallisuudessa on esitetty vakuuttavia argumentteja ja melko paljon nähty vaivaa sen perustelemiseksi, miksi jompikumpi näistä ilmiöistä edeltäisi kausaalisesti toista. Kuten Kaj Ilmonen toteaa pohtiesaan, auttavatko sosiaaliset siteet kartuttamaan taloudellisia resursseja vai toisinpäin: ”Kysymykseen ei liene vastausta, sillä monet yhteiskunnalliset prosessit ovat syysuhteiltaan kehämäisiä, itseään vahvistavia” (Ilmonen 2004, 106). Toinen tapa välttää kausaalisuuden tuomat ongelmat voisi olla tutkia ns. yksilöiden sosiaaliskulttuurisia identiteettejä, jossa samalla kertaa tutkimisen kohteena olisivat niin kulttuurimaku, vapaa-ajan viettä-

minen, kulttuurinen tietämys sekä seurallisuus. Vastaavanlaista lähestymistapaa museo-kävijöiden profiilien tutkimiseen on esittänyt Laurie Hanquinet (2013) puhuessaan ”kulttuurisista profileista” ilman sosioekonomisten tekijöiden tuomaa painolastia.

Tämänkin tutkimuksen tuloksia on todennäköisesti monimutkainen kausaalinen tutkimusasetelma jonkin verran vääristänyt. Latenttien luokkien analyysissä syntyy helposti havaintojen luokitteluvirhettä, jonka vaikutukset näkyvät myös regressiomallissa. Varsinaisessa regressiomallin tuloksissakin saattaa olla jäänyt aineiston sisäkorreloituneisuudesta johtuvaa virhettä. Niin Bourdieun (1984) kuin viimeaikaistenkin tutkimusryhmien (esim. Bennett ym. 2009; Purhonen & työryhmä 2014) käyttämä tilastollinen menetelmä on korrespondenssianalyysi, jonka avulla voidaan tarkemmin hahmottaa erilaisten kulttuuristen objektien välisiä suhteita usealla ulottuvuudella sekä peilata niitä taustamuuttujien mukaan ilman kausaalista ennakko-oletusta. Mikäli halutaan kuitenkin mallintaa kausaalisia suhteita regressiomallissa, on syytä tutkia eri kausaalisuusehtojen sisältämien mallien hyvyttä aineistoon ja valita sen perusteella aineistoon parhaiten sopivin malli. Yksi keino selvittää sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kulutuksen kausaalijärjestys on käyttää molempia ilmiöitä varmasti kausaalisesti edeltävää muuttujaa instrumenttimuuttujaa, kuten Lizardo (2006) teki. Erityisesti ekonometriassa suosittu menetelmä on kuitenkin sosiaalitieteissä toistaiseksi melko vähän käytetty (Bollen 2012).

Tutkimustuloksia voidaan tarkastella kriittisesti myös käytettyjen mittarien luotettavuuden sekä suomalaisen kulttuuritarjonnan kautta. Kuten monissa kulttuurin kuluttamista mittaavissa kyselytutkimuksissa, on ajankäyttötutkimuksessakin selvitetty kulttuurimuodot pääosin korkeakulttuurisia sisällöltään. Koska esim. urheilutapahtumia en ottanut analyysissä huomioon lainkaan, voi se selittää, miksi alemmissa sosioekonomisissa asemassa olevat ja vähemmän sosiaaliset ihmiset näyttävät melko passiivisina kulttuurin kuluttajina (esim. Bennett ym. 2009). Kulttuurin kuluttamista ei voida myöskään tarkastella ilman tarjontaa, ja tutkimustuloksista näkeekin, miten esim. suomalaisten oopperaharrastamiseen vaikuttaa todennäköisesti oopperatarjonnan alueellinen ja ajallinenkin keskittyminen, kun taas elokuvateattereita ja -esityksiä on tarjolla laajemmin ja useammin. Kulttuuritapahtumien saavutettavuus voisikin olla kulttuurin kuluttamisen eroavaisuuksia ja eriarvoisuutta käsittelevään tutkimukseen jatkossa yksi huomioon otettava selittävä tekijä.

