



**TURUN  
YLIOPISTO**  
Kauppakorkeakoulu

# **Asiakaskokemuksen muodostuminen muovin kierrätyksessä**

Kuluttajien roolikokemusten tarkastelu

Markkinoinnin  
pro gradu -tutkielma

Laatija:  
Siiri Borenius

Ohjaaja:  
KTT Rami Olkkonen

13.5.2026  
Turku

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

Pro gradu -tutkielma

**Oppiaine:** Markkinointi

**Tekijä:** Siiri Borenius

**Otsikko:** Asiakaskokemuksen muodostuminen muovin kierrätyksessä

**Ohjaaja:** KTT Rami Olkkonen

**Sivumäärä:** 87 sivua + liitteet 8 sivua

**Päivämäärä:** 13.5.2026

Ympäristövastuullisuuden merkityksen kasvu on havaittu paitsi yhteiskunnallisessa keskustelussa myös tieteellisessä tutkimuksessa mukaan lukien liiketaloustieteet. Kiertotalous on olennainen osa vastuullisuutta ja siihen siirtyminen vaatii kaikkein sidosryhmien, erityisesti kuluttajien, osallistumista. Kiertotalouden olennainen osa on kierrätys, joka osaltaan mahdollistaa materiaalien uudelleenkäytön ja vähentää jätteiden päätymistä ympäristöön. Erityisesti muovijäte päätyessään luontoon muodostaa vakavan vaaran ympäristölle, ihmisille ja eläimille. Yhä vain pieni osa muovista kierrätetään edes kehittyneissä maissa, joten ongelma on paitsi vakava myös maailmanlaajuinen. Kierrätysaktiivisuuden kasvattamiseen tarvitaan erityisesti kuluttajien panosta ja siksi kierrätyskokemusten tarkastelun merkitys korostuu muovinkierrätyksen kontekstissa. Asiakaskokemusajattelun yhdistäminen muovinkierrätyskontekstiin mahdollistaa ilmiön eri ulottuvuuksien monitahoisen, syvällisen ymmärtämisen. Tämä kokonaisvaltaisempi ymmärrys auttaa ymmärtämään positiivisia kierrätyskokemuksia ja näin tarjoaa työkalut muovin kierrätyksen merkityksellisyyden ja houkuttelevuuden kasvattamiseen.

Tämän tutkielman tarkoituksena on syventää ymmärrystä asiakaskokemuksen muodostumisesta muovin kierrätysprosessissa tarkastelemalla kuluttajien erilaisia roolikokemuksia. Tutkielman tarkoitukseen vastataan kolmen osaongelman avulla:

1. Miten asiakaskokemus muodostuu muovin kierrätysprosessissa?
2. Miten muovin kierrätykseen liittyvät kokemukset rakentuvat eri konteksteissa?
3. Miten kuluttajien eri roolikokemukset vaikuttavat heidän asiakaskokemuksensa?

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Aineistonkeruumenetelmänä olivat puolistrukturoidut yksilöhaastattelut, joissa haastateltiin kuluttajia heidän muovinkierrätyskokemuksistaan arjessa. Haastattelut analysoitiin abduktiivisen lähestymistavan avulla. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys yhdistää mikro-, meso- ja makrotasojen tarkastelun ja roolikokemukset asiakaskokemuksen ulottuvuuksien tarkasteluun.

Tutkimuksen keskeiset tulokset osoittavat, että asiakaskokemus muovin kierrätyksessä muodostuu arjessa kontekstisidonnaisesti eri ulottuvuuksien ja roolien yhteisvaikutuksessa. Kuluttajien kierrätyskokemukset rakentuvat eri tasoilla vaikuttavien tekijöiden, kuten yksilön osaamisen ja arvojen, sosiaalisen ympäristön sekä kierrätyksen fyysisten puitteiden mukaan. Asiakaskokemus muodostuu eri ulottuvuuksien yhdistyessä ja vaikuttaessa toisiinsa, ja siksi esimerkiksi epämiellyttävät aistiärsykkeet voivat herättää epämiellyttäviä tunteita ja näin heikentää asiakaskokemusta kierrätyksessä. Kognitiivinen kuormitus puolestaan heikensi koettua kyvykkyyttä ja johti usein negatiivisiin tunteisiin. Ohjeiden koettu selkeys ja kierrätyspisteiden saavutettavuus sekä käytön helppous vaikuttivat keskeisesti kognitiivisella tasolla. Sosiaalisella ulottuvuudella muiden käytös vaikutti koettuun kokemukseen. Sosiaaliset normit, kotitalouden toimintatavat ja sosiaalinen paine ohjasivat kuluttajien kierrätystä ja vaikuttivat näin myös kokemuksiin. Kuluttajien kokemat roolit vaikuttivat siihen, miten kokemuksia tulkittiin ja omaa toimintaa jäsennettiin. Rooli saattoi tukea kierrätystä haastavissa tilanteissa tai vastavuoroisesti roolit voivat heikentää kokemusta erityisesti tilanteissa, joissa syntyy roolikonflikti. Roolikonflikti voi muodostua tilanteissa, joissa arjen resurssit ovat ristiriidassa arvojen kanssa aiheuttaen negatiivisia tunteita ja näin ollen heikentäen kokemusta. Kokonaisuudessaan tutkimus laajentaa ymmärrystä kuluttajien kokemuksista muovinkierrätyksessä tuomalla rooliteorian tarkasteluun mukaan ja syventämällä käsitystä asiakaskokemuksen kontekstuaalisuudesta.

**Avainsanat:** asiakaskokemus, muovinkierrätys, kierrätyskokemus, roolikokemukset



# SISÄLLYS

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>8</b>
1.1	Johdatus tutkielman aiheeseen	8
1.2	Tutkielman tarkoitus ja osaongelmat	10
1.3	Tutkielman rakenne ja rajaukset	10
<b>2</b>	<b>Asiakaskokemus ja roolikokemukset muovin kierrätyksessä</b>	<b>12</b>
2.1	Asiakaskokemus ja sen muodostuminen	12
2.1.1	Asiakaskokemuksen määritelmä ja ulottuvuudet	12
2.1.2	Asiakaskokemus kierrätyskontekstissa	15
2.2	Kierrätyskokemuksen kontekstuaalisuus	17
2.2.1	Yksilöllinen konteksti muovin kierrätyksessä	17
2.2.2	Käytännön esteet ja mahdollisuudet	20
2.3	Kuluttajien roolikokemukset kierrätysprosessissa	23
2.3.1	Asiakaskokemuksen tarkastelu rooliteorian näkökulmasta	23
2.3.2	Roolikokemusten yhdistyminen asiakaskokemukseen	27
2.4	Teoreettinen viitekehys	28
<b>3</b>	<b>Empiirisen tutkimuksen toteuttaminen</b>	<b>30</b>
3.1	Tutkimusmenetelmä ja tutkimusote	30
3.2	Aineiston keruu	31
3.2.1	Tutkimuskohteiden valinta	31
3.2.2	Haastatteluiden toteuttaminen	31
3.3	Aineiston analysointi	34
3.4	Tutkimuksen luotettavuuden ja eettisyyden arviointi	35
3.4.1	Tutkimuksen luotettavuus	35
3.4.2	Tutkimuksen eettisyys	37
3.4.3	Tekoälyn käyttö	38
<b>4</b>	<b>Empiirisen tutkimuksen tulokset</b>	<b>39</b>
4.1	Asiakaskokemuksen muodostuminen muovinkierrätyksessä	39
4.1.1	Yksilön välittömät kokemukset kierrätystilanteessa (mikro)	39
4.1.2	Arjen käytännöt ja sosiaalinen konteksti (meso)	47
4.1.3	Kierrätysjärjestelmä ja rakenteellinen konteksti (makro)	51
4.2	Muovinkierrätykseen liittyvät roolit	55

4.2.1	Elämänroolit	56
4.2.2	Identiteettipohjaiset roolit	58
<b>4.3</b>	<b>Roolien vaikutus asiakaskokemukseen</b>	<b>60</b>
4.3.1	Roolit kokemuksen muokkaajina	60
4.3.2	Roolikonfliktit	65
<b>5</b>	<b>Johtopäätökset</b>	<b>68</b>
<b>5.1</b>	<b>Tulosten käsittely</b>	<b>68</b>
5.1.1	Muovinkierrätyskokemuksen muodostuminen	68
5.1.2	Kontekstin vaikutus kokemukseen	71
5.1.3	Roolien vaikutus kokemukseen	74
<b>5.2</b>	<b>Teoreettinen kontribuutio</b>	<b>77</b>
<b>5.3</b>	<b>Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset</b>	<b>78</b>
<b>6</b>	<b>Yhteenveto</b>	<b>80</b>
	<b>Lähteet</b>	<b>82</b>
	<b>Liitteet</b>	<b>88</b>
	<b>Liite 1. Haastattelurunko</b>	<b>88</b>
	<b>Liite 2. Haastateltavien ennakkotehtävä</b>	<b>90</b>
	<b>Liite 3. Tietosuojaseloste</b>	<b>91</b>
	<b>Liite 4. Tekoälyn käyttö</b>	<b>95</b>

## KUVIOT

Kuvio 1 Asiakaskokemuksen ulottuvuudet (Mukaillen Ta ym. 2022, 3)	14
Kuvio 2 Kierrätyskäyttäytymisen kategoriat (Mukaillen Macklin ym. 2023)	22
Kuvio 3 Teoreettinen viitekehys	29
Kuvio 4 Päivitetty teoreettinen viitekehys	76

## TAULUKOT

Taulukko 1 Yhteenveto kierrätyskäyttäytymisen yksilöllisistä tekijöistä (Mukaillen Ertz ym. 2023, 20)	20
Taulukko 2 COM-B-malli yhdistettynä kierrätyskäyttäytymisen tasoihin	23
Taulukko 3 Operationalisointitaulukko	32
Taulukko 4 Kuvaus aineistosta	33
Taulukko 5 Asiakaskokemuksen ulottuvuudet ja tasot aineistossa	55
Taulukko 6 COM-B-malli ja kierrätyskäyttäytymisen tasot	74

# 1 Johdanto

## 1.1 Johdatus tutkielman aiheeseen

Vastuullisuuden eri teemat ovat olleet monen tutkimuksen keskiössä jo vuosien ajan. Erityisesti ympäristövastuullisuuden merkitys ja ihmisten tietoisuus siitä on kasvanut viime aikoina huomattavasti. Ympäristövastuullisuutta voidaan määritellä eri tavoin. (Geissdoerfer ym. 2017, 758.) Yleinen määritelmä ympäristövastuullisuudelle on kehitys, joka vastaa nykyhetken tarpeisiin vaarantamatta tulevien sukupolvien kykyä vastata omiin tarpeisiinsa (Korhonen ym. 2018, 38). Se voidaan myös määrittää esimerkiksi tilanteena, jossa ihmisen toiminta säilyttää maapallon ekosysteemien toiminnan (Geissdoerfer ym. 2017, 758).

Ympäristövastuullisuuden ja kestävän kehityksen suurin haaste liittyy luonnonvarojen nopeaan kulutukseen. Tällä hetkellä luonnonvaroja kulutetaan nopeammin kuin ne uusiutuvat, mikä johtaa ekosysteemien heikkenemiseen. Keskeistä ongelmaa globaalien kestävän kehityksen näkökulmasta voidaan kuvata materiaalien ja energian yksisuuntaisena läpivirtauksena luonnon ja ihmiskunnan talouden välillä. Tämä yksisuuntainen virtaus kuluttaa järjestelmää, jossa se toimii. (Korhonen ym. 2018, 38.)

Vastuullisuuden tutkimuksen kasvaessa myös kiertotaloudesta on tullut tärkeä tutkimuksen aihe. Kiertotaloudelle ei ole yhtä jaettua yksinkertaista määritelmää. Se voidaan määritellä siihen kuuluvien toimien ja käytänteiden avulla, joita ovat ekologinen suunnittelu, uudelleenkäyttö, kunnostus, korjaus ja tuotteiden jakaminen. (Schroeder ym. 2019, 79.) Geissdoerfer ym. (2017, 760, 766) määrittelevät kiertotalouden regeneratiiviseksi järjestelmäksi, jossa resurssien käyttö, jätteet, päästöt ja energiavuodot minimoidaan kaventamalla, hidastamalla ja sulkemalla materiaali- ja energiasilmukoita. Se voidaan saavuttaa pitkäjänteisellä suunnittelulla, huollolla, korjauksella, uudelleenkäytöllä, kunnostuksella ja kierrätyksellä. Ympäristövastuullisuus ja kiertotalous jakavat samankaltaisuuksia, mutta ympäristövastuullisuus on käsitteenä avoimempi kuin kiertotalous. Kierrätys on siis tärkeä strategia ja osa kiertotaloutta, mutta se ei ole ainoa kiertotalouteen kuuluva osa.

Erityisesti muovin valmistaminen ja siitä syntyvä jäte muodostavat vakavan ongelman ympäristölle. Muovijätteen määrä kasvaa koko ajan ja on arvioitu, että vuonna 2025 maailman kaatopaikoille päätyisi 12 miljardia tonnia muovia (Hameed ym. 2021, 197). Kaatopaikoille päätyvästä muovijätteestä suuri osa on kertakäyttöpakkauksia. Muovijätteestä erityisen ongelmallisen tekee se, ettei se katoa koskaan vaan sen sijaan se hajoaa pienemmiksi osiksi ja voi kulkeutua ihmisiin ja

eläimiin. Muovi aiheuttaa vakavan vaaran myös merille ja merielämälle. Ongelma on maailmanlaajuinen, sillä muovijäte kulkeutuu vesien mukana maiden välillä. (UNEP 2018.) Muovijätteen vakavat yhteiskunnalliset ja ekologiset seuraukset eivät todennäköisesti siis katoa, koska yhä monissa osissa maailmaa vain pieni osa muovista kierrätetään, kun taas loput kaadetaan kaatopaikoille, poltetaan tai päästetään ympäristöön roskana. (Ertz ym. 2023, 4.) Siksi kiertotalouden merkitystä voidaan pitää suurena erityisesti muovin kierrätyksen osalta. Onkin tärkeää saada syvempää ymmärrystä kuluttajien kokemuksista muovin kierrätysprosessissa. (Hameed ym. 2021, 197–198).

Lineaarista kulutusmallista kiertotalouteen siirtyminen vaatii kaikkien sidosryhmien, mutta erityisesti kuluttajien, aktiivista osallistumista (Ertz ym. 2023, 1). Siksi on tärkeää yhdistää kiertotalouden tarkastelu asiakaskokemusten tutkimuksen kanssa. Asiakaskokemus on tärkeä markkinoinnin käsite, mutta yhteistä käsitystä sen sisällöstä ei löydy (Becker & Jaakkola 2020, 630). Asiakaskokemus voidaan määritellä asiakkaan sisäisenä ja subjektiivisena reaktiona, joka syntyy yrityksen kanssa tapahtuvan suoran tai epäsuoran kontaktin takia. Asiakaskokemus käsitteenä kattaa kaikki yrityksen tarjonnan osa-alueet asiakaspalvelun laadusta aina tuotteen tai palvelun ominaisuuksiin. (Meyer & Schwager 2007, 1–2.) Laajemmin asiakaskokemus voidaan myös käsittää ei-tahallisin, spontaaneina reaktioina ja vastauksina tiettyihin ärsykkeisiin. Kuluttajatutkimus näkee asiakaskokemuksen vastauksina kulutusprosesseihin ja yleisesti upotettuna osaksi asiakkaan maailmaa. (Becker & Jaakkola 2020, 636.) Asiakaskokemusten syvempi ymmärrys on tärkeää, sillä sen merkitys yritykselle on kokonaisvaltainen: positiivinen asiakaskokemus voi lisätä asiakasuskollisuutta ja brändiarvoa, kun taas negatiivinen asiakaskokemus voi heikentää yrityksen mainetta ja vähentää kuluttajien halukkuutta käyttää tuotetta (McCull-Kennedy ym. 2019, 67).

Asiakaskokemuksia on tärkeä tutkia kierrätyksen yhteydessä, sillä kuluttajien kokemukset ja tuntemukset vaikuttavat suoraan heidän kierrätyskäyttäytymiseensä. Asiakaskokemus käsitteenä mahdollistaa kokemuksen eri ulottuvuuksien monipuolisen ymmärtämisen (Balo ym. 2025, 540). Vaikka moni kuluttaja pitää kierrätystä tärkeänä, sen käytännön toteutus ei aina vastaa aikomuksia (Ertz ym. 2023, 4; Kremel 2024, 1428). Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät kuten kierrätyksen helppous, koettu hyöty sekä tunnesiteet ympäristönsuojeluun voivat kannustaa kierrätystä (Ertz ym. 2023). Lisäksi kuluttaja voi kokea kierrätyksen eri roolien kautta, esimerkiksi arjen käytön kautta (Meneses & Palacio 2005) tai osana laajempaa ympäristövastuullisuutta. Näiden kokemusten ymmärtäminen auttaa kehittämään tehokkaampia keinoja lisätä kierrätyksen houkuttelevuutta ja vaikuttavuutta.

## 1.2 Tutkielman tarkoitus ja osaongelmat

Tämän tutkielman tarkoitus on syventää ymmärrystä asiakaskokemuksen muodostumisesta muovin kierrätysprosessissa tarkastelemalla kuluttajien erilaisia roolikokemuksia. Tutkielman tarkoitukseen vastataan kolmen eri osaongelman avulla. Osaongelmat ovat

1. Miten asiakaskokemus muodostuu muovin kierrätysprosessissa?
2. Miten muovin kierrätykseen liittyvät kokemukset rakentuvat eri konteksteissa?
3. Miten kuluttajien eri roolikokemukset vaikuttavat heidän asiakaskokemukseensa?

Tutkielman avulla pyritään tuottamaan tietoa siitä, miten kuluttajien kokemukset muovinkierrätyksessä muotoutuvat ja miten kuluttajien kokemat roolit vaikuttavat niihin. Ensimmäisen osaongelman tavoitteena on määritellä asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttavat tekijät niin yleisellä kuin muovinkierrätyksen tasolla. Näin luodaan pohja kuluttajien kokemusten ymmärtämiselle muovin kierrätyksessä. Tutkimuksessa tarkastellaan eri asumismuodoissa asuvien kuluttajien kokemuksia, sillä kierrätysmahdollisuudet eroavat näissä asumismuodoissa mahdollisesti vaikuttaen myös kokemukseen.

Toinen osaongelma selventää miten kuluttajien muovinkierrätyksen kokemukset rakentuvat eri konteksteissa. Näin voidaan ymmärtää paremmin asiakaskokemuksen moniulotteisuutta kierrätyskontekstissa. Toinen osaongelma syventää kierrätyskokemuksen ymmärrystä kontekstien näkökulmasta tuomalla tarkasteluun kokemuksen eri tasoja ja luo pohjan roolikokemusten tarkastelulle.

Kolmas osaongelma tuo mukaan roolikokemusten tarkastelun asiakaskokemuskontekstiin. Sen avulla pyritään ymmärtämään millaisia merkityksiä kuluttajat liittävät kierrätykseen sekä miten eri roolit muovaavat heidän kokemustaan prosessin eri vaiheissa. Sen avulla tarkastellaan miten roolikokemukset ovat yhteydessä asiakaskokemukseen ja voivatko ne esimerkiksi toimia parantavana tai heikentävänä tekijänä kokemusta tarkastellessa.

## 1.3 Tutkielman rakenne ja rajaukset

Tämän tutkielman rakenne koostuu kuudesta pääluvusta. Johdannossa esitellään tutkimuksen aihe sekä kerrotaan tutkittavan aiheen tärkeydestä. Lisäksi luvussa käsitellään tutkimuksen rajaukset. Tutkimus toteutettiin laadullista menetelmää hyödyntäen ja aineistonkeruu tehtiin puolistrukturoitujen haastatteluiden avulla.

Toinen pääluku käsittelee asiakaskokemusten muodostumista yleisellä tasolla sekä kierrätyskontekstissa. Ensin luvussa määritellään asiakaskokemus ja sen ulottuvuudet, jonka jälkeen tarkastellaan kierrätyksen kontekstisidonnaisuutta ja kuluttajien kierrätyskäyttäytymisen taustatekijöitä. Viimeisenä luvussa esitellään rooliteoria, roolikonfliktit sekä roolien ja asiakaskokemuksen yhdistyminen. Lopuksi toisen pääluvun pohjalta koostetaan teoreettinen viitekehys, joka ohjaa empiirisen tutkimuksen toteuttamista.

Kolmas pääluku on tutkimuksen empiirinen osuus. Luvussa esitellään valitut tutkimusmenetelmät, tutkimusote sekä aineiston keräämisen ja analysoinnin menetelmät. Luvussa arvioidaan lisäksi tutkimuksen luotettavuus. Neljäs pääluku on tutkimuksen tulosluku. Siinä esitellään empiirisen aineiston analysoinnin kautta tehdyt löydökset. Tutkimusaineistosta nostetaan esille nousseita tärkeitä teemoja. Viidennessä pääluvussa käsitellään tulosten perusteella muodostetut johtopäätökset ja vastataan sitä kautta tutkimuksen tarkoitukseen. Kuudes luku on lyhyt yhteenveto tutkimuksen tuloksista.

Tutkielman näkökulma keskittyy tarkastelemaan yksittäisten kuluttajien kokemuksia muovin kierrätyksessä Suomessa. Tutkimus keskittyy pääasiassa yksittäisten henkilöiden kokemuksiin ja niiden syvempään ymmärrykseen. Kokemuksia tarkastellaan kuitenkin osana laajempaa kontekstia, johon sisältyvät myös sosiaaliset vuorovaikutussuhteet, arjen rutiinit ja käytännöt sekä kierrätysjärjestelmän rakenteet. Pääpiste ei ole kotitalouden sisäisessä vuorovaikutuksessa, mutta se huomioidaan osana kokemusten muodostumista. Tutkielman tavoitteena on kuitenkin syventää ymmärrystä siitä, miten yksilön asiakaskokemus muovin kierrätyksessä rakentuu eri rooleissa ja konteksteissa.

Aiempi tutkimus muovinkierrätyksessä on keskittynyt käyttäytymiseen vaikuttaviin tekijöihin, kuten asenteisiin, sosiaalisiin normeihin ja infrastruktuuriin, mutta vähemmän kuluttajien päivittäisiin valintoihin. Lisäksi tutkimus on keskittynyt ymmärtämään kuluttajien motivaatiota sekä käyttäytymisen esteitä. Kirjallisuudessa on tunnistettu tarve tarkastella näiden tekijöiden vaikutuksia kokonaisvaltaisemmin kuluttajien kokemusten näkökulmasta, huomioiden kuluttajien subjektiiviset havainnot sekä eri kuluttajaryhmien suhtautumisen muovinkierrätykseen. (Jacobsen ym. 2022; Ertz ym. 2023.) Tutkimus, joka tarkastelee muovinkierrätystä asiakaskokemuksena ja huomioi kuluttajien erilaiset roolit kokemuksen muodostumisessa on edelleen vähäistä (Balo ym. 2025, 540). Näin ollen on hyödyllistä tutkia tarkemmin kierrätystä asiakaskokemuskäytännöstä ja huomioida erilaiset roolit osana sitä.

## 2 Asiakaskokemus ja roolikokemukset muovin kierrätyksessä

### 2.1 Asiakaskokemus ja sen muodostuminen

#### 2.1.1 Asiakaskokemuksen määritelmä ja ulottuvuudet

Asiakaskokemus on asiakkaan sisäinen ja subjektiivinen reaktio kaikkeen suoraan tai epäsuoraan kontaktiin yrityksen kanssa. Asiakaskokemus kattaa yrityksen tarjonnan kaikki osa-alueet, kuten asiakaspalvelun laadun, mainonnan, pakkauksen, tuote- ja palveluominaisuudet, luotettavuuden ja käytön helppouden. (Meyer & Schwager 2007, 1–2.) Käsitteenä asiakaskokemusta voidaan pitää kattoterminä, joka sisältää monipuolisesti erilaisia kokemuksellisia tekijöitä. Asiakaskokemusta voidaan myös tarkastella joko organisaation tai kuluttajan näkökulmasta. Näiden kahden näkökulman erottaminen on teoreettisesti merkityksellistä, sillä yrityksen tavoittelema asiakaskokemus ei välttämättä vastaa kuluttajan kokemusta. Osa asiakaskokemukseen vaikuttavista tekijöistä on yrityksen vaikutuspiirissä ja osa sen ulkopuolella. Siksi asiakaskokemusta tulisikin tarkastella kokonaisvaltaisesti huomioiden kognitiiviset, sosiaaliset ja fyysiset ulottuvuudet. (Kranzbühler ym. 2018, 434, 436.)