Vaikka henkilön sosiaalisuuden ottaminen huomioon kulttuurin kuluttamisessa onkin osoittautunut hedelmälliseksi näkökulmaksi tässä tutkimuksessa, vaatii sosiaalisuus käsitteenä silti vielä teoreettista sekä analyttistä työstämistä. Yhdessäolon kotitalouden ulkopuolisten ihmisten kanssa tulkitaan tässä tutkimuksessa aina vaikuttavan positiivisesti kulttuurin kuluttamiseen, mutta voi myös olla, että jotkin hetket joidenkin ihmisten kanssa vaikuttavat enemmän kulttuurin kuluttamiseen kuin muut hetket tai ihmiset. Keskustelu koskee tällöin sitä, ovatko yhteisöllisyyden eri muodot korreloivia, kuten Putnam

(2000) väittää, vai voiko sosiaalinen yhtäällä olla vähemmän sosiaalinen toisaalla. Sosiaalisuuden käsitteeseen voidaan saada analyyttistä voimaa kenties laajentamalla teoriapohjaa sosiaalipsykologisiin ihmisluonnetta ja sosiaalisen suhteen syvyyttä koskeviin näkemyksiin. Toisaalta sosiaalisuuden vaikutuksessa olisi hyödyllistä tutkia, onko samassa tilassa tapahtuva yhdessäolo korvaantunut mahdollisesti verkossa tapahtuvalla virtuaalisella yhdessäololla.

Mahdollisista rajoitteista huolimatta tutkimustulokset rohkaisevat kuitenkin jatkamaan sosiaalisuuden sekä kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä ja mahdollisesti laajentamaan näkökulmaa muihin elämäntyyliin seikkoihin sekä ottamaan huomioon ajallisen muutoksen ja kansalliset erityispiirteet. Suomessa sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä koskeneet tutkimukset ovat toistaiseksi olleet melko pinnallisia katsauksia aiheeseen. Tämä tutkimus koittaa olla parannusyritys nykytilanteeseen. Samalla olen yrittänyt käsitteellisesti uudistaa sosiaalisten suhteiden ja kulttuurin kuluttamisen välistä yhteyttä tarkastelemalla henkilön sosiaalisuutta sekä jyrkemmin erottaa toisistaan kulttuurimaun sekä kulttuuritapahtumissa käymisen kulttuuristen käytäntöjen dimensioina. Tutkimus voi tarjota myös sosiaalipoliittisia jatkotutkimusmahdollisuuksia, mikäli vähäinen sosiaalisuus tulkitaan eristäytymisenä ja haluttaisiin tarkastella, vaikuttaako sosiaalinen eristäytyminen eristäytymiseen myös muualla yhteiskunnassa. Vastaa- vasti mielenkiintoista voisi olla, mikäli sosiaalisuus on se tekijä, mikä kiinnittää ihmisiä laajemmin osaksi yhteiskuntaa. Näiden seikkojen tutkiminen edellyttääkin laajempia kansalliset rajat ylittäviä sekä sosiaalisuuden ajalliset muutokset huomioon ottavia näkökulmia.

LÄHTEET

Allardt, Erik – Jartti, Pentti – Jyrkilä, Faina – Littunen, Yrjö (1958): *Nuorison harrastukset ja yhteisön rakenne*. WSOY, Porvoo.

Anttila, Anu-Hanna (2012): “Sukupuolitettu kotityönjako ja sosiokulttuuriset rakenteet”. *Sosiologia* 49 (4). 291–306.

Bennett, Tony – Savage, Mike – Silva, Elizabeth – Warde, Alan – Gayo-Cal, Modesto – Wright, David (2009): *Culture, Class, Distinction*. Routledge, London.

Bollen, Kenneth A. (2012): “Instrumental Variables in Sociology and the Social Sciences”. *Annual Review of Sociology*, Vol. 38. 37–72.

Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgment of Taste*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. (Ransk. alkuteos 1979.)

Bourdieu, Pierre (1986): “The Forms of Capital”. Teoksessa Richardson, John G. (toim.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood, New York. 241–258.

Bryson, Bethany (1996): ””Anything But Heavy Metal”: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes”. *American Sociological Review*, Vol. 61. 884–899.

Cantell, Timo (2003): *Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000 -festivaalin kävijöistä*. Taiteen keskustoimikunta, Helsinki.

Chan, Tak Wing & Goldthorpe, John H. (2007a): “Social Stratification and Cultural Consumption: The Visual Arts in England”. *Poetics*, Vol. 35. 168–190.

Chan, Tak Wing & Goldthorpe, John H. (2007b): “Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England”. *European Sociological Review*, Vol. 23 (1). 1–19.