Asiakaskokemus syntyy asiakkaan päätöksentekoprosessin eri vaiheissa erilaisten kosketuspisteiden kautta (Lemon & Verhoef 2016, 71). Olennainen osa asiakaskokemuksia ja asiakaspolkuja (engl. customer journey) ovat siis kosketuspisteet. Termi kuvaa hetkiä, jolloin asiakas on vuorovaikutuksessa tai kosketuksissa yrityksen kanssa. Kosketuspisteet voivat olla suoria, kuten fyysiset palvelukohtaukset, sekä epäsuoria kuten mainonta. Asiakaspolku koostuu eri kosketuspisteistä palvelua ennen, sen aikana ja jälkeen. (Becker & Jaakkola 2020, 639.) Nykyisessä monikanavaisessa liiketoimintaympäristössä asiakas ei enää kulje lineaarisesta polkua vaan siirtyy sujuvasti kanavasta toiseen. Tämä tekee asiakaspolun hallinnasta entistä haastavampaa, mutta samalla myös tärkeämpää. (Rawson ym. 2013, 92, 98.) Kosketuspisteiden määrä on siis kasvanut ja se on samalla tehnyt asiakaspoluista monimutkaisempia. Lisäksi asiakaskokemukset ovat sosiaalisempia luonteeltaan sillä esimerkiksi myös muiden asiakkaiden kokemuksilla saattaa olla vaikutusta uusien asiakkaiden kokemuksiin. (Lemon & Verhoef 2016, 69.)

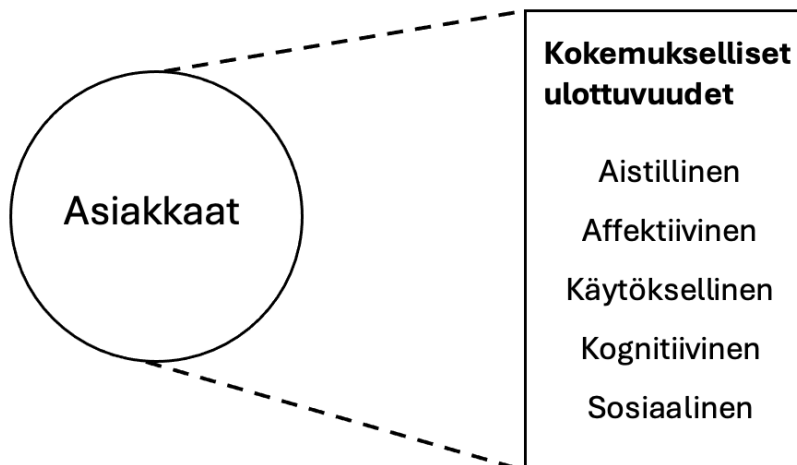
Kaikki kosketuspisteet eivät ole yhtä merkityksellisiä asiakkaiden näkökulmasta (Meyer & Schwager 2007, 3). Kosketuspisteitä voidaan luokitella esimerkiksi fyysisiin, sosiaalisiin ja digitaalisiin, ja ne voivat olla joko yrityksen hallinnoimia tai asiakkaiden itsensä luomia (Verhoef ym. 2009, 32–33). Vuorovaikutus tapahtuu digitaalisessa tai fyysisessä kosketuspisteessä, joka sijoittuu asiakaspolun tiettyyn vaiheeseen ennen ostoa, sen aikana tai sen jälkeen (Gahler ym. 2022,

193). Fyysisiä kosketuspisteitä ovat esimerkiksi myymäläympäristöt ja asiakaspalvelutilanteet, kun taas digitaalisia voivat olla verkkosivut, chatbotit ja mobiilisovellukset (Keyser ym. 2020, 438). Sosiaalisia kosketuspisteitä syntyy esimerkiksi muiden asiakkaiden antamien arvioiden tai sosiaalisen median kautta. Nämä epäviralliset kosketuspisteet voivat olla yhtä vaikuttavia kuin suorat kohtaamiset yrityksen kanssa. (Verhoef ym. 2009, 34–35.)

Gahlerin ym. (2022, 193) mukaan asiakaskokemuksia määrittelee subjektiivisuus, suuntautuneisuus ja moniulotteisuus. Subjektiivisuus tarkoittaa, että kokemukset ovat henkilökohtaisia ja vain yksilö itse tietää miltä jokin tilanne tuntuu. Näin ollen kokemuksen sisältö voidaan täysin ymmärtää vain kokijan näkökulmasta. Kokemusten suuntautuneisuudella tarkoitetaan, että kokemukset kohdistuvat aina johonkin ärsykkeeseen, kuten esineeseen tai tapahtumaan. Kokemukset syntyvät ärsykkeiden vastaanottamisen ja tulkinnan seurauksena ja niillä on alku ja loppu. Asiakaskokemus eroaa asenteesta, sillä kokemus on hetkessä syntyvä reaktio, kun taas asenne on pysyvämpi arvio.

Monikanavaisissa ympäristöissä asiakaskokemus muodostuu eri vuorovaikutuksen konteksteissa. Jokaisessa vuorovaikutustilanteessa asiakas on vuorovaikutuksessa kokemuskumppanin eli kokemusta muovaavan tahon kanssa. Kokemuskumppani voi olla brändi, työntekijä tai muut asiakkaat. (Gahler ym. 2022, 193.) Asiakaskokemus muodostuu siis yrityksen ja asiakkaan välisessä vuorovaikutuksessa ja siksi sitä pidetään kaksisuuntaisena ilmiönä (Kranzbühler ym. 2018, 434). Tämä asiakaskokemuksen monikanavaisuuden ymmärtäminen auttaa jäsentämään aihetta eri vuorovaikutuskonteksteissa. (Gahler ym. 2022, 193.)

Asiakaskokemuksia määrittää niiden moniulotteisuus. Yleisesti hyväksytty jaottelu jakaa asiakaskokemuksen viiteen eri ulottuvuuteen: aistilliseen, affektiiviseen, kognitiiviseen, käytökselliseen ja sosiaaliseen (Ta ym. 2022, 2). Lemon ja Verhoef (2016, 70) kuvaavat asiakaskokemusta luonteeltaan kokonaisvaltaisena, sillä siihen sisältyvät asiakkaan kognitiiviset, emotionaaliset, affektiiviset, sosiaaliset ja fyysiset vastaukset yrityksen tarjoamiin kohtaamisiin. Asiakaskokemukset muodostuvat siis usean eri osa-alueen yhdistelmästä. Asiakaskokemusten moniulotteisuudella tarkoitetaan myös, että ihmisille syntyy henkisiä reaktioita eri ulottuvuuksiin. Kokemus ei ole aina samanlainen vaan eri kokemusten osilla voi olla vaihteleva merkitys. Eri ulottuvuudet eivät myöskään ole yhtä tärkeitä kaikissa asiayhteyksissä. (Gahler ym. 2022, 193–194.) Kuviossa 1 havainnollistetaan asiakaskokemuksen eri ulottuvuudet perustuen Ta ym. (2022) jaotteluun.



Kuvio 1 Asiakaskokemuksen ulottuvuudet (Mukaillen Ta ym. 2022, 3)

Aistilliset kokemukset ovat asiakkaan reaktioita ärsykkeisiin, jotka aktivoivat yhtä tai useampaa aistia. Näitä voivat olla esimerkiksi tuntoaistiin, näköön tai hajuun liittyvät tuntemukset.

Aistihavainnoilla on suuri merkitys asiakaskokemuksen muodostumisessa. (Guyader ym. 2022, 3.)

Jo Hirschman ja Holbrook (1982, 92) korostivat asiakaskokemusten syntyvän tuotteiden tai palveluiden vaikuttaessa asiakkaan sisäisiin kokemuksiin. Tämä edellyttää aistien, kuten näön, äänen, maun, tuntoaistin tai tuoksun hyödyntämistä ja yhdistämistä kokemuksen aikana.

Aistihavainnot voivat herättää vahvoja mielikuvia tai tunteita, jotka vaikuttavat asiakkaan kokonaisvaltaiseen asiakaskokemukseen. Esimerkiksi hajaveden tuoksun aistiminen ei ainoastaan auta kuluttajaa tunnistamaan sen hajua, vaan voi myös herättää muistoja, jotka sisältävät visuaalisia ja auditiivisia elementtejä. Nämä kaikki elementit ovat mukana luomassa kokemusta, vaikka niitä ei suoraan olisi läsnä tilanteessa. Aistit ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa mikä tekee havaintokokemuksesta luonteeltaan moniaistisen (Stead ym. 2022, 441).

Affektiiviset kokemukset liittyvät tunteisiin, joita asiakkaalle syntyy vuorovaikutuksessa brändin, tuotteen tai palvelun eri osien kanssa. Nämä tunteet voivat vaihdella positiivisen ja negatiivisen välillä. Erityisesti negatiivisilla tunteilla, kuten pettymyksellä ja turhautumisella, voi olla pitkäaikaisia seurauksia. (Ta ym. 2022, 4.) Tunteet ovat asiakaskokemuksen ytimessä, sillä ne eivät ole vain osa kokemusta, vaan ne muokkaavat ja muodostavat niitä jatkuvassa vuorovaikutuksessa yksilön ja yhteiskunnan ekosysteemien tasolla. Tunteet ja kokemukset vaikuttavat toisiinsa molemminpuolisesti: kokemukset herättävät tunteita ja tunteet muokkaavat sitä, miten kokemukset koetaan. (Kuuru ym. 2020, 13.) Affektiiviset kokemukset ovat yleensä yhteydessä aistillisiin

kokemuksiin, sillä esimerkiksi miellyttävä tuoksu voi herättää positiivisia tunteita tai muistoja (Ta ym. 2022, 15).

Kognitiiviset kokemukset syntyvät, kun asiakas ajattelee, arvioi tai pohtii kokemusta sekä sen perusteita. Esimerkiksi jos asiakkaan ajattelua, havaintoja ja tietoista mieltä haastetaan tai aktivoidaan. (Tai ym. 2022, 4.) Kognitiivinen kokemus on myös alitajuntainen ja henkilökohtainen (Holbrook & Hirschman 1982). Käyttäytymiskokemus viittaa asiakkaan toimintaan ja reaktioihin, jotka näkyvät usein esimerkiksi elämäntavoissa, vuorovaikutuksessa ja tavaroiden käytössä. Sosiaaliset reaktiot tarkoittavat sitä, miten asiakas suhtautuu muihin ihmisiin ja sosiaaliseen ympäristöönsä. Se viestii siitä, miten asiakas ilmentää omaa identiteettiään kulutuksen kautta. (Ta ym. 2022, 4.)

### 2.1.2 Asiakaskokemus kierrätyskontekstissa

Asiakaskokemusta kierrätyskontekstissa voidaan tarkastella samoista moniulotteisista näkökulmista kuin muissakin asiakaspoluissa, sillä kierrätys ei ole pelkästään yksittäinen toiminto, vaan siihen liittyy monia muita merkityksiä, jotka vaikuttavat kokemukseen kokonaisvaltaisesti (Ertz ym. 2023). Asiakaskokemuksissa kiertotalouden kontekstissa on myös moniulotteisia piirteitä. Aistillinen, affektiivinen, kognitiivinen ja sosiaalinen ulottuvuus ovat olennaisessa roolissa myös kiertotalouden asiakaskokemuksissa. (Ta ym. 2022.)

Aistilliset ulottuvuudet voivat vaikuttaa merkittävästi kierrätyskokemukseen. Esimerkiksi jätteiden lajittelu voi aiheuttaa epämiellyttäviä hajuja tai likaa, jotka heikentävät kokemusta. Yksi aisti, esimerkiksi kosketus, voi ohjata muiden aistien toimintaa ja siten vaikuttaa asiakkaan kokemaan kokemukseen (Spence & Gallace 2011, 275). Negatiivisia käsityksiä asiakaskokemuksista ohjaavat ensisijaisesti epämiellyttävät aistiärsykkeet. Onkin selvää, että aistireaktioiden merkitys liittyy läheisesti kokemuksen luonteeseen. Asiakkaat eivät ole vain kokemuksen vastaanottajia, vaan myös aktiivisia muokkaajia. He keksivät omia tapojaan selviytyäkseen kokemuksen epämiellyttävistä puolista, kuten epämiellyttävistä aistihavainnoista. (Guyader ym. 2022, 9.) Kierrätyskontekstissa tämä voi tarkoittaa sitä, että kierrätyksen lopettamisen sijasta kuluttaja keksii omia ratkaisujaan havaittuihin ongelmiin, kuten epämiellyttäviin aistikokemuksiin.

Affektiivisesti kierrätys voi herättää ylpeyden tai syyllisyyden tunteita (Freed 2015, 89–91; Haj-Salem & Al-Hawari 2021, 208), erityisesti jos kuluttaja kokee, ettei osaa kierrättää tai epäilee kierrätysjärjestelmän toimivuutta. Kierrätys saattaa herättää lisäksi ärsytystä tilanteissa, joissa kierrätysmahdollisuudet puuttuvat. Puuttuva tai huono kierrätysinfrastruktuuri voi estää jopa

motivoituneinta kierrättäjää kierrättämästä. (Ertz ym. 2023, 4–5.) Myös muiden toiminta saattaa herättää negatiivisia tunteita kierrättäjässä esimerkiksi tilanteissa, joissa muut eivät toimi vastuullisesti. Kierrätystä voidaan kuvaila sosiaalisena tunnepohjaisena tekona, jossa tunteet toimivat kierrätyskäyttäytymisen vahvistajina. (Freed 2015, 89–91.)

Kognitiivinen ulottuvuus korostuu kierrätyksessä, sillä asiakkaiden on usein tehtävä päätöksiä esimerkiksi materiaalien lajittelusta tai kierrätysohjeista. Ongelmanratkaisutilanteissa kognitiivinen ulottuvuus korostuu (Gentile ym. 2007, 398). Epäselvät tai ristiriitaiset ohjeet lisäävät kognitiivista kuormitusta ja voivat heikentää asiakaskokemusta (Jacobsen ym. 2022, 65). Toisaalta selkeät ohjeet tukevat kokemuksen sujuvuutta ja vahvistavat kuluttajan tunnetta osaamisesta (Xiao ym. 2025, 11–12). Myös fyysiset ulottuvuudet, kuten kierrätyspisteiden saavutettavuus tai kodin säilytystilat, vaikuttavat siihen, kuinka helposti henkilö pystyy kierrättämään arjessaan (Aprile & Fiorillo 2019, 106; Jacobsen ym. 2022, 74).

Sosiaalinen ulottuvuus tulee esiin yhteisön normeissa, vertaispaineessa ja toisten havainnoinnissa (Haj-Salem & Al-Hawari 2021, 206). Sosiaalinen paine vaikuttaa ympäristöystävälliseen käyttäytymiseen. Erityisesti kaupunkialueilla sosiaaliset normit motivoivat ihmisiä kierrättämään etenkin tilanteissa, joissa toiminta on näkyvää muille kuten kadunvarsikierrätyksessä. (Escario ym. 2020, 253.) Myös muiden ihmisten, kuten perheen ja ystävien, vaikutus voi ohjata käyttäytymistä ja vahvistaa itse toimintaa etenkin tilanteissa, joissa kierrätys on näkyvää muille. Sosiaalinen paine, joka syntyy tietoisuudesta siitä, että muut kierrättävät, on voimakkaampi kuin paine, joka syntyy muiden odotuksesta kierrättää. (Knickmeyer 2020, 6.) Sosiaalinen ulottuvuus voi tuoda myös haasteita, jos esimerkiksi kerrostaloissa asuvat voivat kokea kierrätyksen aikana syntyvät sosiaaliset kohtaamiset naapurien kanssa epämiellyttäväksi (Ho 2018, 77–78). Käytöksellinen ulottuvuus näkyy kierrätyksessä konkreettisina tekoina ja valintoina, joita kuluttaja tekee.

Aikaisempi tutkimus erottaa asiakaskokemuksen tarkastelussa kaksi eri tasoa, staattisen ja dynaamisen asiakaskokemuksen. Staattinen asiakaskokemus tutkii, miten kuluttajat kokevat yksittäiset tai useat kosketuspisteet yrityksen kanssa tietynä ajankohtana. Dynaaminen taas analysoi miten kuluttajien kokemukset kehittyvät ajan myötä. (Kranzbühler ym. 2018, 434.) Näiden tasojen erottelu kierrätyskontekstissa on tärkeää, sillä kuluttajien kokemukset kierrätyksessä eivät rajoitu vain yksittäiseen kierrätystilanteeseen. Sen sijaan kokemuksia muodostuu pidempiaikaisessa vuorovaikutuksessa, jossa tärkeinä asioina ovat muun muassa kierrätyspisteiden saavutettavuus (Northen 2023, 1390), arkiset rutiinit (Islam ym. 2024, 2168) ja ohjeiden selkeys (Northen 2023,

1390). Yksittäiset kokemukset vaikuttavat kierrätyshalukkuuteen, mutta monien kokemusten kertymä luo sitoutumista kiertotalouteen (Ta ym. 2022; Ertz ym. 2023).

## 2.2 Kierrätyskokemuksen kontekstuaalisuus

### 2.2.1 Yksilöllinen konteksti muovin kierrätyksessä

Muovin kierrätys voi tuntua kuluttajasta haastavalta ja monimutkaiselta prosessilta. Yksi keskeinen syy tähän on se, että kuluttajat kohtaavat arjessaan paitsi monenlaista muovia, myös asiayhteyden mukaan vaihtelevia kierrätysohjeita, jätteiden lajittelujärjestelmiä sekä standardeja, jotka voivat aiheuttaa sekaannusta, virheitä ja jopa huolta joissain tilanteissa. Sekä muovipakkausten välttäminen että kierrätys voivat olla ristiriidassa kulutustottumusten, kätevyyden ja koetun vastuun kanssa vaatien kuluttajilta tietoa ja taitoa. (Koutsimanis ym. 2012, 279; Jacobsen ym. 2022, 64.) Lisäksi yksilön käyttäytymisen ymmärtäminen on monimutkainen ja vaikeasti ennustettava prosessi (Hameed ym. 2021, 2). Kontekstilla on siis tärkeä rooli kuluttajien asiakaskokemuksen tarkastelussa. Kontekstilla tarkoitetaan tilannetta, joka määrittää, mitä resursseja kuluttaja voi hyödyntää. Tämä vaikuttaa asiakaskokemukseen tehden siitä aina henkilökohtaisen ja yksilöllisen. Esimerkiksi henkilön eri tunnetilat, kuten tilannekohtaiset ilon, surun ja onnen tunteet vaikuttavat asiakkaaseen voimakkaasti. (Keyser ym. 2020, 440.) Näin ollen on tärkeää ymmärtää tarkemmin kierrätyskokemuksen eri konteksteja, joiden kautta kuluttajat toimivat.

Kierrätysaikomusta tukee usein yksilön myönteinen suhtautuminen kestävään ja ympäristöystävälliseen toimintaan (Hameed ym. 2021, 2, 7). Myös sosiaaliset normit vaikuttavat merkittävästi kierrätyskäyttämiseen, sillä ihmiset haluavat sopeutua yhteisön odotuksiin ja toimia yleisesti hyväksytyllä tavalla. Subjektiiiviset normit voivat siten lisätä yksilöiden ympäristöystävällistä käyttäytymistä, sillä he haluavat sopeutua yhteiskunnan normeihin. (Hameed ym. 2021, 3.) Ihmiset, jotka noudattavat yhteisöllisiä normeja ovat usein myös valmiimpia suojelemaan ympäristöä. Lisäksi osallistuminen vapaaehtoistoimintaan tai jäsenyys ympäristöjärjestöissä tukevat kierrätyskäyttämistä. (Aprile & Fiorillo 2019, 100.)

Ertz ym. (2023, 17–18) ovat tunnistaneet yksilöllisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat kierrätyskäyttämiseen. Nämä yksilölliset tekijät voidaan jakaa kolmeen eri alaluokkaan: kognitiivisiin, affektiivisiin ja konatiivisiin. Kognitiiviset tekijät ovat psykologisia, jotka liittyvät ajatteluun ja tietoisuuteen. Niitä ovat arvot, tieto, oletetut tulokset ja aikomus. Arvot vaikuttavat kuluttajien kierrätyskäyttämiseen, sillä ympäristömyönteinen käytös on hyvin riippuvaista ympäristömyönteisistä arvoista. Eli kuluttajat, joilla on vahvat ympäristömyönteiset arvot, ovat

todennäköisemmin ympäristötietoisia ja osallistuvat aktiivisemmin muovin kierrätykseen. Myös eri arvoilla voi olla eri merkitys kierrätyskäyttäytymisen näkökulmasta. Biosfääriset, altruistiset ja itsensä ylittämiseen liittyvät arvot lisäävät todennäköisyyttä omaksua ympäristöystävällinen maailmankuva, kun taas egoistiset ja itsensä korostamiseen liittyvät arvot ovat negatiivisesti yhteydessä ympäristöystävällisyyteen (Klöckner 2013, 1030).

Tieto on yksi kognitiivista tekijöistä, joka vaikuttaa yksilöiden toimintaan muovin kierrätyksessä (Ertz ym. 2023, 17). Kuluttajat, jotka ovat tietoisempia vaikutuksista, joita ympäristölle haitallinen toiminta aiheuttaa, käyttäytyvät useammin ympäristöystävällisesti (Geiger ym. 2019, 79).

Riittämätön tieto onkin yksi tärkeimmistä syistä siihen, miksi kuluttajat eivät kierrätä muovipakkausjätettä. Jos kuluttajat eivät tiedä, miten lajitella muovipakkauksia oikein he eivät pysty toimimaan tehokkaasti sen vähentämiseksi. (Jacobsen ym. 2022, 75.)

Aikomukset ja toiminnan oletettu tulos lukeutuvat myös kognitiivisiin tekijöihin (Ertz 2023, 17–18). Käyttäytyminen määräytyy suoraan aikomuksesta suorittaa kyseinen käyttäytyminen (Klöckner 2013, 1029). Motivaatioon liittyvät tekijät vaikuttavat kierrätysaikomuksiin. Kuluttajat myös osallistuvat suuremmalla todennäköisyydellä toimintaan, jos he uskovat sen tuloksilla olevan merkitystä ympäristövastuullisuuden kannalta. (Jacobsen ym. 2022, 64–65.)

Ertz ym. (2023, 18–19) mukaan affektiiviset tekijät liittyvät tunteisiin ja asenteisiin muovijätettä kohtaan. Niihin kuuluvat yleinen asenne ja kulttuuritausta. Kulttuuritausta viittaa yksilön ideologiseen maailmaan, joka on muotoutunut kulttuurin, sosiaalisen aseman, uskonnon ja vertaisryhmien kautta. Aprile ja Fiorillo (2019) mukaan tietyt sosioekonomiset tekijät, kuten sukupuoli, ikä, siviilisääty ja asumismuoto vaikuttavat kierrätyskäyttäytymiseen. He totesivat tutkimuksessaan, että nainen, naimisissa, 51–70-vuotias, korkeampi tulotaso ja omistusasunto ovat tekijöitä, jotka ennustavat aktiivisempaa kierrätystä. Heidän mukaansa myös kirkossa käynti ennusti aktiivisempaa kierrätystä. Kierrätyksen affektiivisiin ulottuvuuksiin vaikuttavat myös kierrätystilojen käytännöllisyys, turvallisuus ja esteettisyys (Ho 2018, 78).

Konatiiviset tekijät liittyvät Ertz ym. (2023, 19) mukaan toimintaan ja käyttäytymiseen. Niihin lukeutuvat aikaisempi käyttäytyminen, heijastusvaikutus (engl. spillover effect), synergistiset käytännöt ja julkisen sektorin ympäristöä edistävä toiminta. Aikaisemmalla käyttäytymisellä viitataan kuluttajien tapoihin. Tavat syntyvät, kun samaa käyttäytymistä toistetaan eli ne rakentuvat toistuvien päätösten pohjalta vakaisissa olosuhteissa. Kun tietty käyttäytyminen toistuu tarpeeksi usein samanlaisissa tilanteissa, siitä muodostuu tapa. Aiempien tilanteiden lisäksi normatiiviset prosessit eli esimerkiksi henkilökohtaiset normit vaikuttavat tapojen syntyyn. Tavat puolestaan

vaikuttavat tulevaan käyttäytymiseen sillä ne ikään kuin jäädyttävät opitut toimintamallit, jolloin niitä ei enää aktiivisesti pohdita joka kerta erikseen. (Klöckner & Blöblaum 2010, 576, 585.)

Heijastusvaikutus viittaa siihen, miten muut ympäristöystävälliset toimintatavat vaikuttavat positiivisesti muovin kierrätyksen omaksumiseen (Ertz ym. 2023, 19). Heijastusvaikutus tarkoittaa siis, että jokin käyttäytyminen voi vaikuttaa myös sellaisiin myöhempisiin käyttäytymismalleihin, jotka eivät alun perin olleet sen kohteena. Vaikutus voi olla positiivinen tai negatiivinen.

Esimerkiksi yksi ympäristöystävällinen teko lisää todennäköisyyttä, että henkilö alkaa toimia myös muilla tavoin ympäristöystävällisesti. (Arias & Trujillo 2020, 5.) Myös esimerkiksi muovipussimaksujen ja muiden muovijätteen tähtäävien maksujen tukemisen välillä on tutkittu olevan positiivinen heijastusvaikutus (Jacobsen ym. 2022, 73). Synergistiset tavat viittaavat kuluttajien toimintatapoihin, jotka eivät ole suoraan kierrätystä mutta edistävät sitä. Niihin voivat kuulua esimerkiksi kierrätetyistä materiaaleista tehtyjen pakkausten ostaminen tai olemassa olevien tuotteiden uudelleenkäyttö tai korjaus. (Ertz ym. 2023, 19.)

Poliittiset päätökset vaikuttavat kuluttajien kierrätyskäyttäytymiseen. Esimerkiksi Euroopan Unionin tekemillä linjauksilla on suuri vaikutus muovinkierrätykseen (Ertz ym. 2023, 7). Lisäksi julkisen sektorin ympäristöä edistävä toiminta vaikuttaa kierrätyskäyttäytymiseen. Kotitalouksien järjestelmään ja paikallishallintoon kohdistuva luottamus on kierrätystä ohjaava tekijä. Asukkaat, joilla on hyvä suhde paikallishallintoon, suhtautuvat myönteisemmin kierrätysvaatimuksiin ja he myös kierrättävät tehokkaammin. Luottamuksen puute puolestaan heikentää kierrätykseen sitoutumista. (Knickmeyer 2020, 6.)

Näiden yksityisen tason ympäristöystävällisten käyttäytymisten lisäksi voidaan tarkastella makrotason toimintaa. Se tarkastelee ympäristötoimintaa laajemmassa mittakaavassa ryhmien ja liikkeiden tasolla. Siihen liittyy myös kansalaisosallistuminen (engl. civic engagement) ja ympäristökansalaisuus (engl. environmental citizenship). Ympäristökansalaisuus sijoittuu yhteiskunnalliselle ja poliittiselle tasolle ja sisältää esimerkiksi osallistumista ympäristöjärjestöihin tai ympäristöasioita käsitteleviin mielenosoituksiin. (Ertz ym. 2016.; Ertz ym. 2023, 19.)

Taulukkoon 1 on koottu kierrätyskäyttäytymiseen vaikuttavat yksilölliset tekijät.

Taulukko 1 Yhteenveto kierrätyskäyttäytymisen yksilöllisistä tekijöistä (Mukaillen Ertz ym. 2023, 20)

<b>Kognitiiviset tekijät</b>	Tieto Aikomukset Arvot Odotetut tulokset
<b>Affektiiviset tekijät</b>	Yleinen asenne Kulttuuritausta
<b>Konatiiviset tekijät</b>	Aiempi käyttäytyminen Heijastusvaikutus Synergistiset käytännöt Julkisen tason ympäristöystävällinen käyttäytyminen

### 2.2.2 Käytännön esteet ja mahdollisuudet

Muovin kierrätyskäyttäytymisen selittämisen viitekehyksenä voidaan hyödyntää COM-B-mallia (engl. capability – opportunity – motivation – behaviour), jossa käyttäytyminen ymmärretään vastauksena sisäisiin ja ulkoisiin ärsykkeisiin. Se voi olla joko avointa ja suoraan mitattavaa tai peitettyä ja epäsuorasti mitattavaa. (Willmott ym. 2021, 4.) Viitekehys auttaa tunnistamaan käyttäytymisen esteitä ja edistäjiä (Xi ym. 2025, 4). COM-B-malli jäsentää käyttäytymisen kolmeen toisiinsa kytkeytyvän tekijän järjestelmänä: kyvykkyyden, mahdollisuuden ja motivaation. Jotta tietty käyttäytyminen tapahtuisi tietyllä hetkellä, yksilöllä on oltava kyvykkyys ja mahdollisuus toimia ja motivaation on oltava voimakkaampi kuin kilpailevien käyttäytymisten. Kyvykkyys viittaa yksilön psykologiseen ja fyysiseen valmiuteen. Fyysinen kyvykkyys on siis suoritukseen vaadittavia tietoja ja taitoja, kun taas psykologinen kyvykkyys liittyy tarvittaviin ajatteluprosesseihin, ymmärtämiseen ja päättelyyn. Mahdollisuudet liittyvät yksilön ulkopuolisiin tekijöihin: fyysiset mahdollisuudet liittyvät rakennettuun ympäristöön ja sosiaaliset mahdollisuudet kulttuuriseen kontekstiin. (Willmott ym. 2021, 3–4.) Motivaatio on keskeinen ihmisen toiminnan ajuri (Xi ym. 2025, 5). Se voidaan jakaa reflektiiviseen ja automaattiseen motivaatioon. Reflektiivinen kattaa käyttäytymiseen liittyvät uskomukset, suunnitelmat ja arvioinnit, kun taas automaattinen motivaatio viittaa tunteisiin ja impulsseihin. (Willmott ym. 2021, 4; Roy ym. 2022, 3.) Automaattiseen motivaatioon liittyvät myös tottumukset, jotka voivat aktivoitua visuaalisten vihjeiden vaikutuksesta. (Roy ym. 2022, 3.)

Macklin ym. (2023) jakavat kierrätykseen vaikuttavat tekijät kolmelle eri tasolle, jotka ovat mikro, meso ja makro. Jokaisella kolmesta tasosta on sekä sosiaalisia sekä fyysisiä tekijöitä. Mikrotasolle

kuuluvat yksilölliset tekijät, kuten sosiodemografiset tekijät, sekä jätetuotteeseen liittyvät asiat, kuten materiaali, tuotteen muoto ja merkinnät. Myös tunnesiteen on tunnistettu liittyvän yksilöllisiin jätetuotteeseen liittyviin tekijöihin. Esimerkiksi epäselvien tuotemerkintöjen tuottama osaamispuola lisää kuluttajien kognitiivista kuormitusta ja siten voi vaikuttaa kierrätyskyvykkyyteen. Lisäksi kuluttajan opitut tavat sekä aiemmat kokemukset ohjaavat käyttäytymistä tällä tasolla. Mikrotasolla siis yhdistyvät sekä tiedolliset että emotionaaliset tekijät, jotka vaikuttavat kuluttajien kierrätyshalukkuuteen. (Hameed ym. 2021, 198–199; Ertz ym. 2023, 17–19.)

Mesotasolla ovat kotitalouteen sekä fyysiseen ympäristöön liittyvät tekijät. Kotitalouteen liittyviin demografisiin tekijöihin kuuluvat muun muassa sen rakenne, koko, tulotaso, lapsien määrä ja varallisuus. Myös ryhmädynamiikalla on suora vaikutus kotitalouksien kierrätyskäyttäytymiseen. Edellä mainittujen lisäksi fyysinen ympäristö, kuten saatavilla oleva säilytystila, liittyy kierrätyskäyttäytymiseen. (Macklin ym. 2023, 9.) Fyysisellä ympäristöllä on voimakas vaikutus kierrätyskäyttäytymiseen, sillä esimerkiksi kierrätysastioiden helppo saavutettavuus tekee kierrätystoiminnasta kuluttajille helpompaa (Freed 2015, 86–88).

Makrotasolla kierrätyskäyttäytymiseen vaikuttavat tilannetekijät ja yhteisöön liittyvät tekijät, kuten lait. Tilannetekijöihin kuuluvat muun muassa asuinpaikan sijainti sekä alueellinen infrastruktuuri. (Macklin ym. 2023, 10.) Kierrätyskäyttäytymiseen vaikuttavat yksilöllisten tekijöiden lisäksi kierrätysohjelmien rakenne sekä poliittiset valinnat. Esimerkiksi se kuinka lähellä kierrätysastiat sijaitsevat, kuinka usein kierrätys järjestetään ja vaaditaanko lajittelua vaikuttaa merkittävästi osallistumiseen. (Schultz ym. 1995, 115–116.) Lisäksi taloudelliset kannustimet, kuten panttijärjestelmät tai maksut muovipusseista voivat vahvistaa motivaatiota kierrättää ja ohjata toimintaa oikeaan suuntaan (Arias & Trujillo 2020). Poliittisella tasolla lainsäädäntö määrittää pitkälti millaisia veloitteita ja mahdollisuuksia kuluttajilla on (Ertz ym. 2023, 7–8). Kuvio 2 vetää yhteen edellä mainitut eri tasojen kierrätykseen vaikuttavat tekijät.



Kuvio 2 Kierrätyskäyttämisen kategoriat (Mukaiillen Macklin ym. 2023)

Kierrätyskäyttämiseen vaikuttavat myös kuluttajien kohtaamat esteet. Kierrätyspalveluiden puuttuminen sekä esimerkiksi puutteellinen tila toimivat todennäköisemmin esteinä kuluttajien kierrätykselle (Ertz ym. 2023, 9). Kierrätyksen esteenä voi myös toimia prosessin oletettu vaikeus tai vaivalloisuus. Tämän voi huomata esimerkiksi tutkimuksessa, jossa kuluttajia pyydettiin puhdistamaan pakkaus sen käytön jälkeen, huomattiin sillä olevan negatiivisia vaikutuksia kierrätyshalukkuuteen. Tiedon puute esimerkiksi siitä miten kierrättää materiaali oikein voi myös toimia esteenä kuluttajien kierrätykselle. (Roy ym. 2022; Jacobsen ym. 2022, 74–75.)

Kierrätyksen käytännöllisyydestä puhuttaessa keskitytään usein fyysisiin ominaisuuksiin, eli esimerkiksi etäisyyteen kierrätysastioille tai tilanpuutteeseen. Käytännöllisyys on kuitenkin osa laajempaa kokonaisuutta, jossa myös sosiaaliset ulottuvuudet ovat tärkeitä. Erityisesti moniasuntoisissa asuinrakennuksissa kierrätyksen haasteeksi voi muodostua sosiaalinen näkökulma. (Ho 2018, 77–78.) Tutkimusten mukaan kuluttajien kierrätyskäyttämistä ohjaavat ennen kaikkea käytännön tekijät, kuten kierrätyksen helppous, saavutettavuus ja saatavilla oleva tieto, sosiaaliset ja henkilökohtaiset normit sekä koettu kyvykkyys. Yleiset ympäristöön liittyvät asenteet eivät siis yksinään riitä vaan niiden vaikutus on lähinnä epäsuora. (Valle ym. 2005, 388–391.)

Taulukossa 2 yhdistetään COM-B-mallin kyvykkyys, mahdollisuus ja motivaatio Macklin ym. (2023) esittelemiin kierrätyskäyttämisen tasoihin. Kierrätyskäyttämisen kolmella eri tasolla voidaan erottaa COM-B-mallin mukaisia käyttämisen esteitä ja edistäjiä käytännössä. Mikrotasolla ne liittyvät yksilön omiin havaintoihin ja tulkintoihin, mesotasolla lähiympäristöön ja kotitalouteen liittyviin tekijöihin ja makrotasolla laajemmin järjestelmiin ja yhteiskuntaan liittyviin.

Taulukko 2 COM-B-malli yhdistettynä kierrätyskäyttäytymisen tasoihin

COM-B	Mikro (yksilö)	Meso (kotitalous)	Makro (yhteisö)
Kyvykyys (psykologinen/ fyysinen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tieto ja osaaminen</li> <li>Opitut tavat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotitalouteen liittyvät tekijät</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yhteiset lajitteluohjeet</li> <li>Standardoidut merkintävaatimukset</li> </ul>
Mahdollisuus (fyysinen/ sosiaalinen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yksilön ulkopuoliset tekijät</li> <li>Tuotemerkintöjen selkeys</li> <li>Kulttuurin vaikutus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Säilytystila</li> <li>Kierrätysastioiden helppo saavutettavuus</li> <li>Kierrätystilojen siisteys</li> <li>Naapureiden normit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asuinpaikan sijainti</li> <li>Alueellinen infrastruktuuri</li> <li>Lainsäädäntö</li> </ul>
Motivaatio (reflektiivinen/ automaattinen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tunneside</li> <li>Ylpeys, häpeä, ärsyntyminen</li> <li>Kierrätys ei prioriteetti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kotitalouden luoma paine</li> <li>Kotitalouden normit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taloudelliset kannustimet</li> <li>Yhteiskunnalliset normit</li> </ul>

## 2.3 Kuluttajien roolikokemukset kierrätysprosessissa

### 2.3.1 Asiakaskokemuksen tarkastelu rooliteorian näkökulmasta

Tässä tutkimuksessa sovelletaan rooliteoriaa, sillä sen avulla voidaan tarkastella millaisia erilaisia kokemuksia kuluttajilla voi olla muovin kierrätysprosessin aikana. Rooliteoria selittää ihmisten käyttäytymistä sosiaalisissa tilanteissa, joissa yksilö toimii rooleihinsa liitettyjen oletusten perusteella. Roolit toimivat yksilön käyttäytymistä ohjaavina sosiaalisina vihjeinä. Kaikki roolit ovat opittuja ja yksilön tyytyväisyys omaan toimintaansa vahvistuu, kun hän kokee toimivansa roolin mukaisesti. (Solomon ym. 1985, 102.) Kuluttajilla voi olla rooli-identiteettejä, jotka määrittävät yksilön itseymmärrykseksi henkilönä, joka suorittaa tietyn roolin (Mannetti ym. 2004, 228).

Rooliteorian mukaan ihmiset omaksuvat elämänsä aikana useita samanaikaisia rooleja, jotka voivat tukea toisiaan tai olla keskenään ristiriidassa (Meneses & Palacio 2005). Tämä pätee myös muovin kierrätykseen liittyviin asiakaskokemuksiin ja vuorovaikutustilanteisiin. Kuluttaja voi samaan aikaan toimia lajittelijana, ohjeistusten seuraajana, opastajana perheelleen tai jopa vastustajana, mikäli kierrätysjärjestelmä koetaan hankalaksi tai epäselväksi. Nämä roolit eivät ole toisistaan erillisiä vaan ne voivat yhdistyä, limittyä ja vaikuttaa toisiinsa. Callero (1994, 232) mukaan roolit

eivät myöskään ole sidottuja vain yhteen asemaan tai verkostoon, vaan niillä ilmenee myös kognitiivinen ulottuvuus. Roolit voidaan siis kokea fyysisesti tekemisenä, sosiaalisesti vuorovaikutuksena muiden kanssa sekä ajatuksen tasolla yleisempänä käsityksenä siitä mitä tietty rooli, esimerkiksi kierrättäjän rooli, tarkoittaa. Viimeisellä tasolla rooli ei enää liity vain yhteen ihmiseen tai tilanteeseen vaan siitä tulee yleisempi ja näin ollen se ylittää yksittäiset ihmiset tai tapaukset.

Roolikonflikti (eng. role conflict) on tilanne, jossa yksilöön kohdistuvat oletukset ovat keskenään ristiriitaisia tai yhteensopimattomia. Rizzo ym. (1970, 155) määrittelevät useita roolikonfliktin muotoja. Konflikti voi syntyä esimerkiksi, jos yksilön henkilökohtaiset arvot tai moraalikäsitteet ovat ristiriidassa roolin tuomien odotusten kanssa. Toinen roolikonflikti voi syntyä, jos yksilöltä odotetaan enemmän kuin hänellä on resursseja, kykyjä tai aikaa toteuttaa. Kolmas konflikti voi syntyä, mikäli henkilöllä on useita samanaikaisia rooleja, jotka vaativat keskenään ristiriitaista käyttäytymistä. Neljäs roolikonflikti voi syntyä, mikäli yksilö saa ristiriitaisia oletuksia ja ohjeistuksia, esimerkiksi organisaation tai yhteiskunnan taholta. Kun eri roolit ovat ristiriidassa keskenään, yksilö joutuu toimimaan ongelmanratkaisijana. Tällöin yksilö joutuu laajentamaan omaa toimintaansa ja sopeuttamaan persoonaansa hallitakseen paremmin tilanteeseen liittyviä ristiriitoja. (Marks & MacDermid 1996, 418.)

Sovellettuna muovin kierrätyksen asiakaskokemukseen roolikonfliktit voivat ilmetä tilanteissa, joissa kuluttajalle asetetut vaatimukset ja odotukset ovat keskenään ristiriidassa. Kuluttaja voi esimerkiksi kokea itsensä ympäristötietoiseksi ja haluaa kierrättää, mutta samalla hän voi kohdata haasteita ohjeiden epäselvyyden tai puutteellisten kierrätysastioiden kanssa. Kierrätyksen esteiden kohdatessa yksilön vahvan motivaation kierrättää, voi syntyä roolikonflikti, jossa ympäristötietoisien kuluttajan arvot eivät vastaa käytännön mahdollisuuksia. Tämä voi aiheuttaa turhautumista tai toimimattomuutta, vaikka motivaatio olisi korkealla (Jacobsen ym. 2022). Se voi myös heijastua negatiivisesti asiakaskokemukseen ja vähentää kierrätyshalukkuutta pitkällä aikavälillä (Ertz ym. 2023, 4–5).

Kuluttaja voi kokea itsensä osana laajempaa kokonaisuutta ja näin ollen esimerkiksi ympäristökansalaisuuden roolissa. Ympäristökansalaisuus liittyy yhteisen hyvän ja yksilön väliseen suhteeseen. Ympäristökansalaisen käyttäytymistä ohjaa osittain tieto siitä, että kaikki mikä on hyväksi yksilölle itselleen ei välttämättä ole sitä yhteisölle. Se perustuu siis ajatukseen, että jos yksilöillä on oikeus nauttia puhtaasta ympäristöstä, on heillä myös velvollisuus toimia tavalla, joka turvaa tämän oikeuden myös muille. (Dobson 2007, 280.) Ympäristökansalaisten käyttäytyminen

on tiiviisti sidoksissa heidän elämäntapaansa ja identiteettiinsä. Se ei siis ole pelkästään yksittäinen kulutus päätös vaan siihen sisältyy myös arvo- ja identiteettiperustainen ulottuvuus, jossa yksilö kokee olevansa osa laajempaa yhteistä tehtävää ilmastonmuutoksen torjunnassa. (Yu ym. 2019, 501, 506–507.) Näin ollen ympäristökansalaisuuden roolit kytkeytyvät kierrätyksen kokemuksellisiin ulottuvuuksiin ja voivat vahvistaa asiakaskokemusta merkityksellisyyden näkökulmasta.

Kuluttaja voi kokea itsensä myös vihreän kuluttajan roolissa. Vihreä kuluttajuus voidaan määritellä esimerkiksi kuluttajien taipumuksena ostaa tuotteita, jotka minimoivat haitalliset ympäristövaikutukset koko elinkaarensa aikana sekä tukevat vastuullisia valintoja (Young ym. 2010, 22–23; Kumar & Polonsky 2017, 85). Vihreä kuluttajuus yhdistyy usein henkilökohtaisiin arvoihin sekä laajempiin yhteiskunnallisiin vastuullisuustavoitteisiin. Sitä ohjaavat sosiaaliset normit, käytännön esteet sekä ympäristömyönteiset asenteet. (Sharma ym. 2023.)

Kuluttaja voi kokea kierrättämisen keskeiseksi osaksi itseään, jolloin hän omaksuu kierrättäjäroolin. Tämä kuluttajan kokema identiteetti kierrättäjänä vaikuttaa hänen kierrätyskäyttäytymiseensä. Kierrättäjäidentiteetti tarkoittaa sitä, että yksilö kokee kierrätyksen olevan olennainen osa hänen minäkuvaansa. Tällainen identiteetti voi vahvistaa kierrätyskäyttäytymistä pitkäjänteisemmin kuin muut tekijät, kuten sosiaalinen paine tai muiden toiminnan seuraaminen. (White & Hyde 2012, 795.) Vahvan identiteetin ympäristöystävällisenä ihmisenä on tutkittu olevan yhteydessä nopeampaan, automaattiseen päätöksentekoon kierrättämisessä (Freed 2015, 85).

Kierrätysrooleja voi tarkastella myös kotitalouksien kautta, sillä kotitalous on keskeinen arjen toimintaympäristö. Meneses ja Palacio (2005) jakavat kierrätysroolit kotitalouksissa seitsemään eri rooliin. Roolit ovat vaikuttaja, aloittaja, päätöksentekijä, toimittaja, suostuttelija, toteuttaja ja kieltäytyjä. Vaikuttaja on henkilö, joka vaikuttaa muiden asenteisiin kierrätystä kohtaan. Aloittaja on se, joka ottaa ensimmäisen askeleen kierrättämisessä. Päätöksentekijä päättää kierrätetäänkö vai ei. Toimittaja on henkilö, joka kuljettaa jätteet kierrätyspisteisiin. Suostuttelija kannustaa tai motivoi kierrättämään. Toteuttaja laatii ja valvoo säilytys-, lajittelu- ja kierrätysohjeiden noudattamista. Kieltäytyjä on henkilö, joka ei halua osallistua kierrätykseen. Nämä roolit vaikuttavat kokemuksiin kotitalouden sisällä.

Eri roolit voivat myös tukea toisiaan. Sieberin (1974, 577–578) mukaan useiden roolien kumuloituminen voi tuottaa positiivisia vaikutuksia, kuten lisääntyneitä resursseja, kehittyneitä taitoja ja vahvempaa motivaatiota. Esimerkiksi yksilön ympäristötietoisuus voi vahvistaa hänen rooliaan kierrättäjänä tai kierrätyksen edistäjänä perheessä tai yhteisössä. Mykkänen ja Repo (2021)

toteavat, että suomalaiset kuluttajat näkevät arjen eri roolit moninaisina. Roolia ei rajoiteta esimerkiksi vain kuluttaja näkökulmaan, vaan ajatukset vastuusta heijastavat myös yhteisöllisiä, asumiseen ja liikkumiseen liittyviä näkökulmia. Näin ollen roolien kumuloituminen ei ainoastaan tue motivaatiota vaan voi myös toimia lieventävänä tekijänä roolikonfliktin riskejä tarkastellessa, kun roolien odotukset ovat linjassa ja kuluttajilla on mahdollisuus toteuttaa ne. (Sieber 1974; Marks & MacDermid 1996.)

Roolit eivät myöskään ole staattisia vaan dynaamisia ja jatkuvasti muuttuvia. Se tarkoittaa, että yksilöt eivät pelkästään vaihtelee roolista toiseen vaan he voivat samanaikaisesti hallita ja toteuttaa useita rooleja rinnakkain. (Marks & MacDermid 1996, 417.) Muovin kierrätyksen kontekstissa tämä voi korostaa sitä, että kuluttajakokemus ei ole yksittäinen tai yksinkertainen, vaan koostuu monien roolien yhteisvaikutuksesta.

Yksilön kierrätyspäätöksiin vaikuttaa myös vahvasti se, miten hän näkee itsensä, eikä vain esimerkiksi se mitä muut ympärillä tekevät (White & Hyde 2012, 795). Mitä tärkeämpi ja keskeisempi kuluttajan kokema identiteetti on, sitä todennäköisemmin yksilö toimii sen roolin mukaisesti (Fielding ym. 2008, 320). Koettu kierrättäjäidentiteetti siis rohkaisee kierrättämiseen, koska ihmisillä on taipumus toimia yhtenäisesti sen kanssa, millaisena he näkevät itsensä (Geiger ym. 2019, 92). Rooli-identiteetit vahvistuvat toistuvan käyttäytymisen kautta ja niiden merkitys voimistuu mitä keskeisemmäksi identiteetti muodostuu ja mitä laajemmin se on sidottu sosiaaliseen verkostoon. Tutkimusten mukaan toistuva ja usein harjoitettu käyttäytyminen vahvistaa rooli-identiteettiä, eli mitä useammin kuluttaja toimii kierrättäjän roolissa ja saa siihen tukea sosiaaliselta ympäristöltä, sitä vahvemmin hän myös samaistuu kierrättäjän identiteettiin. (Mannetti ym. 2004, 228.) Myös kontekstilla on merkitystä siihen, mikä identiteetti aktivoituu päätöksenteossa. Lisäksi kuluttajat voivat kokea eri rooleja ja identiteettejä samanaikaisesti. (Gatersleben ym. 2019, 38, 45.)

Gatersleben ym. (2019, 33, 44) osoittivat tutkimuksessaan, että kuluttajilla voi olla useita keskenään konfliktissa olevia identiteettejä samanaikaisesti. Heidän mukaansa kuluttajien identiteetti kokemukset ovat hyvin kontekstisidonnaisia, ja tällöin myös kontekstin mukaan niiden merkitys voi vaihdella. Esimerkiksi kuluttaja voi samanaikaisesti kokea vahvaa kierrättäjäidentiteettiä ja tuhlaavaa identiteettiä, sillä esimerkiksi vaatteiden osto ja energian säästäminen tapahtuvat hyvin erilaisissa sosiaalisissa ja fyysisissä ympäristöissä. Ympäristöystävällinen käyttäytyminen on myös usein ristiriidassa kulutuskeskeisen yhteiskunnan kanssa. Kierrätyksen roolikokemusten yhteydessä tämä voi siis merkitä esimerkiksi, että mikäli yksilöllä on vahva kierrättäjäidentiteetti, hänen käyttäytymistään ohjaavat kyseisen roolin ja siihen liittyvän ryhmän normit ja odotukset.

### 2.3.2 Roolikokemusten yhdistyminen asiakaskokemukseen

Roolikokemukset ja asiakaskokemuksen eri ulottuvuudet ovat yhteydessä toisiinsa. Roolien ja kokemusten affektiivinen, eli tunteisiin liittyvä ulottuvuus, on olennainen kuluttajien kokemuksia ohjaava tekijä (Kuuru ym. 2020, 13). Affektiiviseen ulottuvuuteen liittyvät eri tilanteissa syntyvät positiiviset ja negatiiviset tunteet. Niiden lisäksi voidaan tunnistaa roolien vaikutus sosiaaliseen ja kognitiiviseen ulottuvuuteen.