Coleman, James S. (1988): “Social Capital in Creation of Human Capital”. *American Journal of Sociology*, Vol. 94. 95–120.

Collins, Randall (1988): *Theoretical Sociology*. Harcourt, Brace and Jovanovitch, San Francisco.

Collins, Randall (1992): “Women and the Production of Status Cultures”. Teoksessa Lamont, Michéle & Fournier, Marcel (toim.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. University of Chicago Press, Chicago. 213–231.

Daenekindt, Stijn & Roose, Henk (2014): ”Social mobility and cultural dissonance”. *Poetics*, Vol. 42. 82–97.

DiMaggio, Paul (1987): “Classification in Art”. *American Sociological Review*, Vol. 52. 440–455.

DiMaggio, Paul & Louch, Hugh (1998): “Socially Embedded Consumer Transactions: For What Kinds of Purchases Do People Most Often Use Networks?”. *American Sociological Review*, Vol. 63. 619–637.

DiMaggio, Paul & Useem, Michael (1978): “Social Class and Arts Consumption: the Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America”. *Theory and Society*, Vol. 5 (2). 141–161.

van Eijck, Koen & Lievens, John (2008): “Cultural Omnivorousness as a Combination of Highbrow, Pop and Folk Elements. The Relation between Taste Patterns and Attitudes Concerning Social Integration”. *Poetics*, Vol. 36. 217–242.

Fischer, Claude S. (2005): “Bowling Alone: What’s the Score?”. *Social Networks*, Vol. 27. 155–167.

Gans, Herbert (1974): *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*. Basic Books, New York.

García-Álvarez, Ercilia – Katz-Gerro, Tally – López-Sintas, Jordi (2007): “Deconstructing Cultural Omnivorousness 1982-2002. Heterology in Americans’ Musical Preferences”. *Social Forces*, Vol. 86 (2). 417–443.

Granovetter, Mark (1973): “The Strength of Weak Ties”. *American Journal of Sociology*, Vol. 78. 1360–1380.

Granovetter, Mark (1985): “Economic Action and Social Structure”. The Problem of Embeddedness”. *American Journal of Sociology*, Vol. 91. 481–510.

Granovetter, Mark (1995): *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press, Chicago.

Hanquinet, Laurie (2013): "Visitors to Modern and Contemporary Art Museums: towards a New Sociology of 'Cultural Profiles'". *The Sociological Review*, Vol. 61. 790–813.

Hipp, John R. & Bauer, Daniel J. (2006): "Local Solutions in the Estimation of Growth Mixture Models". *Psychological Methods*, Vol. 11 (1). 36–53.

Holt, Douglas (1997): "Distinction in America? Recovering Bourdieu's Theory of Tastes from Its Critics." *Poetics*, Vol. 25. 93–120.

Ilmonen, Kaj (2004): "Sosiaalinen pääoma: uusi ihmeäsite vai käyttökelpoinen hypoteesi?". Teoksessa Rahkonen, Keijo (toim.): *Sosiologisia nykykeskusteluja*. Gaudeamus, Tampere. 99–142.

van Ingen, Erik & van Eijck, Koen (2009): "Leisure and Social Capital: An Analysis of Types of Company and Activities". *Leisure Sciences*, Vol. 31. 192–206.

Jallinoja, Riitta (2009): "Perhe yhdessä vapaa-aikana". Teoksessa Liikkanen, Mirja (toim.): *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. Gaudeamus, Helsinki. 49–77.

Katz-Gerro, Tally (2002): "Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, West Germany, Sweden, and the United States". *Social Forces*, Vol. 81 (1). 207–229.

Katz-Gerro, Tally & Jæger, Mads Meier (2013): "Top of the Pops, Ascend of the Omnivores, Defeat of the Couch Potatoes: Cultural Consumption Profiles in Denmark 1975–2004". *European Sociological Review*, Vol. 29 (2). 243–260.

Lahire, Bernard (2008): "The individual and the mixing of the genres: Cultural dissonance and self-distinction." *Poetics*, Vol. 36. 166–188.

Lamont, Michèle & Lareau, Annette (1988): "Cultural Capital: Allusions, Gaps and Glissandos in Recent Theoretical Developments". *Sociological Theory*, Vol. 6. 153–168.