Roolikonfliktit voivat aiheuttaa monia negatiivisia tunteita kuluttajille. Sen on tutkittu olevan yhteydessä esimerkiksi aloitteellisuuden vähenemiseen (Maden-Eyiusta 2021, 2847), heikentyneeseen sitoutuneisuuteen ja tunneperäiseen uupumukseen (Liu ym. 2025, 4). Lisäksi useiden roolien samanaikaisuus ja siitä syntyvät ristiriidat saattavat kuormittaa ja luoda ahdistuksen tunteita (Marks & MacDermid 1996, 420). Negatiiviset tunteet, kuten turhautuminen, häpeä tai syyllisyys ohjaavat yksilön käyttäytymistä ja päätöksentekoa. Näiden tunteiden ennakointi vaikuttaa myös päätöksentekoon ja yksilön kokemuksiin. (Haj-Salem & Al-Hawari 2021, 207.) Negatiiviset tunteet eivät kuitenkaan johda suoraviivaisesti huonoon asiakaskokemukseen, vaan niiden vaikutus voi olla monimutkaisempi (Manthiou ym. 2020, 2). Vaikka kuluttaja ei kokisi omaavansa vahvaa ympäristöidentiteettiä, negatiiviset ja positiiviset tunteet, kuten ylpeys, syyllisyys ja ärsyntyminen vaikuttavat siihen kierrättääkö hän vai ei (Freed 2015, 92). Tunteet voivat siis motivoida kierrättämään, vaikka koettu ympäristöidentiteetti olisi heikko.

Useiden roolien samanaikaisuus voi myös olla positiivinen asia, sillä roolit voivat myös tukea toisiaan (Marks & MacDermid 1996, 418). Roolien kasaantuminen voi myös tuottaa lisäenergiaa ja sitoutumista, tarjota tunteen elämän merkityksellisyydestä, vahvistaa itsetuntoa ja ylläpitää positiivista identiteettiä epäonnistumisten edessä (Thoits 2003, 180). Useisiin rooleihin osallistuminen voi synnyttää myönteisiä tunneperäisiä reaktioita ja sillä on myönteinen yhteys lisääntyneeseen terveyteen ja psyykkiseen hyvinvointiin (Berger & Bruch 2021, 839). Näin ollen kuluttajien kokemukset useista rooleista voivat myös tuottaa positiivisia vaikutuksia asiakaskokemuksen näkökulmasta.

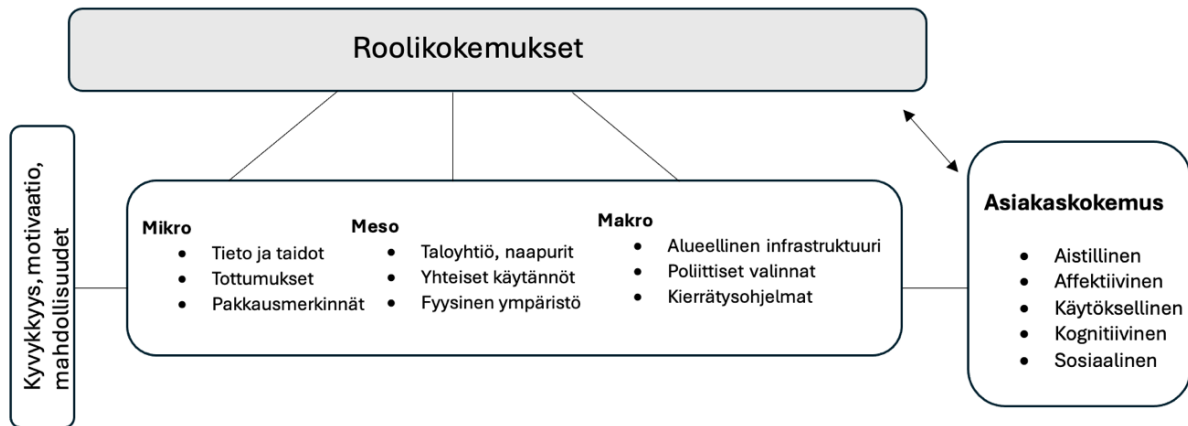
Kognitiivisesta näkökulmasta kuluttajien kokemien roolien vaikutus voi olla yhteydessä siihen, miten he havaitsevat, tulkitsevat ja arvioivat omaa toimintaansa kierrätysprosessissa. Roolit ohjaavat ajatteluprosesseja (Stryker & Burke 2000, 286) eli esimerkiksi vastuullisuuden arviointia ja voivat siten vaikuttaa koettuun osaamiseen ja hallinnan tunteeseen. Erityisesti ristiriitaisista odotuksista saman roolin sisällä johtuvat roolikonfliktit voivat aiheuttaa kognitiivista kuormitusta

(Liu ym. 2025, 7). Kognitiivinen kuormitus taas voi olla heikentävä tekijä asiakaskokemuksen kannalta (Jacobsen ym. 2022, 65).

Sosiaalisia ulottuvuuksia tarkastellessa roolit jakavat samankaltaisuuksia asiakaskokemusten sosiaalisten ulottuvuuksien kanssa. Callero (1994) korostaa roolien olevan sosiaalisesti määrittyvä resurssi, joita yksilöt käyttävät vuorovaikutuksessa muiden kanssa rakentaakseen merkitystä ja identiteettiä. Myös asiakaskokemuksen sosiaalisessa ulottuvuudessa kuluttajien kokemukset muotoutuvat suhteessa yhteisön normeihin ja muiden ihmisten hyväksyntään (Ta ym. 2022, 4). Sosiaalisen identiteetin näkökulmasta minäkuvan perustuessa vahvasti tiettyyn ryhmäidentiteettiin, yksilön käyttäytyminen perustuu myös vahvasti kyseisen ryhmän normeihin. Tällöin muiden ryhmän jäsenten odotukset toimivat sopivan käyttäytymisen malleina ryhmän sisällä. Myös samankaltaisuudet ryhmän sisällä sekä erot ryhmän ulkopuolisiin henkilöihin korostuvat. (Fielding ym. 2008, 319.) Roolien sosiaalinen ulottuvuus yhdistyy oleellisesti asiakaskokemusten sosiaalisten ulottuvuuksien kanssa.

## **2.4 Teorettinen viitekehys**

Tutkimuksen teoriaosuus tarkastelee asiakaskokemusten muodostumista muovinkierrätys kontekstissa sekä kierrätyskäyttämisen eri tasoja ja roolikokemusten merkitystä asiakaskokemuksen muodostumisessa. Toinen pääluke muodostaa tutkielman teorettisen viitekehysten. Viitekehys yhdistää teoriassa esitellyn asiakaskokemuksen ulottuvuudet, kuluttajien roolikokemukset sekä asiakaskokemuksen muovinkierrätyksessä. Kuviossa 3 on havainnollistettu tutkielman teorettinen viitekehys.



Kuvio 3 Teoreettinen viitekehys

Keskiössä asiakaskokemusten tarkastelussa on sen moniulotteisuus. Aistilliset, affektiiviset, kognitiiviset, sosiaaliset ja käytökselliset ulottuvuudet luovat pohjan kuluttajien kokemuksille muovinkierrätyksessä. Kuluttajien roolikokemusten tarkastelu auttaa ymmärtämään miten sosiaaliset, kognitiiviset sekä emotionaaliset tekijät vaikuttavat yksilön toimintaan kierrätysprosessin eri vaiheissa sekä muodostaa perustan roolikonfliktien ja roolien kasaantumisen tarkastelulle. Asiakaskokemuksissa muovinkierrätyskontekstissa voidaan tarkastella samoja ulottuvuuksia. Teoreettinen viitekehys toimii pohjana osaongelmien tarkemmalle tutkimiselle empiirisen tutkimuksen avulla. Empiirinen osuus keskittyy tarkastelemaan kuluttajien asiakaskokemusten muodostumista ja roolikokemusten yhteyttä siihen. Keskiössä on asiakaskokemus, joka rakentuu eri tasojen vuorovaikutuksessa ja jonka muovautumista roolikokemukset ohjaavat.

### 3 Empiirisen tutkimuksen toteuttaminen

#### 3.1 Tutkimusmenetelmä ja tutkimusote

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa aineistonkeruumenetelmänä hyödynnettiin puolistrukturoituja yksilöhaastatteluja. Laadullinen tutkimusote valittiin, koska se tarjoaa mahdollisuuden aiheen syvempään ymmärrykseen. Laadullisen tutkimusotteen avulla voidaan ymmärtää eri näkökulmia sekä subjektiivisia ja sosiaalisia merkityksiä tutkittavasta aiheesta. Ympäröivät olosuhteet otetaan laadullisessa tutkimuksessa myös huomioon mahdollistaen kattavan, monitahoisen ymmärryksen aiheesta. (Flick 2023, 6.) Laadullisessa tutkimuksessa tutkijat ovat kiinnostuneita ymmärtämään miten ihmiset tulkitsevat kokemuksiaan, miten he rakentavat maailmaansa ja minkälaisia arvoja he antavat omille kokemuksilleen. Laadullisen tutkimuksen ytimessä on siis ihmisten rakentamien merkitysten ymmärtäminen. (Merriam & Tisdell 2015, 6, 15.)

Puolistrukturoiduissa yksilöhaastatteluissa tavoitteena on tuottaa syvällistä ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä haastateltavan omasta näkökulmasta. Haastattelija ohjaa keskustelua luottamuksellisessa ilmapiirissä avointen kysymysten avulla. Tarvittaessa hän kysyy tarkentavia lisäkysymyksiä, jotka auttavat haastateltavaa jäsentämään kokemuksiaan. Puolistrukturoitujen haastatteluiden ytimessä ovat haastattelurungon käyttö, luottamuksen rakentaminen sekä tarinan esiin houkuttelu, joka mahdollistaa syvällisen analyysin. (Hennink 2020, 116.) Haastattelut ovat usein ensisijainen aineistonkeruutapa laadullisessa tutkimuksessa. Oleellista onnistuneissa haastatteluissa on hyvät avoimet kysymykset, jotka mahdollistavat sujuvat jatkokysymykset ja avaavat oven mahdolliselle lisäkeskustelulle. (Merriam & Tisdell 2015, 18–19.)

Tämän tutkimuksen tavoitteena on tuoda esiin haastateltavien näkemykset muovin kierrätyksestä sekä heidän kokemuksensa siihen vaikuttavista tekijöistä. Tutkimustuloksia ei ole tarkoitus yleistää tilastollisesti, vaan sen sijaan tavoitteena on ymmärtää syvällisemmin mikä vaikuttaa kuluttajien kokemuksiin muovinkierrätyksen ympärillä. Koska tutkimuksen ytimessä ovat tutkittavien omat kokemukset, on oleellista päästä kiinni siihen, miten yksilöt itse kokevat asiat arjessa.

Haastatteluiden avulla on mahdollista konkretisoida näitä kokemuksia. Haastattelut yhdistävät ennalta määritellyt teemat ja avoimet kysymykset (Galletta 2012, 45; Merriam & Tisdell 2015, 110–111) mikä mahdollistaa sen, että tutkimuskysymyksiin saadaan vastauksia, mutta samalla haastateltavat voivat tuoda esille odottamattomia uusia näkökulmia tutkittavista aiheista.

Puolistrukturoidut haastattelut antavat hyvin tilaa haastateltavan omalle kerronnalle ja yksilöllisille

esimerkeille (Galletta 2012, 47–48). Lisäksi menetelmävalinta auttaa ymmärtämään affektiivisia, kognitiivisia, sosiaalisia ja aistillisia ulottuvuuksia, jotka ovat olennaisia tutkimuksen viitekehysessä.

## 3.2 Aineiston keruu

### 3.2.1 Tutkimuskohteiden valinta

Tutkimusasetelma perustuu harkinnanvaraiseen otantaan, jossa haastateltaviksi on valittu henkilöitä, jotka kohtaavat muovia arjessaan. Laadullisessa tutkimuksessa osallistujien tunnistaminen perustuu yleisesti tarkoituksenmukaisuuteen eikä satunnaisuuteen kuten määrällisessä tutkimuksessa (Eriksson & Kovalainen 2016, 53). Tutkimuskohteiksi on valittu henkilöitä, joilla on jotakin olemassa olevaa tietoa tutkimusaiheesta sekä halua jakaa sitä tietoa osana tutkimusta (Zeithaml ym. 2020, 36). Tutkimuskohteiden valinnassa tässä tutkimuksessa on haluttu haastatella eri asumismuodoissa, kuten kerrostaloissa ja omakotitaloissa asuvia henkilöitä, sillä näiden eri asumismuotojen kierrätysinfrastruktuuri on erilainen, jolloin myös kierrätyskokemus saattaa vaihdella sen takia.

Tutkimuksen kannalta on oleellista, että henkilöt suhtautuvat keskenään eri tavoin muovinkierrätykseen. Eri näkemykset mahdollistavat erilaisten roolien esille nousemisen ja auttavat hahmottamaan millä tavoin suhtautuminen kierrätykseen saattaa vaikuttaa kokemukseen. Nämä eri suhtautumiset vastuullisuuteen tarjoavat tärkeää tutkimustietoa. Haastateltavat löydettiin hyödyntämällä tutkijan omia verkostoja. He edustivat eri elämäntilanteita, asumismuotoja sekä kotitalouksia ja lisäksi heidän kierrätysaktiivisuutensa vaihteli. Tutkimukseen osallistuville annettiin kiitoksena osallistumisesta 20 € arvoiset S-ryhmän lahjakortit. Haastateltavat sopivat tuottamaan tietoa tutkimuskysymyksiin, koska he edustavat tutkimuksen kohderyhmää, eli henkilöitä, jotka kohtaavat muovia osana arkeaan.

### 3.2.2 Haastatteluiden toteuttaminen

Haastattelurunko on laadittu teemoittain tutkimuksen teoreettiseen viitekehukseen pohjautuen. Haastatteluteemat ovat muodostettu tutkimuksen osaongelmiin pohjautuen ja ne sisältävät aiemmasta teoriasta tunnistettuja avainkäsitteitä. Kysymykset ovat muotoiltu niin, että ne mahdollistavat jatkokeskustelun haastattelutilanteessa. Näin pyritään saamaan esiin haastateltavien näkemyksiä ja kokemuksia mahdollisimman monipuolisesti. Kysymysten teemoittelu tarjoaa samalla haastattelulle selkeän rakenteen, joka varmistaa kaikkien tutkimuskysymysten käsittelyn,

mutta jättää tilaa mahdollisille uusille aiheille, joita haastattelutilanteessa voi tulla esiin. Haastattelurunko on kokonaisuudessaan nähtävissä liitteenä 1. Taulukossa 3 on kuvattu tutkimuksen operationalisointi.

Taulukko 3 Operationalisointitaulukko

Osaongelmat	Avainkäsitteet	Esimerkkejä haastattelukysymyksistä
Miten asiakaskokemus muodostuu muovin kierrätysprosessissa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiakaskokemus</li> <li>• Moniulotteisuus</li> <li>• Aistillinen ulottuvuus</li> <li>• Tunteet               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ylpeys, syyllisyys</li> </ul> </li> <li>• Kognitiivinen kuormitus               <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Ongelmanratkaisu</li> </ul> </li> <li>• Sosiaalinen paine</li> </ul>	<p>Kuinka selkeänä tai epäselvänä olet kokenut muovin kierrätysohjeet?</p> <p>Millaisia tunteita muovin kierrättäminen herättää sinussa?</p> <p>Minkälaisia aistillisia kokemuksia kierrätykseen liittyy arjessasi?</p> <p>Millainen merkitys muiden toiminnalla on omaan kierrätykseen?</p>
Miten muovin kierrätykseen liittyvät kokemukset rakentuvat eri konteksteissa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arvot</li> <li>• Tieto</li> <li>• Osaaminen</li> <li>• Heijastusvaikutus</li> <li>• Kyvykyys, mahdollisuus, motivaatio</li> </ul>	<p>Millaisia kokemuksia sinulla on muovin kierrättämisestä arjessasi?</p> <p>Millainen merkitys ympäristövastuullisuudella on sinulle henkilökohtaisesti?</p> <p>Mikä saa sinut kierrättämään muovia?</p>
Miten kuluttajien eri roolikokemukset vaikuttavat heidän asiakaskokemuksiinsa?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roolikonflikti</li> <li>• Kontekstisidonnaisuus</li> <li>• Roolien kumuloituminen</li> <li>• Kierrättäjäidentiteetti</li> <li>• Ympäristökansalaisuus</li> </ul>	<p>Minkälaisia eri rooleja tunnistat elämässäsi? Mitkä niistä ovat muovinkierrätyksen suhteen tärkeitä?</p> <p>Onko jokin rooli saanut sinut näkemään kierrätyksen eri tavalla kuin ennen?</p> <p>Onko tullut vastaan tilanteita, joissa eri roolit ovat olleet keskenään ristiriidassa?</p> <p>Oletko huomannut, että oma roolisi kierrätyksessä olisi muuttunut vuosien varrella?</p> <p>Koetko, että tapasi toimia kierrätyksessä liittyy laajemmin siihen miten suhtaudut vastuullisuuteen elämässäsi?</p>

Tutkimukseen haastateltiin 10 henkilöä. Haastattelut toteutettiin joulukuussa 2025 ja helmikuussa 2026 kasvotusten haastateltavien kanssa. Haastatteluiden kesto vaihteli 35–86 minuutin välillä. Kaikki haastattelut nauhoitettiin aineiston litterointia ja myöhempää analysointia varten. Jokaiselta haastateltavalta kysyttiin haastattelun alussa lupa sen tallentamiseen sekä mahdollisten suorien

lainausten käyttämiseen osana tutkimuksen tuloksia. Haastateltaville kerrottiin myös haastattelussa tallennetun materiaalin käytöstä, sen säilytyksestä ja myöhemmästä hävityksestä. Tarkempi kuvaus haastateltavista on esitetty taulukossa 4.

Taulukko 4 Kuvaus aineistosta

Haastateltava	Haastattelun päivämäärä	Haastattelun kesto	Syntymävuosi	Asumismuoto
H1	2.12.2025	35 min	2003	Kerrostaloasunto
H2	3.12.2025	56 min	2003	Kerrostaloasunto
H3	6.12.2025	86 min	1970	Omakotitalo
H4	9.12.2025	50 min	1977	Rivitalo
H5	17.12.2025	55 min	1983	Rivitalo
H6	17.12.2025	58 min	1996	Omakotitalo
H7	6.2.2026	60 min	1989	Omakotitalo
H8	10.2.2026	70 min	1999	Kerrostaloasunto
H9	17.2.2026	63 min	1971	Omakotitalo
H10	20.2.2026	62 min	1979	Omakotitalo

Haastattelut nauhoitettiin, jotta aineiston tallentaminen ja myöhempi analysointi mahdollistuivat.

Äänitteet litteroitiin sanasta sanaan tekstimuotoon, mikä loi kattavan pohjan analyysille.

Litteroinnissa hyödynnettiin Turun yliopiston Transcribe-litterointipalvelua, joka tuotti tekstitiedoston äänitteistä. Tekstitiedosto käytiin vielä huolellisesti läpi tutkijan toimesta ja mahdolliset virheet sekä ylimääräiset täytesanat ja sanatoistot poistettiin niin, että alkuperäinen merkitys pysyi muuttumattomana. Tämä mahdollisti aineiston tarkkuuden ja pohjan luotettavalle analyysille.

Roolikokemukset ovat kontekstisidonnaisia (Gatersleben ym. 2019), jolloin itse haastattelutilanne saattaa vaikuttaa haastateltavien käsityksiin heidän rooleistaan. Esimerkiksi yksilöhaastattelussa muodostuu haastattelijan ja haastateltavan roolit, jotka voivat vaikuttaa siihen miten haastateltavat tuovat esille omia näkemyksiään. Haastatteluiden tapahtuessa haastateltavan tavallisen elinympäristön ulkopuolella, saattavat he myös kokea irtautuvansa tietyistä rooleista. Jotta nämä kaikki kontekstit tuodaan mukaan haastattelutilanteeseen, annettiin haastateltaville ennakkotehtävä. Ennen haastatteluun tuloa haastateltavia pyydettiin pohtimaan omia roolejansa ja niiden suhteutumista muovinkierrätykseen. Haastateltavia pyydettiin pohtimaan mitä kaikkia rooleja heillä on omassa elämässään. Sitten näistä rooleista pyydettiin listaamaan ne, jotka ovat olennaisia kierrätyksen osalta. Viimeiseksi haastateltavia pyydettiin pohtimaan juuri näiden roolien olennaisuutta kierrätyksen osalta ja sitä, millaisissa tilanteissa roolit näkyvät arjen kierrätyksessä.

Ennakkotehtävän pohjalta itse haastattelutilanteessa voi olla helpompi pohtia ja sanoittaa mahdollisia rooleja. Haastateltaville annettu ennakkotehtävä on kokonaisuudessaan liitteenä 2.

### 3.3 Aineiston analysointi

Haastatteluaineistoa analysoitiin abduktiivisen lähestymistavan avulla. Abduktiivisessa lähestymistavassa yhdistetään aiempi teoria aineistosta nouseviin havaintoihin. Tämä lähestymistapa mahdollistaa vuoropuhelun teorian ja empiirisen aineiston välillä. Viitekehys toimii ikään kuin ohjaavana rakenteena, mutta se ei kuitenkaan rajoita aineistosta mahdollisten uusien teemojen esille nousemista. (Dubois & Gadde 2002.) Abduktiivinen päättely tarkoittaa sitä, että tutkija yrittää löytää parhaan mahdollisen selityksen havaitsemalleen ilmiölle, eli abduktio lähtee liikkeelle seurauksista ja rakentaa sen jälkeen syyt (Timmermans & Tavory 2012, 171). Abduktioon nojaavissa tutkimuksissa alkuperäistä viitekehystä muokataan vähitellen tutkimusprosessin aikana syntyneiden teoreettisten oivallusten sekä odottamattomien empiiristen havaintojen seurauksena. Näin uudet yhdistelmät syntyvät vakiintuneiden teoreettisten mallien ja empiirisistä havainnoista johdettujen uusien käsitteiden vuorovaikutuksessa. (Dubois & Gadde 2002, 559.)

Aineisto analysoidaan temaattisen analyysin avulla, jossa kehitetään, tulkitaan ja analysoidaan malleja laadullisessa aineistossa. Siihen liittyy systemaattinen tietojen koodausprosessi teemojen kehittämiseksi. Temaattinen analyysi järjestää ja kuvaa empiiristä aineistoa rikkaan yksityiskohtaisesti. (Braun & Clarke 2006, 79; Braun & Clarke 2022, 4.) Temaattiseen analyysiin kuuluu jatkuva liikkuminen teorian, empiirisen aineiston ja muodostettujen koodien välillä. Kirjoittaminen on olennainen osa analyysia ja se tulee aloittaa jo heti analyysin alussa ja jatkua koko koodaus- ja analyysiprosessin läpi. Temaattinen analyysi ei kuitenkaan ole lineaarinen prosessi, jossa siirrytään vaiheesta toiseen järjestyksessä. Sen sijaan siirtyminen eri vaiheiden välillä läpi prosessin on tärkeää. (Braun & Clarke 2006, 86.)

Analyysi alkaa aineiston litteroinnilla. Haastatteluiden litterointi mahdollistaa kattavan ja tarkan analyysipohjan. (McLellan ym. 2003, 66–67.) Koodausrakenne etenee vaiheissa, joista ensimmäisessä tutkija tutustuu aineistoonsa ja sen sisältöön huolellisesti. Seuraavaksi muodostetaan koodeja aineistosta eli aineisto luetaan huolellisesti läpi useasti ja siitä pyritään tunnistamaan tutkimuksen kannalta oleellisia asioita. (Braun & Clarke 2022.) Koodeja voi muodostaa niin monta kuin tutkija kokee tarpeelliseksi. Oleellista on kuitenkin johdonmukainen ja järjestelmällinen lähestymistapa koodaukseen. (Nowell ym. 2017, 5.) Analyysin kolmannessa vaiheessa ensimmäisen vaiheen koodeista muodostetaan laajempia teemoja. (Braun & Clarke 2022.) Teema kuvaa aineistoista löytyviä toistuvia merkityksiä ja vangitsee aineistosta jotain tärkeää suhteessa

tutkimuskysymykseen. Kolmannessa vaiheessa toisen vaiheen teemat siis yhdistetään suuremmiksi kokonaisuuksiksi. Tämän jälkeen seuraavassa vaiheessa teemoja voi yhdistää ja muokata tarpeen mukaan. (Braun & Clarke 2006, 82, 92.) Joitain teemoja voi tässä vaiheessa myös pudota pois. Viidennessä vaiheessa tutkija määrittää, mitä osaa aineistosta kukin teema kuvaa ja mikä niissä on tutkimuksen kannalta merkityksellistä ja miksi. (Nowell ym. 2017, 10.) Analyysi etenee teorian ja empirian vuoropuheluna, jolloin lopulliset teoreettiset johtopäätökset muodostuvat viitekehyksen ja aineiston tarkastelun kautta (Braun & Clarke 2022, 129).

### **3.4 Tutkimuksen luotettavuuden ja eettisyyden arviointi**

#### **3.4.1 Tutkimuksen luotettavuus**

Luotettavuuden arviointi on keskeinen osa tutkimusprosessia erityisesti laadullisessa tutkimuksessa, jossa tarkastelun kohteena ovat tutkittavien henkilökohtaiset kokemukset. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että tutkimus toteutetaan huolellisesti ja systemaattisesti alusta loppuun. Kriittinen reflektointi koko tutkimusprosessin ajan auttaa varmistamaan johdonmukaisuuden tutkimuksen eri vaiheiden välillä. Johdonmukaisuutta arvioitaessa tulee pohtia miten prosessin eri vaiheet kytkeytyvät toisiinsa. Esimerkiksi miten tutkimuksen alkuvaiheessa määritellyt teoreettiset käsitteet on operationalisoitu aineistonkeruussa ja miten ne lopulta heijastuvat tutkimustuloksissa. Näiden vaiheiden välinen selkeä yhteys osoittaa tutkimusprosessin huolellisuutta ja vahvistaa sen luotettavuutta. (Hennink 2020, 321–324.)

Laadullisen tutkimuksen tutkijoilla on eriäviä mielipiteitä siitä, voidaanko esimerkiksi haastatteluihin perustuvia löydöksiä arvioida perinteisillä reliabiliteetin ja validiteetin kriteereillä. Perinteisten reliabiliteetin ja validiteetin tarkastelu sellaisenaan ei aina sovellu laadulliseen tutkimukseen yhtä hyvin. (Eriksson & Kovalainen 2016, 304–305.) Sen sijaan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa voidaan tarkastella sen yleistä uskottavuutta (engl. credibility), siirrettävyyttä (engl. transferability), prosessin uskottavuutta (engl. dependability) sekä tulosten vakuuttavuutta (engl. confirmability). Seuraavaksi tarkastellaan tarkemmin, miten nämä neljä kriteeriä on huomioitu tässä tutkimuksessa.

Yleistä uskottavuutta tarkastellessa on tärkeää pohtia riittääkö aineisto tukemaan esitettyjä väitteitä, onko havaintojen ja muodostettujen kategorioiden välillä selkeä ja looginen yhteys ja voiko toinen tutkija saman aineiston perusteella päätyä samankaltaisiin tulkintoihin. (Eriksson & Kovalainen 2016, 307.) Uskottavuus saavutetaan silloin, kun lukijat tai kanssatutkijat tunnistavat kuvattavan kokemuksen eli se liittyy siihen, kuinka hyvin tutkijan esittämä tulkinta sopii yhteen tutkittavien

omien näkemysten ja kokemusten kanssa (Nowell ym. 2017, 3). Uskottavuuteen pyrittiin kattavalla teoriakatsauksella, jossa asiakaskokemuksen eri ulottuvuudet, kierrätyskäyttäytymisen tasot sekä roolikokemukset ovat huomioitu. Uskottavuutta vahvistavat lisäksi aineistosta nostetut sitaatit, joita hyödynnetään tulosluvussa havainnollistamaan keskeisiä havaintoja. Sitaatit perustuvat haastatteluissa esiin nousseisiin näkemyksiin ja toimivat konkreettisina esimerkkeinä tuloksista. Osa sitaateista on valittu pidemmistä puheenvuoroista, jolloin epäolennaista sisältöä on jätetty pois. Valinnassa on kuitenkin huolehdittu siitä, että alkuperäinen merkitys ja ydinsanoma pysyvät ennallaan, mikä tukee johtopäätösten läpinäkyvää ja luotettavaa perustelua.

Siirrettävyyttä tarkastellessa tutkijan tulee osoittaa missä määrin oma tutkimus tai sen osat ovat samankaltaisia muiden tutkimusten kanssa. Siirrettävyys ei siis tarkoita tutkimuksen toistettavuutta vaan se viittaa siihen voiko samankaltaisuuksia löytää myös muissa tutkimuskonteksteissa. (Eriksson & Kovalainen 2016, 307.) Laadullisessa tutkimuksessa siirrettävyys koskee vain tapauskohtaista siirtoa (Nowell ym. 2017, 3). Tutkimuksen siirrettävyyttä voi lisätä esimerkiksi huolellisella haastateltavien valinnalla (Zeithaml ym. 2020, 43). Tässä tutkimuksessa siirrettävyys on pyritty varmistamaan huolellisella tutkimusprosessin, aineistonkeruun ja analyysiprosessin kuvauksella ja dokumentoinnilla, jotta sen soveltuvuutta muihin konteksteihin voi arvioida. Tutkimukseen on myös pyritty saamaan osallistujia erilaisista elämäntilanteista ja asumismuodoista, jotta ilmiötä voidaan tarkastella mahdollisimman monipuolisesti. Siitä huolimatta kierrätyskokemus on vahvasti kontekstisidonnainen, sillä muovinkierrätykseen liittyvät kokemukset muotoutuvat paikallisen kierrätysinfrastruktuurin, ohjeiden ja kulttuurillisten normien mukaan. Näin ollen tulokset eivät ole suoraan siirrettävissä erilaisiin maantieteellisiin tai yhteiskunnallisiin konteksteihin. Lisäksi tutkimuksen perustuessa rajattuun harkinnanvaraiseen otantaan, voi se kaventaa esille tulevien näkökulmien kirjoa.

Prosessin uskottavuudessa on kyse tutkijan vastuusta osoittaa lukijalle tutkimusprosessin loogisuus, asianmukainen dokumentointi sekä jäljitettävyys. Nämä kaikki toimet luovat pohjan tutkimuksen luotettavuudelle. (Eriksson & Kovalainen 2016, 307.) Kun lukijat voivat tarkastella tutkimusprosessia avoimesti, he pystyvät arvioimaan tutkimuksen pysyvyyttä paremmin (Lincoln & Guba 1985; Nowell ym. 2017, 3.). Tässä tutkimuksessa prosessin uskottavuus on pyritty varmistamaan huolellisella dokumentoinnilla sekä läpinäkyvyydellä, jossa tutkimuksen toteutus ja prosessin eri vaiheet on pyritty kuvailemaan mahdollisimman avoimesti ja huolellisesti. Tutkimusmenetelmät, aineistonkeruun toteutus ja analyysiprosessi on dokumentoitu yksityiskohtaisesti mahdollistaen tutkimuksen kulun seuraamisen ja arvioinnin. Tutkimusprosessin aikana tehdyt valinnat ovat perusteltu, mikä tukee prosessin loogisuutta ja jäljitettävyyttä.

Tulosten vakuuttavuus tarkoittaa, että tutkimuksen tulokset ja niistä tehdyt tulkinnat ovat selkeästi yhdistetty aineistoon niin, että muut voivat helposti ymmärtää niiden välisen yhteyden. (Eriksson & Kovalainen 2016, 307.) Tutkijan tulee pystyä osoittamaan, miten hän on päätenyt näihin tuloksiin ja tulkintoihin. Tulosten vakuuttavuus on saavutettu silloin, kun myös yleinen ja prosessin uskottavuus sekä siirrettävyys on saavutettu. (Lincoln & Guba 1985; Nowell ym. 2017, 3.) Tulosten vakuuttavuutta tässä tutkimuksessa on vahvistettu kuvaamalla analyysiprosessi läpinäkyvästi, jolloin on mahdollista ymmärtää, miten aineistosta on edetty lopullisiin tuloksiin. Lisäksi vakuuttavuutta on pyritty lisäämään esittämällä tulokset loogisesti suhteessa teoreettiseen viitekehykseen. Vaikka tutkimus on toteutettu mahdollisimman objektiivisesti, on täysin ennakkoletuksista vapaata tutkimusta vaikea tehdä käytännössä. Tässä tutkimuksessa ennakkoletuksia on pyritty tiedostamaan ja refleктоimaan tutkimuksen aikana, jotta niiden vaikutus olisi mahdollisimman pientä. Lisäksi analyysissa esitetyt väitteet perustuvat aineistoon, mikä vähentää yksittäisten ennakkoletusten vaikutusta johtopäätöksiin.

### 3.4.2 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimuksen eettiset näkökulmat ovat tärkeitä kaikissa tutkimuksen vaiheissa, sillä niiden noudattaminen varmistaa tutkimuksen laadun sekä luotettavuuden (Eriksson & Kovalainen 2016, 65). Tämä tutkimus noudattaa Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) hyvän tieteellisen käytännön periaatteita ja eettisiä ohjeita. Periaatteisiin kuuluu rehellisyys, luotettavuus, arvostus ja vastuunkanto. (TENK 2012.)

Tämän tutkimuksen aineistonkeruu on toteutettu toimeksiantona osana Turun ja Tampereen yliopistojen tutkimuskonsortiota CIRCEX (Circular Economy Experience). Tutkimushanke tutkii inhimillisten kokemusten syntyä ja roolia kiertotaloudessa, erityisesti muovin kierrätyksen kontekstissa. Tähän tutkimukseen kerätty tutkimusaineisto on siten myös tutkimushankkeen hyödynnettävissä. Tutkimukseen osallistuneille kerrottiin ennen haastattelutilannetta aineiston käyttötarkoituksesta sekä siitä, että aineistoa voidaan hyödyntää myös muissa hankkeen tutkimuksissa. Osallistuminen perustui vapaaehtoisuuteen ja informoituun suostumukseen. Osallistujille lähetetty tietosuojaseloste on liitteenä 3.

Tutkimuksen tulee noudattaa vapaaehtoisuutta sekä anonymiteettiä haastatteluista toteutettaessa. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija yleensä tietää vastaajat, mutta anonymiteetti tulee varmistaa tulosten raportoinnissa niin etteivät yksittäiset henkilöt ole tunnistettavissa. (Harding 2018, 55.) Tässä tutkimuksessa kaikki tunnistavat henkilötiedot on poistettu haastatteluaineistosta ja yksittäisiä henkilöitä ei ole tunnistettavissa. Haastateltavien tulee olla tietoisia siitä, että he voivat vetäytyä

tutkimuksesta milloin tahansa ilman seuraamuksia. (Eriksson & Kovalainen 2016, 71–74.)

Tutkimuksen osallistujat saivat jo ennen haastattelua kattavaa tietoa tutkimuksen tarkoituksesta sekä kirjallisen suostumuslomakkeen allekirjoitettavaksi, jossa kerrottiin heidän oikeuksistaan osallistujana.

Luottamus tutkijan ja tutkittavien välillä on tärkeä tutkimuseettinen periaate. Siihen sisältyy esimerkiksi aineiston ja yhteystietojen turvallinen säilytys. (Harding 2018, 55.) Tutkimuksessa noudatetaan yleistä Euroopan Unionin GDPR-asetusta ja osallistujien tietosuoja on varmistettu sen mukaisesti. Anonymisoitu haastatteluaineisto säilytetään viiden vuoden ajan suojatussa verkkokansiossa Turun yliopiston ohjeiden mukaisesti.

### 3.4.3 Tekoälyn käyttö

Tässä pro gradu -tutkielmassa on käytetty tekoälyä laatimisen apuna. Tutkielman sisältö on tutkijan itse tulkitsemaa ja päättelemää ja kaikki tekoälyn tuottamat vastaukset on tarkastettu kriittisesti tutkijan toimesta. Turun kauppakorkeakoulun ohjeistuksen mukaisesti tutkimusprosessin aikana käytettyjen tekoälytyökalujen ja niiden käytön yksityiskohtainen kuvaus on liitteessä 4.

## 4 Empiirisen tutkimuksen tulokset

### 4.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen muovinkierrätyksessä

Tässä luvussa tarkastellaan muovinkierrätyksen asiakaskokemusta eri tasoilla. Analyysi on jäsennetty mikro-, meso- ja makrotasoihin. Mikrotaso viittaa yksilön omiin havaintoihin ja tulkintoihin kierrätystilanteessa, mesotaso viittaa lähiympäristön vaikutukseen kierrätyksessä sekä makrotaso laajemmin kierrätysjärjestelmän ja -infrastruktuurin vaikutuksiin (ks. Hameed ym. 2021; Ertz ym. 2023; Macklin ym. 2023). Näiden tasojen sisällä käsitellään asiakaskokemukseen liittyviä eri ulottuvuuksia. Vaikka asiakaskokemuksen tasoja ja ulottuvuuksia tarkastellaan seuraavassa analyysissä erillisinä teemoina, aineistossa eri ulottuvuudet limittyivät usein toisiinsa. Esimerkiksi aistilliset kokemukset, kuten kierrätyspisteen likaisuus, herättivät usein myös voimakkaita tunteita, kuten turhautumista.

#### 4.1.1 Yksilön välittömät kokemukset kierrätystilanteessa (mikro)

Mikrotasolla kokemus muodostuu yksilön välittömistä havainnoista ja tulkinnoista kierrätystilanteessa. Tutkimusaineisto osoittaa, että muovinkierrätys koetaan sekä helpoksi että haastavaksi, ja kokemukset jakautuvat selvästi näiden välillä. Helppouden kokemusta tukevat erityisesti toiminnan rutiinimaisuus sekä selkeiksi koetut kierrätysohjeet. Sen sijaan haastavuuden kokemukset liittyvät epävarmuuteen ohjeiden tulkinnassa ja prosessin vaivalloisuuteen. Aineistossa ilmenee, että kierrätysohjeiden selkeys ei ole yksiselitteinen vaan haastateltavien kokemukset ohjeista vaihtelevat tuottaen epävarmuutta yksittäisissä tilanteissa.

#### Kierrätyskokemuksen kognitiiviset ulottuvuudet

Aineisto osoittaa, että epävarmuus on keskeinen muovinkierrätykseen arjessa yhdistetty kokemus. Se liittyy erityisesti kierrätysohjeiden tulkintaan ja eri materiaalien tunnistamiseen. Erilaisten muovilaatujen ja niihin liittyvien vaihtelevien kierrätysohjeiden koetaan lisäävän epävarmuutta. Osa haastateltavista kuvaili tätä epävarmuuden tunnetta jopa voimakkaana tunnekokemuksena. Epävarmuus vaikeuttaa päätöksentekoa tilanteessa ja näyttäytyy siksi kokemusta heikentävänä tekijänä. Aineistosta ilmenee myös, että epävarmuuden tunne ei rajoitu ainoastaan itse kierrätystilanteeseen, vaan voi jatkua myös sen jälkeen, kun kierrätyspäätös on jo tehty. Epävarmuutta lisäsivät myös ajan saatossa muuttuneet pakkausmateriaalit. Haastateltavat kuvailivat tuotteita, joiden pakkaukset ovat ennen olleet muovivia, mutta ovat nykyään esimerkiksi kartonkia. Ajan tasalla pysyminen kierrätysohjeissa vaatii aktiivista tiedonhakua ja vaivannäköä.

*Niin kyllä se on joskus hankalaa ja sitten totta kai siitä sitten jää semmoinen olo, että okei, olenko mä nyt kuinka monta muovilähetystä pilannut pistämällä sinne väärää tavaraa. –H9*

Aineisto osoittaa, että pakkausten tuttuus vaikuttaa muovinkierrätyksen sujuvuuteen. Arjessa usein käytetyt, tutut pakkaukset, koetaan keskimääräisesti helpommiksi kierrättää, kun taas uudet ja entuudestaan tuntemattomat pakkaukset lisäävät kognitiivista kuormitusta kierrätystilanteessa. Tällöin huomio kohdistuu erityisesti pakkausten tuotemerkintöihin, jotka olivat tukena kierrätyksessä erityisesti tilanteissa, joissa pakkauksesta ei voi suoraan päätellä sen materiaalia. Selkeät ja helposti löydettävät tuotemerkinnät tukevat kierrätystä ja vähentävät epävarmuutta. Aineistossa kuitenkin ilmenee, että merkintöjen selkeys ja havaittavuus vaihtelevat. Osa haastateltavista kokee tuotemerkinnät epäselvinä ja vaikeasti löydettävänä, mikä liittyy erityisesti niiden pieneen kokoon ja heikkoon erottuvuuteen pakkauksen muun tekstin joukosta. Lisäksi merkinnät, jotka sisälsivät vain muovin laadusta kertovan kirjainyhdistelmän, koettiin keskimäärin vaikeammaksi tulkita kuin sanallisesti kirjoitetut kierrätysohjeet. Ero suomalaisten ja ulkomaisten pakkausten välillä nousee myös selkeästi ja kotimaisten pakkausten merkinnät koetaan yleisesti selkeämpinä. Tällaiset epäselvät tuotemerkinnät lisäävät kognitiivista kuormitusta ja heikentävät koettua kyvykkyyttä toimia oikein muovinkierrätyksessä.

*Jos on joku uudempi pakkaus, niin kyllä mä yleensä siitä pakkauksesta koitan etsiä sen kohdan, että missä lukee miten se pitää kierrättää, mutta ne on välillä tosi vaikeasti löydettävissä. –H2*

*Koska ei sillä ole mitään esimerkiksi semmoista jotain visuaalista yhtenäistä tapaa merkitä se kierrättäminen [...] siellä on takakansi täynnä kaiken maailman tuoteselostetta ja kymmenellä kielellä ja säilyvyydestä ja kaikesta, niin sit se, että sä lähet sieltä ikänäöllä tihrustamaan sieltä sen, että miten tää kuuluisi. –H3*

Aineiston perusteella kaikki muovipakkaukset eivät ole helposti tunnistettavissa, mikä lisää kierrätystilanteissa koettua kognitiivista kuormitusta. Erityisesti epäselvät tai monta materiaalia sisältävät pakkaukset vaativat enemmän ajatusta ja erillistä selvitystä ennen kierrätyspäätöstä. Tällaisissa tilanteissa haastateltavat pyrkivät vähentämään epäselvyyttä etsimällä lisätietoa. Tietoa haetaan ensisijaisesti pakkauksista löytyvistä merkinnöistä, mutta myös ulkoisista lähteistä kuten netistä ja sosiaalisesta mediasta. Myös tekoälyä hyödynnetään kierrätysohjeiden etsimisessä. Tämä viittaa siihen, että kierrätyspäätös ei aina synny välittömästi itse tilanteessa, vaan se voi muodostua myös erillisen tiedonhakuprosessin avulla. Tämä pidentää päätöksentekoa ja vaatii yksilöltä enemmän vaivannäköä varmistaakseen oikean toiminnan.

*Välillä pitää googlata, että onko mikä muovia, kun niissä on niitä jotain sääntöjä, että jos se rypistyy, niin sitten saa laittaa roskiin, mutta jos ei, niin sitten ei, tai miten se nyt meneekään. –H1*

Aineiston perusteella muovipakkausten pesemiseen liittyvät vaihtelevat ohjeet hankaloittavat kierrätystä. Erityisesti epävarmuus muovipakkauksilta vaaditusta puhtauden tasosta on yleistä ja haastateltavat kuvailivat tämän vaikeuttavan päätöksentekoa kierrätystilanteessa. Epävarmuus ei rajoittunut vain itse tilanteeseen vaan osalla tunne vaikutti vielä kierrätyspäätöksen jälkeen. Lisäksi pakkauksen peseminen koettiin usein vaivalloisena ja joissain tapauksissa sen koettu työläys estää kierrätyksen toteutumisen kokonaan. Osa haastateltavista pohtii myös muovinkierrätykseen liittyvää veden kulutusta. Epäselvien ohjeiden keskellä haastateltavat olivat tehneet omat ratkaisunsa pakkauksien puhdistamiseen, mutta tästä huolimatta epävarmuus näkyy kuitenkin osana kokemusta ja heikentää koettua varmuutta toimia oikein.

*Sitten ehkä muovien kanssa se, että pitääkö niitä pestä tai ei. En tiedä, olen nähnyt myös sellaista, että vaikka muovipakkauksista, jos niitä pestään, niin kuivatellaan ennen kuin ne laitetaan sinne roskikseen. –H8*

### **Rutiinien merkitys**

Tutkimusaineistossa nousi esiin rutiinien merkitys muovinkierrätystä ohjaavana tekijänä arjessa. Kierrätys on pitkälti tottumuksiin perustuvaa toimintaa, jolloin arkirutiinien ulkopuolella tapahtuva kierrätys koetaan hankalammaksi. Vakiintuneet toimintamallit vähentävät tarvetta päätöksenteolle ja tekevät siitä sujuvampaa edistäen sen toteutumista. Haastateltavat kuvaavat kehittäneensä erilaisia rutiineja muovinkierrätyksen tueksi. Näihin kuuluivat esimerkiksi säännölliset muistutukset puhelimesta, roska-astioiden värikoodaus sekä erilaiset muistisäännöt, jotka helpottavat materiaalien tunnistamista ja lajittelua. Nämä rutiinit vähentävät kognitiivista kuormitusta ja siten tukevat koettua kyvykkyyttä toimia oikein kierrätystilanteissa.

*Sitä ei aina muistanut, niin sitten mulla on esimerkiksi to do -äppissä aina se tulee viikonloppuisin se, että vie jätteet. –H3*

*[...] mulla on sekajätteelle ja muovijätteelle, niin mulla on eriväriset muovipussit, mihin mä laitan ne. –H5*

Rutiinien ansiosta tarve pohtia kierrätyspäätöksiä arjessa vähenee, jolloin toiminta automatisoituu osaksi päivittäisiä käytäntöjä. Rutiinien toteutumista edesauttavat erityisesti selkeät kierrätysohjeet sekä helposti saavutettavissa oleva kierrätysinfrastruktuuri, jotka mahdollistavat sujuvan toiminnan. Rutiinien toteutumista puolestaan haittaavat tilanteet, joissa toiminta ei ole sujuvaa. Esimerkiksi epäselvyys oikeasta kierrätystavasta, täydet roska-astiat sekä useaa eri materiaalia sisältävät

muovipakkaukset, jotka vaativat enemmän tulkintaa haittaavat sujuvuutta. Juuri nämä tilanteet, joissa toiminta ei ole sujuvaa, lisäävät kognitiivista kuormaa ja voivat horjuttaa rutiinien toimivuutta.

Kierrätyksen ollessa rutinoitunutta toimintaa, tapahtuu se pitkälti automaattisesti. Silloin kierrätystilanteet eivät juurikaan jää tietoiseen pohdintaan kierrätystilanteen jälkeen. Suuri osa haastateltavista kuvailee, etteivät yksittäiset kierrätyspäätökset jää mieleen tai aiheuta jälkikäteen pohdintaa. Tämä viittaa siis muovin kierrätyksen vakiintumiseen osaksi arjen käytäntöjä. Samanaikaisesti tutkimusaineistosta ilmenee, että rutiinien muodostuttua kierrättämättä jättäminen koetaan vaikeana. Kierrätyksestä on tullut osa totuttua toimintamallia, jolloin sen rikkominen herättää enemmän ajatuksia kuin sen noudattaminen.

*Kun olen tehnyt niin monta vuotta, niin se on aika helppoa tällä hetkellä. Se tosiaan tapahtuu silleen, että ei sitä tarvitse miettiä. –H5*

*Nyt kun on tottunut siihen, että kierrättää ja huomaa, kuinka paljon sitä muovirooskaa tulee, niin tuntuu aika vaikealta heittää muuhun sekajätteen joukkoon, mikä ennen, vuosia sitten oli ihan normi. –H8*

### **Muovipakkausten ominaisuuksien vaikutukset**

Aineistosta ilmenee, että muovipakkauksen fyysiset ominaisuudet vaikuttivat myös kierrätyksen koettuun helppouteen. Erityisesti pakkauksien koko tai muoto nousivat esiin tekijöinä, jotka vaikuttavat kierrätyskokemukseen. Suuremmat muovipakkaukset koetaan usein hankaliksi kierrättää ja kun taas pienemmät olivat usein helpompia kierrättää osana arjen kierrätysrutiinia. Myös pakkausten muodolla oli merkitystä kierrätyksen helppouteen. Hankalaksi koettu muoto heikentää kierrätyksen sujuvuutta ja vaikuttaa siksi negatiivisesti kierrätyskokemukseen. Lisäksi aineistosta ilmenee, että suurempien pakkausten kohdalla kierrätys vaatii enemmän ennakkointia ja suunnitelmallisuutta, mikä lisää tarvittavaa vaivannäköä ja voi heikentää toiminnan sujuvuutta.

Tutkimusaineisto osoittaa myös, että muovipakkauksen koko ei vaikuta ainoastaan kierrätyksen sujuvuuteen vaan myös siihen, kuinka aktiivisesti kierrätys huomioidaan. Erityisesti suuret muovipakkaukset lisäävät halukkuutta huolehtia sen kierrätyksestä. Suuret pakkaukset ovat helpommin tunnistettavissa muoviksi ja herättävät usein tietoisia pohdintaa kierrätystilanteessa. Suuremmat pakkaukset voivat siis ohjata huomion kierrätyspäätökseen ja keskeyttää muutoin automaattisen toiminnan. Näin ollen, vaikka suuremmat pakkaukset vaativat enemmän vaivannäköä, voivat ne myös vahvistaa halukkuutta toimia oikein.