Lanza, Stephanie T. – Dziak, John J. – Huang, Liying – Wagner, Aaron T. – Collins, Linda M. (2011): *Stata Plugin User's Guide (Version 1.0)*. University Park: The Methodology Center, Penn State. Noudettu sivustolta methodology.psu.edu.

Lazarsfeld, Paul F. & Henry, Neil W. (1968): *Latent Structure Analysis*. Houghton Mifflin, New York.

LCA Stata Plugin (Version 1.0) [tietokoneohjelmisto] 2013. University Park: The Methodology Center, Penn State.

Liikkanen, Mirja (2009): "Suomalaisen makukulttuurin erityispiirteitä". Teoksessa Liikkanen, Mirja (toim.): *Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat*. Gaudeamus, Helsinki. 161–200.

Lizardo, Omar (2006): "How Cultural Tastes Shape Personal Networks". *American Sociological Review*, Vol. 71. 778–807.

Lizardo, Omar (2011): "Cultural Correlates of Ego-Network Closure". *Sociological Perspectives*, Vol. 54 (3). 479–487.

Lizardo, Omar (2013): "Variety in Cultural Choice and Activation of Social Ties". *Social Science Research*, Vol. 42. 321–330.

Lizardo, Omar & Skiles, Sara (2012): "Reconceptualizing and Theorizing "Omnivorousness". Genetic and Relational Mechanisms." *Sociological Theory*, Vol. 30 (4). 263–282.

Magidson, Jay & Vermunt, Jeroen K. (2003): "A Nontechnical Introduction to Latent Class Models". *DMA Research Council Journal*.

<http://www.statisticalinnovations.com/articles/lcmodels2.pdf> [viitattu 19.5.2015]

Masyn, Katherine E. (2013): "Latent Class Analysis and Finite Mixture Modeling". Teoksessa Little, Todd D. (toim): *The Oxford Handbook of Quantitative Methods. Volume 2: Statistical Analysis*. Oxford University Press, New York. 551–611.

Mood, Carina (2010): "Logistic Regression: Why We Cannot Do What We Think We Can Do, and What We Can Do About It." *European Sociological Review*, Vol. 26 (1). 67–82.

Nummenmaa, Lauri (2009): *Käyttämistieteiden tilastolliset menetelmät*. Tammi, Keuruu.

OECD (2014): Terms of Reference. OECD Project on the Distribution of Household Incomes. October 2014.

http://www.oecd.org/statistics/data-collection/Income%20distribution_guidelines.pdf

[viitattu: 19.5.2015]

Ollivier, Michéle (2008): "Humanist, Populist, Practical, and Indifferent Modes of Openness to Cultural Diversity." *Poetics*, Vol. 36. 120–147.

Peterson, Richard A. (2005): "Problems in Comparative Research: the Example of Omnivorousness". *Poetics*, Vol. 33 (5). 257–282.

Peterson, Richard A. & Kern, Roger M. (1996): "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore." *American Sociological Review*, Vol. 61. 900–907.

Peterson, Richard A. & Simkus, Albert (1992): "How Musical Taste Groups Mark Occupational Status Groups". Teoksessa Lamont, Michél & Fournier, Marcel (toim.): *Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. University of Chicago Press, Chicago. 152–186.

Purhonen, Semi & Gronow, Jukka & Rahkonen, Keijo (2009): "Social Differentiation of Musical and Literary Taste Patterns in Finland". *Research on Finnish Society*, Vol. 2. 39–49.

Purhonen, Semi & työryhmä (2014): *Suomalainen maku – Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Gaudeamus, Tallinna.

Putnam, Robert D. (2000): *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster, New York.

Roose, Henk – van Eijck, Koen – Lievens, John (2012): "Culture of Distinction or Culture of Openness? Using a Social Space Approach to Analyze the Social Structuring of Lifestyles." *Poetics*, Vol. 40. 491–513.

Rossmann, Gabriel & Peterson, Richard A. (2013): "The Instability of Omnivorous Cultural Taste over Time". *Poetics*, Vol. 52. 139–153.

Schultz, Jennifer & Breiger, Ronald L. (2010): "The Strength of Weak Culture". *Poetics*, Vol. 38. 610–624.

Simmel, Georg (1949): "The Sociology of Sociability". *American Journal of Sociology*, Vol. 55. 254–261.

Simmel, Georg (1955): "The Web of Group Affiliations". Teoksessa *Conflict and the Web of Group Affiliations*. Free Press, Glencoe. 125–195.