*[...] mitä isompi se on, niin sä hiffaat, että se on ja sitä enemmän sun tulee sellainen olo, että sä sen haluaisit kierrättää. –H7*

Aineisto osoittaa, että kovat muovipakkaukset koettiin keskimääräisesti hankalammiksi kierrättää, kuin joustavammat ja pehmeät pakkaukset. Haastateltavat kuvaavat, että ne eivät sellaisenaan aina mahdu kierrätysastiaan ja niiden muokkaaminen, kuten leikkaaminen, vaatii vaivannäköä. Ne ovat yleisesti vaikeita saada kasaan, mikä lisää kierrätyksen koettua vaivannäköä ja heikentää sujuvuutta. Lisäksi osa haastateltavista kuvailee koviin muoveihin liittyviä turvallisuuden ulottuvuuksia. Koviin muovipakkauksiin yhdistetään huoli loukkaantumisesta pakkauksen terävien reunojen takia. Tämä tekee kierrätystilanteesta epämiellyttävämmän ja voi vaikuttaa negatiivisesti kokemukseen.

*[...] muoveihin liittyy se, että kun jotkut pakkaukset, et mä en tiedä mitä ne on, mut ne on tosi kovia, et niitä ei saa käytännössä auki millään muulla ku saksilla, ja sit tulee jättävän teräviä reunoja niistä pakkauksista, ni se on ehkä vähän semmonen, et siinä saa olla aika tarkkana, koska niistä saa ihan haavoja helposti. –H3*

### **Kierrätyskokemuksen affektiiviset ulottuvuudet**

Tutkimusaineisto osoittaa, että muovinkierrätykseen liittyy monipuolisia affektiivisiä kokemuksia, jotka vaihtelevat voimakkuudeltaan ja tunnistettavuudeltaan henkilöiden välillä. Osalla haastateltavista kierrätys herättää ajoittain voimakkaita tunteita, kun taas toisilla tunnekokemukset ovat maltillisempia. Keskeisiksi aineistosta nouseviksi tunteiksi muodostuvat ärsytys, syyllisyys, turhautuminen, tyytyväisyys sekä ylpeys.

Ärsytys korostuu erityisesti tilanteissa, joissa kierrätykseen liittyy epämiellyttäviä aistiärsykeitä tai tulkinnanvaraisuutta. Esimerkiksi muovipakkausten epämiellyttävät hajut sekä likaisuus herättävät negatiivisia tunteita, jotka heikentävät kokemusta. Lisäksi epäselvät tai hämmentävät pakkaukset lisäävät ärsytyksen tai turhautumisen tunnetta. Nämä tunteet liittyvät tilanteisiin, joissa toiminta vaatii ylimääräistä tulkintaa. Myös tilanteet, joissa kierrätystä ei saa tehtyä aiheuttavat turhautumista.

*[...] tietää kuitenkin, tunnistaa materiaalin ja tietää, että se on suurimmalla todennäköisyydellä muovia, niin turhauttaa, jos ei sitä saa kierrätettyä. –H4*

Aineisto osoittaa, että vaivannäköä vaativat kierrätystilanteet vaikuttavat affektiivisiin kokemuksiin kaksijakoisesti. Tilanteissa, joissa oikein kierrätys vaati enemmän ylimääräistä vaivannäköä, kokee osa haastateltavista tämän vahvistavan onnistumisen tunnetta ja tuovan näin positiivisen kokemuksen kierrätyksen jälkeen. Toisaalta aineistossa ilmenee myös päinvastainen vaikutus. Osalle haastateltavista lisääntynyt vaivannäkö vaikutti taas negatiivisesti kierrätyksen jälkeiseen

tunteeseen tehden siitä jopa epätydyttävämpää. Tästä huolimatta oikein toimiminen liitetään yleisemmin positiivisiin tunteisiin ja se tuottaa hyvän olon riippumatta koetusta vaivannäöstä.

*Mutta sitten se on vaan jotenkin silleen yleinen positiivinen fiilis, kun ne menee sinne oikeisiin roskiksiin. –H2*

*Että kyllähän ne kaikki mutkat tekee siitä niin kuin epätydyttävämpää, kun sä joudut näkemään vähän vaivaa sen asian eteen. –H7*

Aineisto osoittaa, että epäselvät kierrätystilanteet tai kierrättämättä jättäminen herättivät osassa haastateltavista syyllisyyden tunteita. Syyllisyys kytkeytyy erityisesti tilanteisiin, joissa toiminnan oikeellisuudesta ei ole varmuutta tai joissa kierrätystä ei pysty toteuttamaan. Haastateltavien kuvaama syyllisyyden tunne toimii myös käyttäytymistä ohjaavana tekijänä erityisesti tilanteissa, joissa kierrätyksen eteen tulee haasteita tai se vaatii enemmän vaivannäköä. Ennakoitu syyllisyys, eli halu välttää negatiivinen tunne, voi jopa kannustaa kierrättämään ja näkemään vaivaa sen eteen. Näin ollen affektiivinen kokemus ei ainoastaan seuraa toimintaa, vaan voi myös ohjata toimintaa tilanteissa, joissa muovinkierrätys edellyttää ylimääräistä ponnistelua.

*Ja no ehkä semmoinen hitusen syyllisyyden tunne just joidenkin tuotteiden kanssa, mistä ei tiedä, että mihin tämä nyt oikein menisi. –H2*

*Kyllä se syyllisyyden tunne ja semmoinen, että tiedät, että se on hyväksi kierrättää ja helppoa kierrättää, niin kyllä se menee sen edelle kuin, että mä huomaisin, että tähän on helpompaa laittaa kaikki samaan. –H8*

Aineistosta voidaan myös tunnistaa positiivisia affektiivisia kokemuksia kuten tyytyväisyyden ja ylpeyden tunteita. Osa haastateltavista kuvaa tyytyväisyyttä arvioidessaan omaa toimintaansa. Tunne kytkeytyy vahvasti kokemukseen siitä, että tekee oman osuutensa kierrättämällä muovia. Tämä kokemus oman vastuunsa täyttämisestä tuotti osalle haastateltavista myös ylpeyden tunnetta, mikä vahvistaa toiminnan merkityksellisyyttä. Osa haastateltavista taas kertoi pyrkivänsä välttämään ylpeyden tunnetta, sillä sen koettiin yhdistyvän ajatukseen omasta paremmuudesta muihin verrattuna. Kuitenkin kierrätyksessä onnistumisen synnyttämät positiiviset tunnekokemukset voivat tukea toiminnan jatkuvuutta.

*Kyllähän siinä itsekseen jopa piehtaroi sellaisessa hyvän olon tunteessa tai sellaisessa, että tekee asioita oikein, niin kyllä se aiheuttaa hyvää mieltä ja hyvää oloa ehdottomasti. –H7*

Aineisto osoittaa, että muovinkierrätyksestä syntyneet tunnekokemukset olivat pääasiassa hetkellisiä ja sidoksissa itse kierrätystilanteeseen. Suurin osa haastateltavista kuvaa, etteivät tunteet jää mieleen pidemmäksi aikaa vaan ne häviävät kierrätystilanteen ollessa ohi. Kierrätys on aineiston

perusteella monin paikoin arkipäiväinen toiminto ja ei siksi herätä pitkäaikaisia tunnekokemuksia. Aineistossa ilmeni myös poikkeuksia, joissa tunnekokemukset olivat jääneet mieleen kierrätystilanteen jälkeenkin. Näissä tilanteissa kokemukset liittyivät tyypillisesti tilanteisiin, joissa kierrätykseen on liittynyt poikkeuksellista epävarmuutta tai selkeää onnistumisen tai epäonnistumisen kokemus.

### **Kierrätyskokemuksen aistilliset ulottuvuudet**

Tutkimusaineisto osoittaa, että aistilliset tekijät vaikuttavat keskeisesti yksilön välittömiin kokemuksiin muovinkierrätystilanteissa. Näiden vaikutusten merkitys vaihtelee tilanteen ja käsiteltävän pakkauksen mukaan. Aistillisia kokemuksia voitiin yhdistää erityisesti haju-, tunto- ja näköaistiin liittyen. Nämä aistilliset kokemukset vaikuttavat suoraan siihen miten miellyttävänä tai epämiellyttävänä kierrätyskokemus koetaan arjessa. Esimerkiksi hajuhavainnot tai tuntoaistiin liittyvät havainnot voivat lisätä epämukavuutta, mikä vaikuttaa kokonaisvaltaisesti kierrätyskokemuksen laatuun.

Aineisto osoittaa hajuaistiin liittyvien kokemusten olevan keskeinen osa muovinkierrätyksen aistillista ulottuvuutta. Haastateltavat kuvasivat muovipakkausten hajun yleisimpänä aistihavaintona kierrätystilanteissa. Erilaiset hajut muovien kierrätystilanteessa koetaan pääsääntöisesti epämiellyttävinä ja niillä on siten heikentävä vaikutus kierrätyskokemukseen. Aineisto viittaa siihen, että erityisesti epämiellyttävät hajut voivat toimia esteenä sujuvalle kierrätykselle ja voivat vaikuttaa siihen miten vaivattomana kierrätys koetaan.

*Siihen liittyy se, en tiedä miksi, mutta se jotenkin yllättävän helposti rupeaa haisemaan ne muovijätteet. –H3*

*Välillähän se on vähän semmoista, eihän se nyt aina ihanaa silleen semmoisia haisevia purkkeja ja purnukoita ja muuta vastaavaa. –H10*

Hajuhavainnoilla on suora vaikutus toimintaan kierrätystilanteissa. Epämiellyttävää hajua pyrittiin aktiivisesti välttämään kierrätyksessä ja jo ennakoitu hajuhaitta ohjaa käyttäytymistä nopeuttamalla kierrätysyksiä. Erityisesti mahdollisesta hajua aiheuttavista pakkauksista pyritään poistamaan arjesta mahdollisimman nopeasti. Hajuun liittyvät kokemukset olivat kaksijakoisia, sillä osa haastateltavista kuvaa hajuhaitan motivoivan nopeampaa kierrätystä, kun taas osalle halu välttää haju johtaa kierrätyksen ohittamiseen. Tällöin pelko epämiellyttävästä hajusta voi ohjata myös heittämään pakkauksen sekajätteeseen sen kierrättämisen sijaan. Hajuaisti toimii siis sekä kierrätystä edistävänä, että heikentävänä tekijänä tilanteen mukaan.

*Koska yksi sellainen ongelma, mikä siinä tulee, on se, että ne muoviin laitettavat rupeaa haisee aika nopeasti ja pahalle. Niin se on vähän semmonen et sit ehkä vähän yritän välttää, et sinne ei menis sen tyyppistä, mikä rupee ihan kauheesti haisee nopeesti. –H3*

*Nyt kun ollaan vähennetty sitä huuhtelua, niin ne selkeästi voi lähteä nopeammin haisemaan, niin sitten siitä tulee pientä hajuhaittaa, mutta sen saa nopeasti korjattua viemällä ne pois. –H4*

*Ja varmaan ehkä just se toinen, se haju, että mikä sieltä sitten tulee, että jos ei niitä huuhtelee, että kuinka paljon, että mikä sitten, nopeuttaako se sitten prosessia, että lähdetäänpö viemään niitä jätteitä pois aikaisemmin vai ei. –H10*

Hajuaistin lisäksi tuntoaistiin liittyvät kokemukset ovat merkittävä osa muovinkierrätyksen aistillista ulottuvuutta. Erityisesti muovipakkausten likaisuus yhdistettiin paitsi hajuhaittoihin, myös tuntoaistiin liittyviin kokemuksiin ja muokkaa näin kokonaisvaltaisesti kokemusta. Haastateltavat kuvailevat likaisia muovipakkauksia, kuten lihapakkauksia, epämiellyttävänä tai jopa ällöttävänä käsitellä. Likaisuuteen liittyvät tuntoaistimukset herättävät myös huolta hygieniasta. Haastateltavat kuvailevat pelkoa lian tartumisesta käsiin tai vaatteisiin kierrätystilanteessa, mikä lisää epämukavuutta ja oman toiminnan varovaisuutta. Lisäksi likaisiin muovipakkauksiin liittyi myös pelko mahdollisesta sairastumisesta, mikä korostui erityisesti lihapakkausten kohdalla. Tuntoaistiin liittyvät negatiiviset kokemukset voivat heikentää kierrätyksen miellyttävyyttä ja lisätä vastahakoisuutta sitä kohtaan.

*Siin kun yrittää laittaa vaikka jogurtin sitä metallikantta pois ja sitä jogurttia tulee sun käsiin ja joka paikkaan ja sit sä oot sillei okei. –H2*

*[...] ehkä siihen liittyy sitten semmoinenkin, että jos mä laitan sinne muoviroskikseen jotain muuta, tai se alkaa täytyä ja työntää sinne jotenkin voimalla, niin sitten se, että on ihan kuin käteen tarttuu sitä raa'an kanan nestettä, jolloin sitten taas voi saastuttaa jotain muuta. –H3*

Tutkimusaineiston perusteella voimakkaat ja epämiellyttävät tuntoaistiin liittyvät kokemukset voivat estää muovinkierrätyksen toteutumisen. Erityisesti likaiseksi koetut pakkaukset lisäävät vastahakoisuutta käsitellä materiaalia, mikä heijastuu myös kierrätyspäätökseen. Aineistossa esiintyy kuitenkin vaihtelua toimintatavoissa likaisten pakkausten kohdalla. Osa haastateltavista kertoo päätyvänsä heittämään likaisen muovin helpommin sekajätteeseen välttääkseen sen käsittelyn, kun taas osa on valmis näkemään enemmän vaivaa kierrätyksen toteuttamiseksi. Vaikka aistillinen epämukavuus on keskeinen osa kokemusta, on se samalla yksilöllisesti vaikuttava tekijä kierrätyskäyttäytymisen taustalla.

*Sitten joskus se on niin likainen ja pelottava, vaikka pelkää salmonellaa, niin se menee sekajätteeseen. –H9*

#### 4.1.2 Arjen käytännöt ja sosiaalinen konteksti (meso)

Mesotasolla kokemuksessa korostuvat ympäristön, kuten kotitalouden, perheen ja taloyhtiön merkitys kierrätyskokemukseen. Ympäristön vaikutuksia kierrätyskokemukseen voidaan tunnistaa tutkimusaineistosta asumismuodon, kotitalouden koon ja kodissa olevan kierrätysinfrastruktuurin suhteen. Haastateltavat, jotka asuvat kerrostalo- tai rivitaloasunnoissa, joissa taloyhtiö on mahdollistanut kierrätyksen, pitävät muovinkierrätystä lähtökohtaisesti vaivattomampana. Puolestaan haastateltavat, jotka asuvat omakotitaloissa, joissa muovinkierrätys tulee hoitaa itse, kuvailevat kierrätystä lähtökohdiltaan haastavammaksi.

*Kyllähän tää tämmöisessä omakotitalossa on mun mielestä työläämpää. –H3*

*Meidän ympäristö tukee sillä, että yhteiskeräyspiste kuuluu taloyhtiölle ja se on niin lähellä, että taloyhtiön puolesta on hyvä tuki ja tyhjennysväli on sopiva. –H4*

#### **Kodin kierrätysinfrastruktuuri**

Kotona olevalla kierrätysinfrastruktuurilla on keskeinen vaikutus muovinkierrätyksen kokemukseen. Erityisesti kierrätysastioiden koko ja käytön helppous muokkaavat kokemusta kierrätyksen vaivattomuudesta. Haastateltavat, jotka kuvaavat kotinsa kierrätysastioita pieniksi, liittävät usein arjen kierrätykseen enemmän vaivannäköä. Usein näissä tilanteissa erityisesti suuret muovipakkaukset koetaan hankaliksi. Niin itse kierrätysastioiden, kun myös kierrätyskaappien ja muiden tilojen tarpeeksi suuri koko on tärkeä osa toimivaa kokemusta. Aineisto tuo esiin myös asumismuotoon liittyviä eroja. Omakotitaloasujat eivät keskimäärin koe tilanpuutetta tai muovijätteen säilytystä ongelmalliseksi. Osalle heistä ongelmat kytkeytyvät haasteisiin muovin kuljetuksen kanssa. Muovin vieminen kierrätyspisteelle edellyttää usein autolla liikkumista, mikä osalle herättää ristiriitaisia tunteita toiminnan ympäristöhyötyjen näkökulmasta.

*Onhan se vaikeampaa, kun sitä ei ole siinä omissa roskapaikassa, että jos pitää lähteä autolla viemään niitä kierrätyksiä niin siinä tulee aina vähän kun ajan autolla viemään nämä kierrätykset niin onko tämä vähän plus miinus nolla. –H2*

Osa haastateltavista kuvailee kotiinsa luotuja kierrätysjärjestelmiä, jotka helpottavat toimintaa arjessa. Asioiden järjestely ja sitä kautta luotu helppous ovat oleellisia varmistamaan muovinkierrätyksen sujuvuuden päivittäisessä elämässä. Kierrätysastioiden loogisella järjestyksellä ja esteettisyydellä on haastattelujen perusteella merkitystä kierrätyksen miellyttävyyteen. Sisäänrakennetut kierrätysastiat helpottavat toimintaa, mikäli ne koetaan kooltaan tarpeeksi suuriksi ja niiden käyttö on vaivatonta. Roska-astioiden vaivaton saavutettavuus edesauttaa onnistunutta kierrätyskokemusta.

## Kierrätyskokemuksen sosiaalinen ulottuvuus

Mesotasolla myös sosiaalinen ulottuvuus tuli esille muovinkierrätyskokemuksissa. Sosiaalisella ulottuvuudella voidaan havaita muiden toiminnan vaikutuksia yksilön kokemukseen. Tällä tasolla sosiaaliset ulottuvuudet korostuvat erityisesti muiden kotitaloudessa asuvien toiminnan kautta. Aineistossa tulee esille muilta kotitaloudessa asuvilta oppiminen ja opettaminen. Erityisesti haastateltavat, joilla on lapsia kuvaavat kotitalouden sisällä tapahtuvaa opastamista muovinkierrätyksen suhteen. Keskeiseksi koetaan halu luoda osaamista ja kierrätysrutiineja jo nuorena.

Kumppanien kierrätystottumukset ovat aineiston perusteella myös tärkeitä kierrätyskokemusta määritteleviä tekijöitä. Aineiston perusteella tilanteissa, joissa kumppani suhtautuu kierrätykseen aktiivisemmin ja pitää sitä tärkeänä, voi sillä olla myös positiivinen vaikutus toisen kierrätystoimintaan. Vaikka kierrätysmotivaatio ei itsellä ole korkea, voi toisen korkealla motivaatiolla olla siis kannustava vaikutus. Kuitenkin haastateltavat, jotka kuvailevat kierrättävänsä pääosin toisen motivoimana, saattavat luovuttaa helpommin haasteellisen kierrätystilanteen tullessa vastaan. Vastavuoroisesti tilanteissa, joissa kierrätys ei ollut kumppanille yhtä tärkeää kuin haastateltavalle, saattoi tilanteesta syntyä negatiivisia tunteita, kuten turhautuneisuutta. Tilanteissa, joissa kumppanilla ei ole vahvaa motivaatiota kierrätyksen suhteen, saattaa omakin motivaatio kierrättää laskea.

*Hän ei ajattele asioita samalla tavalla. Niin sitten kun se toinenkaan ei, niin sitten siihen lipsuu helposti sitten mukaan. Että no ei sitten. –H7*

Aineisto osoittaa myös naapurien toiminnan vaikutuksia kierrätyskokemukseen erityisesti jaetuissa kierrätystiloissa. Naapurin toiminnan merkitys korostuu siis pääasiassa haastateltavilla, jotka asuvat kerros- tai rivitaloasunnoissa, joissa kierrätys tapahtuu yhteisissä tiloissa. Näissä tiloissa toisten huolimaton toiminta herättää epämiellyttäviä tunteita, kuten turhautumista ja jopa vihaa ja voi heikentää kierrätykseen liittyvää kokemusta. Aineistosta ilmenee myös, että osa haastateltavista reagoi muiden toimintaan esimerkiksi aktiivisesti korjaamalla väärin lajiteltuja jätteitä. Lisäksi naapurien toimintaa saatetaan jopa tarkkailla ja joissain tapauksissa siihen halutaan puuttua. Tästä huolimatta suurin osa haastateltavista kuitenkin kertoo pidättäytyvänsä puuttumasta muiden toimintaan, vaikka näkisi väärin lajittelua. Tämä viittaa siihen, että halu välttää konflikteja ja ylläpitää hyviä naapurisuhteita koetaan tärkeämmäksi kuin muiden toiminnan korjaaminen.

Aineiston perusteella toisten huolimaton toiminta aiheuttaa voimakkaampia negatiivisia tunteita, kuin kierrätystilojen fyysiset ominaisuudet. Erityisesti toisten huolimaton lajittelu ja yhteisten

tilojen epäsiisteys synnyttävät turhautumista, kiukkua sekä ärsytystä. Toisten toiminta koetaan välinpitämättömänä erityisesti tilanteissa, joissa roska-astiat ovat huonossa kunnossa. Negatiiviset tunteet kohdistuvat ensisijaisesti kotitalouden ulkopuolisiin henkilöihin, ei niinkään itse kierrätysinfrastruktuuriin. Muiden käyttäytyminen toimii keskeisenä kokemusta heikentävänä tekijänä jaetuissa kierrätystiloissa.

### **Affektiiviset ulottuvuudet**

Muovinkierrätyksen mesotasolla voidaan tunnistaa myös affektiivisiä ulottuvuuksia. Affektiiviset ulottuvuudet tällä tasolla liittyvät kotitalouden tai lähipiirin sisällä syntyviin tunnekokemuksiin. Muiden kotitaloudessa asuvien toiminta kierrätyksessä voi herättää ajoittain myös voimakkaita tunteita. Erityisesti tilanteet, joissa toinen tai toiset eivät toimi toivotulla tavalla saattavat aiheuttaa vahvoja negatiivisia tunteita tai joissain tilanteissa jopa konfliktin. Samassa kotitaloudessa asuvilta toivotaan aineiston perusteella yleisesti samankaltaista kierrätyskäyttäytymistä. Jos kotitaloudessa kaikki eivät toimi samojen standardien mukaisesti, voi se vaikeuttaa kierrätyskokemusta ja aiheuttaa negatiivisia tunnekokemuksia.

Kotitaloudessa muiden toiminta voi tuottaa myös ylpeyden tunteita. Haastatteluissa ilmenee ylpeyden tunnetta, joka kohdistuu nimenomaan perheen aktiiviseen kierrätystoimintaan. Ylpeyden tunne tuli esille erityisesti lapsien ja vanhempien välisissä suhteissa. Haastateltavat, joilla on lapsia kuvailevat kokevansa ylpeyttä lastensa aktiivisesta kierrätyksestä sekä tietoisuudesta kierrätyksen ympäristöhyödyistä. Ylpeyden tunne kohdistuu osalla haastateltavista perheen toimintaan kokonaisuutena. Osa nuoremista haastateltavista kertovat olevansa ylpeitä vanhempiensa kierrätysaktiivisuudesta. Koettu ylpeyden tunne voi siis heijastua myös muiden toiminnan kautta.

*En ole mikään suuri tunteiden tulkki, mutta kyllä minä yleisesti olen ylpeä siitä, että meidän perhe on aktiivisesti kierrättänyt jo kymmeniä vuosia. –H4*

*Mä oon ehkä kokenut enemmän ylpeyttä meidän isän kierrätysaktiivisuudesta kotona, koska musta tuntuu, että [...] sieltä suurimman osan kierrätyskäytännöistä oppinut. –H8*

### **Aistilliset ulottuvuudet**

Tutkimusaineistossa nousee esille myös aistillisia ulottuvuuksia, esimerkiksi näköaistiin liittyen. Kierrätyksen ja kierrätysinfrastruktuurin esteettisyys nousee kokemuksissa esille. Esillä olevat muovipakkaukset aiheuttivat osalle esteettisen haitan ja loivat epäsiistin vaikutelman. Ympäriällä olevan tilan, kuten keittiön, siisteys koettiin tärkeänä ja esillä olevat muovit haluttiin pois näkyvistä nopeasti. Ajoittain muovinkierrätys koetaan haasteelliseksi esteettisyyden näkökulmasta,

sillä esimerkiksi pöydällä kuivuvat muovipakkaukset heikentävät vaikutelmaa koko tilan siisteydestä. Kodissa olevien muovinkeräysastioiden halutaan pääsääntöisesti olevan esteettisiä ja yhteensopivia kodin kanssa. Useampi haastateltava kuvaili myös haluavansa astioiden olevan poissa näkyvistä.

Aistillisia kokemuksia mesotasolla ilmenee myös kierrätystiloihin liittyen. Erityisesti kierrätystilojen ympäristöön liittyvät havainnot ja mielikuvat vaikuttavat kokemuksen muodostumiseen. Useat haastateltavat kuvaavat jyrksijoihin, erityisesti rottiin, liittyvää pelkoa osana kierrätyskokemusta. Rotat herättävät huolta tilojen turvallisuudesta ja mahdollisuus kohdata rottia roskia viedessä tuntuu epämiellyttävältä. Rottiin yhdistetään esimerkiksi ällöttävyyden tunteita. Tämä lisää negatiivisia tuntemuksia ja voi heikentää kierrätyskokemusta. Aineisto viittaa siihen, että kierrätystilojen miellyttävyys on keskeinen tekijä, joka vaikuttaa siihen kuinka mielekkäänä kierrätys osana arkea näyttäytyy.

*Siellä näkyy nykyään tosi paljon rottia, just kun ihmiset saattaa jättää vaikka biojätteet yms. suoraan vaan maahan, niin kyllä sinne on nasty välillä mennä, kun huomaa, että siellä on vaan likasta ja sitte on vähän silleen, että mitä jos tuolta nyt hyppää rotta mun päälle, niin kyllä se on vaan ällöä. –H2*

### **Kognitiiviset ulottuvuudet**

Aineisto osoittaa, että muovinkierrätykseen mesotasolla liittyy myös kognitiivisia ulottuvuuksia. Nämä ulottuvuudet rakentuvat kotitalouden ja lähipiirin vuorovaikutuksessa. Haastateltavat kuvaavat jakavansa ja saavansa tietoa kierrätykseen liittyen esimerkiksi keskustelujen kautta. Osa haastateltavista kuvaili keskustelewansa muovinkierrätyksestä tuttaviansa kanssa ja ratkovansa ongelmia yhdessä kotitalouden sisällä. Muiden kierrätysaktiivisuus saattaa aineiston perusteella toimia myös kannustavana tekijänä arjen muovinkierrätyksessä. Lähipiiriltä saatu esimerkki sekä käytännön neuvot muovin kierrätyksestä auttavat ratkaisemaan arjessa vastaan tulevia haasteita. Kierrätyksestä voidaan keskustella lähipiirin kanssa ja ongelmatilanteita käsitellä yhdessä. Näin ollen tiedonjako voi auttaa muovinkierrätyksessä kohdattujen haasteiden kanssa ja edistää koettua kokemusta.

*[...] jos ajattelee tällaista muovin kierrätystä tai siitä puhetta, niin tulee siinä tyttären roolissa just vanhempien kanssa tai perheen kanssa. Sieltä usein myös kuulee, että hei, näitä ei saa laittaa näihin muoveihin. Ja sitten ehkä kotikotona ollessa tulee myös enemmän käytyä sellaista keskustelua, että laitetaanko tämä muoveihin. –H8*

### 4.1.3 Kierrätysjärjestelmä ja rakenteellinen konteksti (makro)

Makrotasolla kierrätyskokemuksessa korostuivat kierrätysinfrastruktuuri, ohjeistus, järjestelmän toimivuus ja yhteiskunnan vastuu muovinkierrätyksen edistämisessä. Nämä tekijät muodostavat kontekstin, jossa yksilön kierrätyskokemus rakentuu. Aineisto viittaa siihen, että makrotason rakenteet eivät ainoastaan tue yksilön toimintaa vaan myös määrittävät sen sujuvuutta ja mielekkyyttä.

#### **Kognitiivinen ulottuvuus**

Makrotasolla kierrätysohjeiden selkeys on keskeinen tekijä kierrätyskokemuksessa. Epäselviksi koetut ohjeet lisäävät turhautumista ja kohdistavat kritiikkiä yhteiskunnan rooliin kierrätyksen mahdollistajana. Aineistossa nousee esille jännite yksilön ja yhteiskunnan vastuun välillä. Kierrätys nähdään osaltaan jokaisen henkilökohtaisena vastuuna ja siksi ajatus oman osuutensa tekemisestä tulee osalla vahvasti esille. Toisaalta vastuun koetaan painottuvan liiallisesti yksilölle, mikä herättää turhautumista erityisesti tilanteissa, joissa ohjeistus on epäselvää tai infrastruktuuri ei tue toimintaa riittävästi. Yhteiskunnan toivotaan ottavan enemmän vastuuta muovinkierrätyksen ohjeistuksesta, infrastruktuurista ja järjestelystä. Toimintaa helpottaisi selkeämpi ja yhteneväisempi ohjeistus, saavutettavat kierrätyspisteet ja erilaiset kannustimet. Näiden tekijöiden nähdään voivan vähentää yksilöön kohdistuvaa kuormitusta ja parantaa kierrätyksen sujuvuutta arjessa.

*Mutta kyllä mä sitten ajattelen, että kaikki tommoset asiat ei tarvitsisi olla vain yksilön vastuulla, vaan siinä voisi olla tällainen vähän laajempi, jolloin mä uskoisin, että siihen lähtisi enemmän ihmisiä mukaan. –H7*

Aineiston perusteella muovinkierrätys on myös hyvin paikkariippuvaista ja puuttuvat kierrätysmahdollisuudet vaikuttavat toiminnan toteutumiseen keskeisesti makrotasolla. Erityisesti kotitalouden ulkopuolella kierrätysmahdollisuudet vaikuttavat usein rajallisemmilta, mikä rajoittaa kierrätyksen toteutumista tilanteissa, joissa motivaatio olisi muuten olemassa. Nämä puuttuvat kierrätysmahdollisuudet aiheuttivat myös ihmetystä ja hämmennystä haastateltavissa. Osa haastateltavista kertoo ratkaisevansa ongelmia kantamalla roskia mukanaan ollessaan kotinsa ulkopuolella ja osa kertoo tärkeämpää olevan, että muoviroska päätyy edes sekajätteeseen, jos muovinkierrätystä ei ole saatavilla. Kuitenkin tilanteet, joissa kierrätys ei onnistu ulkoisten tekijöiden takia, voivat luoda turhautumisen tunteita ja vaikuttaa negatiivisesti kokemukseen.

#### **Affektiivinen ulottuvuus**

Muovinkierrätyksen makrotasolla voidaan tunnistaa affektiivisiä ulottuvuuksia. Aineistossa nousee esille epäluottamuksen kokemuksia liittyen muovinkierrätysjärjestelmään kokonaisuutena. Sen

hyötyjä ei nähdä mikä aiheuttaa osalle haastateltavista tunteen oman lajittelun hyödyttömyydestä. Muovinkierrätyksen hyötyä kyseenalaistetaan ja esimerkiksi muovin loppulajittelusta on epävarmuutta. Tämä epävarmuus näkyy osalla haastateltavista kierrätysmotivaatiota laskevana tekijänä ja sen avulla voidaan oikeuttaa kierrättämättä jättäminen tietyissä tilanteissa. Haastatteluissa kuvattiin turhautumisen tunteen syntyvän erityisesti tilanteissa, joissa yksilöltä vaaditaan vaivannäköä kierrätyksen eteen, mutta siitä syntyvää hyötyä ei suoraan näe. Moni haastateltavista oli epävarma muovin lopullisesta käytöstä ja siitä onko kierrätyksellä merkitystä. Huolimatta epävarmuuden tunteista, osa haastateltavista kuvasi kuitenkin uskovansa kierrätyksen hyötyyn, vaikka lopputulema ei itselle asti välittyisi.

*[...] jotenkin turhauttaa sekin, että kerätään asioita, ohjeistetaan kansalaisia tekemään tiettyjä asioita, ja sitten lopputulema niin pahimmassa tapauksessa ne päättyy samaan polttolaitokseen sekajätteen kanssa, että mä tiedän, että mun sekajätepussi ja mun muovikierrätyspussi, ne poltetaan todennäköisesti vielä samassa uunissa, niin vähän turhauttaa sellainen. –H4*

Aineistossa nousee myös turhautumisen tunteita lajittelun lopputulemaan liittyen. Tämä turhautuminen näkyy erityisesti julkisilla paikoilla kierrätettäessä. Julkisten tilojen kierrätysjärjestelmiin ei luoteta ja lajiteltujen roskien päätymistä oikeisiin paikkoihin saatetaan jopa kyseenalaistaa. Tämä epävarmuus koetusta hyödystä laskee motivaatiota kierrättää julkisilla paikoilla ja voi edesauttaa kierrättämättä jättämistä.

*Ei ole niin suurta luottoa siihen, että jos mä heitän julkisella paikalla jonkun roskeen, niin se menee sitten sinne minne pitäisi. –H1*

Yhtenä tunnekokemuksena aineistosta voidaan tunnistaa koettu ärsytys muovin määrästä maailmassa. Ylimääräiset pakkausmateriaalit herättävät epämiellyttäviä tunteita, kuten ärsytystä. Aineistossa nousi esille myös huolen ja jopa pelon tunteita muovista ja erityisesti mikromuovista. Usea haastateltava kertoo olevansa huolissaan mikromuovien päätymisestä ihmisiin ja eläimiin. Tämä pelko mikromuovista saa joissain tapauksissa kiinnittämään erityistä huomiota omaan kierrätystoimintaan.

Maailman tilanne aiheuttaa voimakkaitakin tunteita muovinkierrätyksen suhteen. Osa haastateltavista kertoo kokevansa tuskaa tämänhetkisestä tilanteesta. Tulevaisuudesta koetaan huolta ja ilmastonmuutos on monella mielessä. Tämä koettu huoli on osalla taustasyynä muovinkierrätyksessä. Vastavuoroisesti aineistosta nousee tunne ylpeydestä Suomen kierrätysjärjestelmää kohtaan. Suomen toimintaan oltiin yleisesti tyytyväisiä ja kierrätyksen tasoa pidettiin hyvänä.

*Kyllä mä siitä semmoista maailmantuskaa koen globaalisti kaikista näistä roskapyörteistä tuolla Tyynellämerellä ja jotenkin siitä tilanteesta mikä tuolla jossain Intiassa, Kiinassa ja Aasiassa [...] ei siellä ole sitten tavallaan ehkä ihmisille mahdollisuksiakaan ja saatikka kiinnostusta sitten asioiden korjaamiseen, niin kyllä se tavallaan huolestuttaa, että mihin kaikkeen tämä johtaa. –H3*

Ympäristössä havaittavat roskat herättävät erilaisia affektiivisia reaktioita, jotka vaikuttavat kierrätyskokemukseen. Roskien näkeminen voi synnyttää negatiivisia tunteita, kuten ärsytystä tai turhautumista, mutta samalla se voi toimia myös käyttäytymiseen kannustavana tekijänä. Erityisesti osa haastateltavista kuvaa, että roskien havaitseminen lisää motivaatiota kierrättää ja toimia oikein. Ympäristön visuaaliset vihjeet voivat vahvistaa vastuullisuuden tunnetta ja tukea kierrätyskäyttäytymisen toteutumista.

*Siis mä lähinnä itse varmaan sisuunnun lisää siitä, kun näkee, että muut heittelee roskia maahan. Se on tavallaan yksi kannuste siihen, että itse jatkaa vieläkin sinnikkäämmin kierrätystä. –H4*

### **Sosiaalinen ulottuvuus**

Sosiaalisella ulottuvuudella muovinkierrätystä pohditaan laajemmin yhteiskuntatasolla ja suhteessa muihin. Aineistosta nähdään muiden toiminnalla olevan vaikutusta siihen, miten kierrätystä ajatellaan kokonaisuutena. Usea haastateltava pohtii oman muovinkierrätyksensä merkitystä suhteessa maailman muiden maiden ja ihmisten toimintaan. Muovinkierrätyksen koettua hyötyä heikentää tieto siitä, että muualla maailmassa roskia ei lajitella ja ne saattavat esimerkiksi päätyä luontoon. Tämä on myös osalla haastateltavista oikeutus niissä tilanteissa, joissa ei itse jaksa kierrättää. Oma muovinkierrätys nähdään joissain tapauksissa jopa turhana, koska koetaan, että siitä saavutettu hyöty menee hukkaan muiden heikon toiminnan vuoksi. Toisaalta muiden huolimattomuudella voidaan tunnistaa olevan myös kannustava vaikutus. Osa haastateltavista kuvailee motivoituvansa lisää siitä, kun näkee roskia ympäristössään. Tämä näkyy heillä vahvistuneena haluna kierrättää oikein.

*[...] vaikka mä kierrättäisin, niin joku kuitenkin pilaisi sen. Niin se on poissa mun käsistä niin sanotusti. –H1*

*Ja sitten taas ehkä just se, että jos Suomessa toimitaan näin, niin sitten taas jossain ulkomailla, [...] Balilla tai jossain muualla, kun on niitä ongelmia, että siellä on roskaa joka paikassa. –H10*

*[...] olen tuolla maailmalla reissannut, käynyt Intiassa muun muassa, ja nähnyt sitä muovijätteen määrää, mikä siellä on. Että meillä on asiat täällä aika hyvin, kun me kierrätetään. –H5*

Aineiston perusteella myös jätteenhuoltoyritysten toiminta vaikuttaa kierrätyskokemukseen. Yleisiä lajittelupisteitä käyttävät haastateltavat kuvasivat yritysten toiminnan esimerkiksi jättepisteiden tyhjentämisen suhteen vaikuttavan kokemukseen. Usein täynnä olevat jättepisteet aiheuttivat negatiivisia tunteita, kuten ärsytystä ja turhautuneisuutta, mikä yleisesti kohdistui jätteenhuoltoyritykseen ja sen toimintaan. Ärsyyntymisellä ei kuitenkaan ollut suoraa vaikutusta kierrätyksen toteutumiseen, sillä haastateltavat halusivat silti saada kierrätyksen tehtyä loppuun asti.

Sosiaalinen paine nousi myös esille aineistossa. Haastateltavien näkemykset sosiaalisen paineen kokemuksesta eroavat toisistaan. Osa haastateltavista kertoo kokevansa vahvaakin sosiaalista painetta kierrättää. Näissä tilanteissa paine voi ohjata heidän toimintaansa esimerkiksi kannustamalla perustamaan eri lajikkeille lajittelun kotona. Ne haastateltavat, jotka kertovat kokevansa sosiaalista painetta, kertovat myös tuntevansa usein häpeää tilanteissa, joissa tulee ilmi, ettei heillä ole tiettyä lajittelua kotonaan. Kierrättämättä oleminen koetaan joissain tilanteissa jopa nolona ja asiana, jota ei haluta tuoda esille. Sosiaalinen paine korostui nuoremmilla haastateltavilla. Vastavuoroisesti osa haastateltavista kertoi, etteivät koe sosiaalista painetta muovinkierrätyksestä. He kuvaavat kierrättävänsä ainoastaan itseään varten. Yleisesti muiden kierrättämättä olemiseen suhtauduttiin oudoksuen ja osa kertoi jopa puuttuvansa toisten toimintaan niissä tilanteissa.

*No jos mä en kierrättäis, niin en mä kyllä siitä missään sanois. Tai musta se on vähän noloa, että me ollaan vuodessa 2025 ja sä et kierrätä. Jos mä olisin ite silleen, että mä en kierrätä, niin en mä kyllä siitä huutelis kenellekään. –H2*

Makrotasolla myös kotitalouden ja lähiympäristön ulkopuolella olevien kierrätyspisteiden kunto vaikuttaa muovinkierrätyksen kokemukseen. Erityisesti haastateltavat, jotka asuvat omakotitalossa kuvailevat yhteisten jakelupisteiden epäsiisteyttä tai sotkuisuutta yhtenä kokemukseen vaikuttavana tekijänä. Epäsiistit kierrätyspisteet lisäävät epämiellyttävyyttä ja voivat heikentää kierrätyksen miellyttävyyttä sekä sujuvuutta. Kierrätyspisteet eivät ainoastaan mahdollista toimintaa, vaan muokkaavat sitä kuinka houkuttelevana toiminta nähdään arjessa.

Makrotasolla käytöksellinen ulottuvuus liittyi siihen miten haastateltavat toimivat suhteessa kierrätysjärjestelmään. Esimerkiksi epäselviksi koetut ohjeet saattoivat johtaa siihen, ettei kierrätysohjeita noudatettu systemaattisesti. Kierrätyksen koettu epämiellyttävyyttä ei kuitenkaan aina johtanut kierrättämättä jättämiseen. Haastateltavat kuvasivat tilanteita, joissa he kohtasivat haasteita kierrätyspisteiden kunnan tai epäselvän ohjeistuksen suhteen. Haasteet näissä tilanteissa eivät kuitenkaan johtaneet kierrättämättä jättämiseen vaan muokkasivat sen sijaan kokemuksen koettua miellyttävyyttä. Taulukko 5 havainnollistaa sitä, miten asiakaskokemuksen tasot ja ulottuvuudet limittyvät toisiinsa aineistossa.

Taulukko 5 Asiakaskokemuksen ulottuvuudet ja tasot aineistossa

	<b>Mikrotaso</b>	<b>Mesotaso</b>	<b>Makrotaso</b>
Aistillinen ulottuvuus	Epämiellyttävät hajut Pakkausten likaisuus Muovinkierrätyksen epäsiisteys	Kierrätystilojen esteettisyys Kierrätystilojen siisteys	Kierrätyspisteiden kunto Ympäristön siisteys ja roskaisuus
Kognitiivinen ulottuvuus	Muovinkierrätysohjeet Pakkausmerkinnät Muovipakkausten tunnistettavuus Kovat muovipakkaukset	Tiedonjako kotitaloudessa Yhteinen ongelmanratkaisu kierrätystilanteissa	Kierrätysjärjestelmän selkeys Vastuun jakautuminen yksilön ja yhteiskunnan välillä
Käytöksellinen ulottuvuus	Vakiintuneet toimintamallit ja rutiinit Lajitteluun liittyvät käytännön valinnat	Kierrätysvastuun jakautuminen Yhteiset kierrätys käytännöt Arjen koordinointi	Kierrätysmahdollisuuksien saatavuus Kierrätyksen paikkariippuvaisuus
Sosiaalinen ulottuvuus	Muiden toiminnan havainnointi Sosiaalinen vertailu	Läheisten toiminnan vaikutus Kotitalouden sisäinen vuorovaikutus	Tuntemattomien ihmisten toiminta Jätehuoltoyritysten toiminta Sosiaalinen paine
Affektiivinen ulottuvuus	Ärsytys, turhautuminen, syyllisyys Ylpeys, tyytyväisyys	Ylpeys läheisten kierrätyksestä Ärsyyntyminen ja turhaantuminen kotitalouden työnjakoon	Koettu hyödyttömyys ja hyödyllisyys Epävarmuus ja turhautuminen Ylpeys yhteiskunnan tasolla

Aineistossa asiakaskokemuksen eri tasot kietoutuivat usein toisiinsa. Esimerkiksi yksilön epävarmuus lajittelutilanteessa liittyi usein makrotason tekijöihin, kuten kierrätysohjeiden epäselvyyteen. Mikrotasolla korostuvat omiin arvoihin, jätetuotteeseen sekä rutiineihin liittyvät asiat. Mesotasolla puolestaan lähipiiriin ja kotitalouden sisäisiin malleihin, vuorovaikutukseen ja infrastruktuuriin. Makrotasolla kokemukset heijastuvat laajemmin yhteiskunnan tasolla, jossa esimerkiksi kierrätysjärjestelmän merkitys korostuu.

## 4.2 Muovinkierrätykseen liittyvät roolit

Tässä luvussa tarkastellaan tutkimusaineistosta nousseita eri rooleja. Haastateltavilta pyydettiin pohtimaan ennen haastattelua mitä rooleja heillä on elämässään ja miten eri roolit näkyvät suhteessa muovinkierrätykseen. Haastatteluiden aikana näitä näkemyksiä syvennettiin ja tarkasteltiin tarkemmin. Haastatteluissa esiin nousseet roolit voidaan jakaa sekä perinteisiin sosiaalisiin asemiin perustuviin elämänrooleihin että identiteettipohjaisiin rooleihin (ks. Solomon ym. 1985; Mannetti

ym. 2004). Aineistosta nousseet roolit limittyivät usein toisiinsa ja selkeää eroa niiden välille ei aina muodostunut. Roolit ovat myös hyvin kontekstisidonnaisia, jolloin yhdellä haastateltavalla voi olla useita samanaikaisia rooleja (ks. Gatersleben ym. 2019).

#### 4.2.1 Elämänroolit

Aineistossa nousivat esiin keskeisinä haastateltavien kokemat elämänroolit, jotka liittyvät asemaan sosiaalisessa järjestelmässä tai elämäntilanteeseen. Näitä rooleja pohdittiin yleisesti sosiaalisen piirin kautta, ja ne olivat jollain tavalla ennalta määriteltyjä. Niihin liittyi usein odotuksia käytöksen suhteen sekä ulkoisia tekijöitä, jotka eivät ole haastateltavien hallinnassa. Rooleihin liittyvät odotukset muokkaavat toimintaa muovinkierrätyksen suhteen. Ulkoisten tekijöiden vaikutus näkyy myös useissa elämänrooleissa osana kierrätyskokemusta.

#### **Vanhemman ja lapsen roolit**

Vanhemman rooli on usealla haastateltavalla tärkeä rooli elämässä. Tällä roolilla on keskeinen asema usean haastateltavan arjessa ja se koetaan keskimäärin yhdeksi tärkeimmistä rooleista muovinkierrätyksen näkökulmasta. Vanhemman rooli nousi aineistossa esiin erityisesti tilanteissa, joissa kierrätys liittyi arjessa opettamiseen tai lasten kasvatukseen. Usea haastateltava kuvaa kuinka kierrätys toimii keinona opettaa vastuullisuutta ja ympäristötietoisuutta. Tämä vastuullisuuden ja ympäristötietoisuuden opetus nähtiin vanhemman rooliin luonnollisesti kuuluvana velvollisuutena, jolloin haastateltavat toimivat valistajana suhteessa lapsiinsa.

*[...] vanhemman tehtävä on myös jakaa, opettaa lapsia, niin silloin mä koen, että äidin roolissa minä ohjeistan ja opetan lastani myös kierrättämään oikein. –H5*

Tärkeäksi koettiin rutiinien luominen lapsille jo nuorena, jolloin kierrätystä olisi helppo jatkaa myös myöhemmin elämässä. Tässä roolissa kierrätys nähdään kasvatuksellisenä tehtävänä käytännön toiminnan lisäksi. Keskimäärin se koettiin luonnolliseksi osaksi vanhempana toimimista.

Vanhemman roolissa velvollisuus yhdistyi myös huoleen tulevasta ja jälkipolvien elinolosuhteista. Opettamista tässä roolissa pohdittiin myös laajemmin toiminnan jatkuvuuden kannalta ja se nähtiin myös osana velvollisuutta tehdä oma osansa.

*Olen kokenut hyvänä sen, että olen näyttänyt esimerkkejä siitä, miten kierrätetään, niin toivon, että se myös jatkuu omalla jälkipolvella, että jatkavat kierrättämistä. –H4*

Aineistosta nousee esille myös lapsen rooli osana kierrätystä. Nuoremmat haastateltavat kuvailevat ympäristötietoisuuden ja muovinkierrätyksen tulleen jo nuorena perheeltä, jolloin he ovat toimineet lapsen roolissa suhteessa vanhempiinsa. Tässä roolissa korostuu oppiminen ja tiedon saaminen.

Aineiston perusteella lapsen rooli on myös muuttanut muotoaan vuosien saatossa esimerkiksi haastateltavien muuttaessa pois lapsuuden kodista. Aikuisiällä lapsen rooli ei ole keskeisin, jonka kautta muovinkierrätyksessä toimitaan. Osalla se on muuttunut vanhempien ohjeistamiseen ja heidän toimintansa arviointiin. Erityisesti tilanteissa, joissa vanhemmat eivät kierrätä muovia, korostuu lapsen roolissa ohjeistus ja pyrkimys muuttaa toimintaa. Tämä saattaa herättää myös negatiivisia tunteita. Vanhemmilla haastateltavilla lapsen roolissa kierrätykseen liittyi keskimääräisesti vähemmän ylpeyden tunteita ja enemmän negatiivisia tunteita, kuten turhautumista. He pääsääntöisesti ymmärsivät kuitenkin vanhempien sukupolvien toimintaa.

*[...] se on tavallaan se pohja ja aika lailla ne raamit sille omalle kierrätykselle [...] – H8*

*[...] mun äiti asuu rivitalossa, missä on nämä kaikki kierrätysmahdollisuudet ja hän ei kierrätä mitään. Se aiheuttaa mulle sellaista vahvaa turhautumista ja sellaista, että miten voi olla niin välinpitämätön ja ymmärtämätön asian suhteen. –H7*

### **Vertaisen roolit**

Aineistossa tulee esiin myös vertaisen rooleja muovinkierrätyksessä. Esimerkiksi puolison ja ystävän rooleissa toiminta rakentuu suhteessa toisiin tasavertaisena. Näissä rooleissa kierrätyksestä saatetaan keskustella ja omaa toimintaa peilata ympärillä olevien toimintaan. Vertaisen rooli nousee esille aineistossa myös opiskelijayhteisöissä tai työyhteisöissä, joissa ympärillä olevien ajatukset saattavat vaikuttaa myös omaan suhtautumiseen muovinkierrätyksessä. Toisten toiminnalla on vaikutusta siinä, miten henkilö arvioi omaa käyttäytymistään. Vaikka ympärillä olevilla olisi negatiivinen suhtautuminen kierrätykseen, toimivat yksilön omat arvot toimintaa vahvemmin ohjaavana tekijänä. Kierrätyskäyttäytyminen pysyi aineiston perusteella keskimääräisesti muuttumattomana, vaikka muiden asenteet eroaisivatkin omista. Poikkeuksena olivat puolison asenteet ja haastatteluissa nousikin esille tilanteita, joissa puolison ajatukset kierrätyksestä vaikuttivat haastateltavan ajatteluun. Esimerkiksi tilanteissa, joissa toinen ei kierrätä, saattoi myös haastateltava kyseenalaistaa omaa kierrätystottumustaan.