StataCorp (2013). *Stata Statistical Software: Release 13*. College Station, TX: StataCorp LP.

Stolle, Diedlind (2001): "Clubs and Congregations: The Benefits of Joining an Association". Teoksessa Cook, Karen S. (toim.): *Trust in Society*. Russell Sage Foundation, New York. 202–244.

Sullivan, Oriel & Katz-Gerro, Tally (2007): "The Omnivore Thesis Revisited: Voracious Cultural Consumers". *European Sociological Review*, Vol. 23 (2). 123–137.

SVT (2009): Suomen virallinen tilasto: Ajankäyttötutkimus [verkkajulkaisu]. Laatuseloste: Ajankäyttötutkimus 2009. Helsinki, Tilastokeskus.

http://www.stat.fi/til/akay/2009/06/akay_2009_06_2014-02-06_laa_001_fi.html [viitattu: 18.5.2015]

Swidler, Ann (1986): "Culture in Action: Symbols and Strategies". *American Sociological Review*, Vol. 51 (2). 273–286.

Tampubolon, Gindo (2008a): "Distinction in Britain, 2001–2004? Unpacking Homology and the 'Aesthetics' of the Popular Class". *European Societies*, Vol. 10 (3). 403–428.

Tampubolon, Gindo (2008b): "Revisiting Omnivores in America circa 1990s: The Exclusiveness of Omnivores". *Poetics*, Vol. 36. 243–264.

Tampubolon, Gindo (2010): "Social Stratification and Cultures Hierarchy among the Omnivores: Evidence from the Arts Council England Surveys." *The Sociological Review*, Vol. 58 (1). 1–25.

Thornton, Sarah (1995): *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Polity Press, London.

Treiman, Donald J. (2009): *Quantitative Data Analysis. Doing Social Research to Test Ideas*. Jossey-Bass, USA.

Uzzi, Brian (1999): “Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations and Networks Benefit Firms Seeking Financing”. *American Sociological Review*, Vol. 64. 481–505.

Vermunt, Jeroen K. (2002): Comments on “Latent Class Analysis of Complex Sample Survey Data”. *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 97. 736–737.

Vermunt, Jeroen K. & Magidson, Jay (2007): “Latent class analysis with sampling weights: A maximum likelihood approach”. *Sociological Methods and Research*, Vol. 36. 87–111.

Warde, Alan & Tampubolon, Gindo (2002): “Social Capital, Networks and Leisure Consumption”. *The Sociological Review*, Vol. 50 (2). 155–180.

Wedel, Michel – Ter Hofsteede, Frenkel – Steenkamp, Jan Benedict E. M. (1998): “Mixture Model Analysis of Complex Samples”. *Journal of Classification*, Vol. 15 (2). 225–244.

Wilensky, Harold L. (1964): “Mass Society and Mass Culture: Interdependence or Independence?”. *American Sociological Review*, Vol. 29 (2). 173–197.

Yaish, Meir & Katz-Gerro, Tally (2012): “Disentangling ‘Cultural Capital’: The Consequences of Cultural and Economic Resources for Taste and Participation”. *European Sociological Review*, Vol. 28 (2). 169–185.

LIITTEET

Liite 1 Kotitalouden ulkopuolisiin sosiaalisiin suhteisiin käytetyn ajan sekä muiden selittävien muuttujien väliset yhteydet (keskiarvot tai korrelaatiokertoimet).

	Kotitalouden ulkopuoliset sosiaaliset suhteet
Sosioekonominen asema (ka)	
Ylemmät toimihenkilöt	0,17
Yrittäjät	0,15
Alemmat toimihenkilöt	0,22
Työntekijät	0,22
Ammatissa toimimattomat ja tuntemattomat	0,14
Tuloluokka (ka)	
Alin tuloluokka	0,18
2.	0,18
3.	0,18
4.	0,18
Ylin tuloluokka	0,17
Koulutusaste (ka)	
Ei korkeakoulututkintoa	0,19
Korkeakoulututkinto	0,17
Sukupuoli (ka)	
Mies	0,18
Nainen	0,18
Kuntaryhmitys (ka)	
Kaupunkimaiset kunnat	0,18
Taajaan asutut kunnat	0,17
Maaseutumaiset kunnat	0,17
Kotitalouden koko (ka)	
Yhden hengen kotitalous	0,33
Kahden tai useamman hengen kotitalous	0,16
Ikä (korr.)	-0,06