*Sitä [ystäväpiirien] kautta tulee myös semmoisia hetkiä, että sitä omaa kierrättämistä tai suhtautumista kierrätykseen tiedostaa jollain tavalla. –H8*

*Puolisoni ei ole niin sellainen kierrätyshenkinen, mutta sain ehkä hänet silloin ohjattua tekemään niitä valintoja ja ehkä hän ilman minua ei välttämättä kierrättäisi paljon mitään. –H7*

## Roolit työpaikalla

Aineistosta voidaan tunnistaa myös työntekijän sekä työnantajan roolit osana muovinkierrätystä. Näissä kahdessa roolissa suhtautuminen kierrätykseen eroaa toisistaan rooliin kuuluvien vastuiden osalta. Työnantajana kierrätykseen yhdistetään enemmän vastuunkantoa ja esimerkin näyttämistä. Tärkeänä koetaan ulkoisesti hyvän vaikutelman luominen, johon vastuunkanto perustuu. Työntekijänä kierrätys näyttäytyy velvollisuuden toteuttamisena. Usea haastateltava kuvaili kuitenkin, ettei työpaikalla ole mahdollisuutta kierrättää muovia puuttuvien kierrätysjärjestelmien takia. Osa kertoi tämän aiheuttavan negatiivisia tunteita, kuten syyllisyyttä tai jopa kipua.

*Mä koen ehkä enemmän sen sitä kautta, että mun täytyy olla ajatuksellisesti siinä mukana ja sitoutua siihen. Koska sitten kuitenkin siinä on tavallaan se tietyllä tavalla vastuullinen rooli siinä [esihenkilönä]. –H3*

## Roolit kotitalouden sisällä

Aineistosta on nähtävissä myös kotitalouden sisällä tunnistettavia eri rooleja. Nämä roolit rakentuvat kotitalouden jäsenten välisten suhteiden kautta. Nämä roolit eivät ole aina sanallisesti sovittuja, vaan ne voivat myös muodostua sanattomasti osaksi arkea. Joissain tapauksissa niistä on voitu myös sopia sanallisesti. Usea haastateltava kuvaili toimivansa kotitaloutensa kierrätysvastaavana. Tämä rooli sisältää esimerkiksi kotitalouden lajittelun organisointia, lajiteltujen roskien viemistä lajittelupisteille tai esimerkiksi kierrätysjärjestelmän luomista kotiin. Kierrätysvastaavan rooli koetaan yleensä henkilölle luontevana ja sen koettiin osuvan itselle esimerkiksi oman kiinnostuksen tai vastuuntuntoisuuden vuoksi. Lisäksi keittiön huolehtijan rooli nousee esille aineistosta. Tämä rooli liittyy arjen jätehuollon käytännön toteutukseen, kuten siisteydestä huolehtimiseen. Se on osittain päällekkäinen kotitalouden kierrätysvastaavan roolin kanssa ja samat henkilöt voivat toimia molemmissa rooleissa samanaikaisesti.

*[...] vaikkei nyt ehkä semmoisia tietynlaisia roolijakoja vahvasti ole perheessä [...] niin kyllä mä jotenkin koen, että se on kuitenkin tietynlainen langat käsissä fiilis. Ja jotenkin se, että saa sitä ehkä näkemystä ja miten kuuluu toimia missäkin. –H10*

### 4.2.2 Identiteettipohjaiset roolit

Aineistosta on tunnistettavissa myös identiteettipohjaisia rooleja, jotka kuvaavat sitä miten haastateltavat määrittelevät itseään suhteessa muovinkierrätykseen ja vastuullisuuteen. Ne vastaavat kysymykseen minkälainen olen. Nämä roolit ovat keskimäärin vaikeammin tunnistettavissa. Kaikki roolit eivät ilmene aineistossa eksplisiittisesti nimettyinä, vaan osa niistä on tunnistettu

haastateltavien kuvaamien toimintatapojen, tilanteiden ja merkitysten kautta. Identiteettipohjaiset roolit limittyvät vahvasti elämänroolien kanssa ja ne vaikuttavat kokemuksiin usein yhdessä elämänroolien kanssa.

Aineistossa vastuullisuus näyttäytyy kahdessa toisistaan hieman eroavassa roolissa. Osa haastateltavista kuvaa toimintaansa *vastuullisen kuluttajan roolin* kautta. Tässä roolissa vastuulliset kulutus päätökset korostuvat. Haastateltavat kuvailevat haluavansa välttää ylimääräistä kulutusta ja muovijätteen muodostumista ylipäättään. Toiset puolestaan kuvasivat motivaatiotaan *ympäristökansalaisuuden* näkökulmasta, jossa korostuu luontosuhde. Tämä rooli ilmeni aineistosta haluna toimia ympäristön kannalta oikein ja siinä korostuu henkilökohtainen suhde ympäristöön. Usea haastateltava kuvailee kierrätyksensä taustalla olevan ajatus moraalista velvollisuudesta toimia oikein ympäristön, maapallon ja jälkipolvien suhteen. Vaikka roolit jakavat samankaltaisia arvoja, ne painottavat vastuullisuutta eri kohteiden kautta.

*Mutta kyllä ne perimmäiset syyt on varmaan kyllä siellä, että haluaa tehdä oikein, että haluaisin, että tämä maapallon kantokyky kestäisi ja että lapsilla ja lapsenlapsilla olisi tulevaisuus täällä. –H7*

Aineistosta nousee esiin myös *kierrättäjän rooli*. Tämä rooli näyttäytyy erityisesti arjen rutiinina, jossa kierrätys on vakiintunut osa päivittäistä toimintaa. Se näyttäytyy usein esimerkiksi kodin siivouksen tai ruoanlaiton yhteydessä. Toimiessaan tässä roolissa kierrätys ei yleisesti vaadi aktiivista pohdintaa, vaan se toteutuu automaattisena toimintamana osana arkea. Rutiinikierrättäjällä kierrätys ei välttämättä perustunut vahvoihin ympäristöarvoihin, vaan enemmänkin ajan kanssa muodostuneeseen totuttuun toimintatapaan. Kierrätyksen koettu helppous edesauttaa tämän roolin omaksumista. Näin kierrätys näyttäytyy osana arjen toimintaa, jossa päätökset ovat pitkälti automatisoituneita.

*Ehkä semmoinen tapa ja oppihan se on ja kun se on niin helppoa. –H8*

Aineistossa voidaan tunnistaa myös *velvollisuusperustainen kierrättäjän rooli*. Tässä roolissa on taustalla vahvasti yhteiskunnallinen ajatus kierrätyksen suhteen. Haastateltavat kuvailevat kierrättävänsä muovia, koska sen uskotaan olevan oikea asia tehdä ja jokaiselle kansalaiselle kuuluva velvollisuus. Taustalla ei välttämättä ole vahvoja ympäristöarvoja vaan toimintaa ohjaa ajatus oman osuuden hoitamisesta. Haastateltavat, jotka kuvailivat kierrättävänsä muovia näistä syistä, saattoivat kokea ympäristö vastuullisuudella olevan jonkinlainen merkitys, mutta pääsääntöisesti toimintaa ohjaa halu tehdä velvollisuutensa. Heille kierrätys näyttäytyi enemmän velvoitteena kuin aktiivisena valintana ja toiminta mukautui käytännön mahdollisuuksiin.

*[...] mä näen sen enemmän tämmöisenä kansalaisvelvollisuutena, että kierrätetään. – H5*

*Ihan vaan se, että se [muovinkierrätys] pitää tehdä, että se on oikein. –H4*

### 4.3 Roolien vaikutus asiakaskokemukseen

Tässä luvussa tarkastellaan miten aineistosta nousseet roolit vaikuttavat asiakaskokemukseen muovinkierrätyksessä. Roolit limittyvät usein toisiinsa, jolloin useampi rooli voi vaikuttaa koettuun kokemukseen samanaikaisesti. Eri rooleissa toimiessaan haastateltavien suhtautuminen kierrätykseen, sen haasteisiin ja onnistumisiin saattaa vaihdella. Näitä eroja selittivät pääasiassa käytännön toteutuksen mahdollisuudet, rooliin liittyvät odotukset ja elämän rajoitteet. Keskeisenä tekijänä vaikuttaa myös henkilön arvomaailma ja motivaatiot kierrätyksen taustalla, johon koettu identiteettipohjainen rooli liittyy vahvasti. (ks. Callero 1994; Meneses & Palacio 2005.) Aineiston perusteella muovin kierrätykseen liittyvä asiakaskokemus muodostuu elämänroolien ja identiteettipohjaisten roolien yhteisvaikutuksessa.

#### 4.3.1 Roolit kokemuksen muokkaajina

Elämänroolit vaikuttavat siihen, miten muovinkierrätys näkyy haastateltavien arjessa. Ne muun muassa määrittelevät arjen tilanteita ja resursseja, joiden puutteissa kierrätys tapahtuu. Joissain tilanteissa eri roolit myös rajaavat yksilön mahdollisuuksia toimia haluamallaan tavalla vaikuttaen näin koettuun kokemukseen.

#### Vastuulliset arvot osana muovin kierrätystä

Aineiston perusteella vanhemman roolissa muovinkierrätys näyttäytyy pääasiassa luonnollisena osana kasvatusta. Siihen liittyy velvollisuuden- ja vastuuntunne toiminnasta. Tärkeänä osana vanhemmuutta nähdään esimerkin näyttäminen. Aineiston perusteella halu näyttää esimerkkiä voi auttaa luomaan kestäviä tapoja toimia muovinkierrätyksessä. Halu toimia esimerkillisesti voi myös joskus olla ristiriidassa arjen mahdollisuuksien kanssa.

*[...] kyllä se auttaa tavallaan, kun on halunnut toimia esimerkkinä, niin sitä kautta se vanhemmuuden rooli on ehdottomasti auttanut siinä, että se pysyy se rutiini yllä. –H4*

Muovin kierrätyksen näkökulmasta arvoilla on merkitystä siihen, miten muovin kierrätykseen suhtaudutaan. Vanhempi, joka kokee itsensä samanaikaisesti vastuulliseksi kuluttajaksi, on aineiston perusteella alttiimpi syyllisyyden tunteille muovin kierrätyksen epäonnistuessa.

Syylisyydentunne syntyy omien arvojen vastaisesta toiminnasta. Vastuullisuuden opettamista lapsille pidetään vanhemman roolissa tärkeänä, jolloin osalle haastateltavista koettu epäonnistuminen kierrätyksessä voi heijastua käsitykseen onnistumisesta vanhempana.

Epäonnistuminen näyttäytyy kuitenkin enemmän kasvatuksellisen vastuun laiminlyöntinä, kuin kokemuksena koko vanhemmuudessa epäonnistumisesta. Aineiston perusteella ne haastateltavat, jotka toimivat samanaikaisesti vanhemman roolissa ja pitivät itseään vastuullisena kuluttajana, kokivat myös ylpeyttä lastensa ympäristövastuullisuudesta. Tämä ylpeys lisää onnistumisen tunnetta ja vahvistaa muovinkierrätyksen merkityksellisyyttä.

*Ja koen jotenkin tosi onnistuneeni hänen kanssa sellaisessa kasvatuksessa, että hän on todellakin kierrättäjä. Sitten samaan aikaan minä tunnen ihan järkyttävää syylisyyttä ja ristiriitaisuutta siitä, että se ei toteudu niissä kaikissa muodoissa [...]. –H7*

Aineiston perusteella työpaikalla esiintyvät roolit kytkeytyvät myös vastuullisen kuluttajan rooliin. Haastateltavat, jotka toimivat työnantaja- tai esihenkilörooleissa ja samaistuvat myös vastuullisen kuluttajan arvoihin kuvasivat muovin kierrätyksen edistämisen luonnolliseksi myös työpaikalla. He liittivät esihenkilön työhön kuuluvan olennaisesti velvollisuuden näyttää esimerkkiä sekä toimia vastuullisesti, jolloin kierrätys nähdään luonnollisena osana rooliin kuuluvien odotusten kanssa. Esihenkilönä korostuu yleisesti velvollisuus kierrätyksessä, mutta omat vastuullisuuden arvot voivat ohjata toimintaa. Tässä roolissa elämänrooli ja identiteettipohjainen rooli tukivat toisiaan. Sen sijaan työntekijän roolissa vastuullisuuden arvot saattoivat olla ristiriidassa työpaikan mahdollisuuksien kanssa. Rajalliset tai puuttuvat kierrätysmahdollisuudet johtivat tilanteisiin, joissa omia arvoja ei voitu toteuttaa käytännössä. Tämä taas heijastui kokemuksessa turhautumisena.

Ystäväpiireissä vastuullisen kuluttajan arvot vaikuttavat myös kokemukseen. Haastateltavat, jotka kuvailevat itseään vastuullisena haluavat toimia niiden arvojen mukaisesti myös ollessaan ystävän roolissa. Tässä roolissa muut nähdään vertaisina suhteessa itseensä. Kierrätyksen aiheuttamia tunteita voi kuitenkin ohjata kaverin rooli. Aineistosta nousee ylpeyden tunne tilanteissa, kun tiedostaa oman hyvän toiminnan kierrätyksessä. Esimerkiksi tilanteet, joissa kotonaan voi näyttää muille kierrättävänsä muovin sekä muita jätteitä, tuottavat ylpeyttä, joka voi vahvistaa toiminnan merkityksellisyyttä. Vastavuoroisesti jos samassa tilanteessa tulee esille, että ei kierrätä, voi se tuottaa häpeää. Haastateltavat, jotka kuvailivat itseään vastuulliseksi kuluttajaksi, halusivat myös näyttää esimerkkiä omissa sosiaalisissa piireissään. Tämä esimerkin näyttäminen voi johtaa tyytyväisyyden tunteisiin. Sosiaalisissa piireissä tulee esille myös keskustelu kierrätyksestä. Keskustelun kautta voi reflektoida omia kierrätyskäytäntöjään ja näin ollen se voi vahvistaa kokemusta.

*Ehkä päällimmäiset on, että jos on tyytyväinen siihen, miten itse kierrättää ja se näkyy muille, niin sellaista ylpeyttä. Ja sitten toisaalta, jos ei ole, niin sitten häpeää [...]. –H8*

*Sitten sellaisia keskusteluja, kun yhdessä kierrätetään, mitä pitää sitten käydä, että no miten tämä toimii, miten nämä yhdistyvät, nämä meidän kierrätys käytänteet ja miten se käytännössä toteutetaan. Niin siinä on varmaan vähän semmoinen, että on tavallaan tietyt tavat ja rutiinit itsellä ja sitten niitä joutuu vähän silleen peilaamaan toisten kautta. –H8*

Puolison rooliin liittyi kokemuksia vastuun epätasaisesta jakautumisesta kotitaloudessa, mitkä kytkeytyivät erilaisiin vastuullisuuden arvoihin puolisoitten kesken. Haastateltavat kuvasivat tilanteita, joissa puolison toimintaa pyrittiin ohjaamaan tai korjaamaan kierrätykseen liittyen. Puolison toimiessa eri tavalla samassa kotitaloudessa, saattaa syntyä negatiivisia tunteita, kuten turhautuneisuutta. Lisäksi muovin kierrätyksen päävastuu saattoi lisätä arjen kuormittavuutta. Näin ollen puolison rooli muokkaa kokemusta arjen käytännöissä ja vuorovaikutustilanteissa.

Vastuullisen kuluttajan rooli motivoi kierrätystä myös muissa elämänrooleissa. Vastuullisuus ohjaa toimintaa, mutta se voi myös aiheuttaa turhautumisen tunteita hankalia tilanteita kohdatessa. Erityisesti epäselvät tilanteet voivat turhauttaa. Taustalla olevat vastuullisen kuluttajan arvot voivat kuitenkin kannustaa näkemään enemmän vaivaa muovin kierrätyksen suhteen. Lisäksi onnistuneet kierrätyskokemukset voivat tuottaa ylpeyden ja tyytyväisyyden tunteita, jotka vahvistavat käsitystä itsestä vastuullisena kuluttajana. Omien arvojen mukaisesti toimiminen vahvistaa positiivisia asiakaskokemuksia.

*Se olisi jotenkin omien arvojen vastasta, että en tekisi sitä kierrätystä. Että sitten on tavallaan sinut itsensä kanssa, kun tekee tavallaan itselle oikeita ratkaisuja. –H2*

*[...] sitä varmaan aika paljon ohjaa vastuullisuus ja tunnollisuus. Ja toki myös se, että on se arvo, jonka vuoksi haluaa toimia, tehdä ja jaksaa ja viitsii. –H8*

Vastuullisen kuluttajan rooli vaikutti myös siihen, miten haasteisiin kierrätyksessä reagoidaan. Esimerkiksi kierrätykseen liittyvät epäselvyydet saatetaan kokea erityisen turhauttavina. Tilanteissa, joissa vastuulliset arvot ovat todella vahvat, mutta niiden mukaisesti ei pysty käyttäytymään esimerkiksi ulkoisten esteiden tai haasteiden takia, voi syntyä negatiivisia tunteita. Osa haastateltavista kuitenkin kuvailee halunsa suojella luontoa ja toimia ympäristöystävällisesti niin vahvaksi, että se motivoi kierrättämään muovia, vaikka eteen tulisikin haasteita.

*kun tietää, että on niitä ihmisiä, jotka laittaa vaan sekajätteeseen, ja sehän on tavallaan vaan helppo heittää sinne, mutta sitten tietää, että nyt vaan tehdään näin. –H2*

## Rutiinilähtöinen ja velvollisuusperustainen kierrätys

Aineiston perusteella velvollisuusperustainen kierrättäjä suhtautuu kierrätykseen jokaiselle kuuluvana velvollisuutena. Taustalla on ajatus oikein tekemisestä ja oman osuutensa hoitamisesta. Muovinkierrätys ei tässä roolissa herättänyt välttämättä voimakkaita tunteita, vaan kokemus jäi yleisesti pääosin neutraaliksi. Haasteellisissa kierrätystilanteissa, kuten epäselvien ohjeiden tai likaisten pakkausten kanssa, velollisuudentuntoiset kierrättäjät tekivät yleisesti päätöksen perustuen käytännöllisyyteen. Näin ollen muovin kierrätyksen suhteen saatetaan tehdä se mikä edistää asiaa edes vähän. Osa haastateltavista kuvaili velvollisuusperustaisen kierrättäjän roolissa tekevänsä sen, minkä he kokevat järkeväksi.

*Mä teen nyt tavallaan sen, mikä on tämmöistä jollain tavalla mun mielestä järkevää. – H3*

Epäonnistumisia kierrätyksessä ei nähdä henkilökohtaisina epäonnistumisina, vaan ne peilautuvat yleisesti yhteiskunnan järjestelmiin ja rakenteisiin. Esimerkiksi jos kierrätys ei onnistu epäselvien kierrätysohjeiden takia saattaa syntyä turhautumisen tunne siitä, miksi jokaiselle kuuluvan kierrätyksen toteuttamisesta on tehty niin hankalaa. Epäonnistumiset eivät kuitenkaan keskimääräisesti jää mieleen pitkäksi aikaa vaan vaikuttavat enemmän itse hetkessä. Omaa toimintaa ohjaa ajatus oman velvollisuuden tekemisestä, jolloin muiden toiminta saatetaan kokea välinpitämättömänä. Heille toisten ihmisten käyttäytyminen esimerkiksi jaetuilla kierrätyspisteillä saattaa näyttäytyä välinpitämättömyytenä ja huolimattomuutena. Toisten toimintaan liittyy useasti negatiivisia ajatuksia ja haastatteluissa nousi esille ajatus muiden tyhmyydestä muovinkierrätyksessä. Muiden toiminta aiheutti näissä haasteltavissa turhautumista sekä ihmetystä.

*Kun sitten ihmiset on idiootteja, niin ne vievät sinne kaikenlaista kamaa. Ja sitten toisaalta siinä on toinen puoli se, että mun mielestä se [jätehuoltoyritys] ei toimi kauhean fiksusti. Vaikka joskus joulun jälkeen kerääntyy, että ne ovat täysi ne astiat ja sit ne ei tyhjennä niitä tarpeeksi. –H3*

Rutiinikierrättäjä suhtautuu muovin kierrätykseen aineiston perusteella neutraalina osana arkea eikä kierrätys tässä roolissa näyttäytynyt erityisenä päätöksentekotilanteena. Kierrätystä on tehty yleisesti jo pidemmän aikaa, jolloin sen ympärille on muodostunut vahva rutiini, joka ohjaa toimintaa. Itseään ajatellaan kierrättäjänä, jolloin eteen tulevat haasteet nähdään enemmän osana arjen kierrätystä. Tässä roolissa kierrätyksen vaikeudet nähdään osana arkea, jolloin niiden vaikutus kokonaiskokemukseen ei ole välttämättä merkittävä eivätkä ne aineiston perusteella aiheuta suuria tunteita. Tilanteet, joissa eteen tulee esimerkiksi haastava pakkaus tai puuttuvat kierrätysmahdollisuudet, nähdään vain yksittäisinä tapauksina osana oman kierrätyksen isompaa

mittakaavaa ja arjen pyörittämistä. Hankalista tilanteista ei keskimääräisesti synny suuria tunnekokemuksia.

*Totta kai siitä pientä päävaivaa on ollut, mutta ei se suuremmin, kuten aikaisemmin sanottu, tottunut kierrättäjä tietää, että pikkasen täytyy nähdä vaivaa sen puolesta, että saa kierrätettyä. –H4*

Yksittäiset epäonnistumiset ja kierrättämättä jättämiset nähdään vain osana laajempaa kuvaa ja ne eivät keskimääräisesti aiheuta esimerkiksi suuria syyllisyyden tunteita. Vaikka kierrätyksen aloituksen taustalla voi olla ympäristöarvoja, toiminnan muuttuessa rutiiniksi ohjaavat sitä enemmän tottumus ja tapa toimia. Tottumus ja kierrätyksen muuttuminen automaattiseksi voi aineiston perusteella myös estää haastavien tilanteiden huomaamista, sillä esimerkiksi hankalien pakkausten kohdalla ei pysähdytä miettimään niiden lajittelua. Rutiinikierrättäjän roolissa asiakaskokemus muodostuu siten suhteellisen neutraaliksi. Kierrätys ei herättänyt voimakasta tyytyväisyyttä, mutta ei myöskään merkittävää turhautumista.

Rutiinit voivat edesauttaa kierrätystä myös muissa elämänrooleissa, koska kierrätyksen koetaan olevan vahvasti osa omaa identiteettiä. Haastateltavat kuvailevatkin vahvan kierrätysrutiinin arjessaan edistävän muovin kierrätyksen huomioimista myös muissa ympäristöissä. Rutiineissa ilmeni kuitenkin sidonnaisuus esimerkiksi kotiin, jolloin muissa ympäristöissä muovin kierrätys vaati enemmän ajattelua. Haastavissa tilanteissa, kuten epäselvien tuotemerkintöjen kanssa, rutiinit voivat kuitenkin tukea toimintaa sillä ne ovat kerryttäneet kuluttajille kokemuksen myötä osaamista muovin kierrätyksestä.

### **Roolien kontekstisidonnaisuus**

Aineiston perusteella roolit ovat vahvasti kontekstisidonnaisia mikä tarkoittaa, että sama rooli ei ole aktiivinen kaikissa tilanteissa. Haastateltavat kuvailivat toimivansa eri tavoin riippuen siitä, missä ympäristössä kierrätys tapahtuu. Esimerkiksi kotona korostuivat tietyt roolit, kuten vanhemman tai puolison rooli. Kotitalouden sisäiset roolit kietoutuivat myös vahvasti yksilön identiteettiin, jolloin mikrotason tekijät, kuten yksilön arvot ja rutiinit korostuvat kyseisessä kontekstissa. Näin ollen kuluttaja voi kokea kierrätyksen sujuvaksi yhdessä roolissa ja ympäristössä, mutta rajoittuneeksi tai epävarmaksi toisessa. Muovinkierrätykseen liittyvä asiakaskokemus vaihtelee siis tilanteen ja aktiivisen roolin mukaan.

Työympäristössä työntekijän rooli rajoittui pääasiassa työpaikalle, jolloin toiminta työntekijän kontekstissa voi erota muista tilanteista. Haastatteluissa nousee esille tilanteita, joissa sama henkilö voi olla aktiivinen muovinkierrättäjä toimiessaan kotona esimerkiksi vanhemman tai puolison

roolissa, mutta työpaikallaan työntekijän roolissa ei kierrätä lainkaan. Tämä ero käytöksessä selittyy erityisesti työpaikan rajallisilla kierrätysmahdollisuuksilla. Aineiston perusteella osa tunnistaa tämän eron omassa toiminnassaan, kun taas toisilla vaihtelu ei ole ollut tietoisesti huomioitu. Näin ollen suhtautuminen muovin kierrätykseen vaihtelee roolin ja kontekstin mukaan. Työntekijän roolissa kierrätykseen liittyvät epämiellyttävät tunteet hyväksytään keskimäärin helpommin osana ympäristöä minkä vuoksi niiden vaikutus kokonaiskokemukseen jää vähäiseksi.

*Sitten mä totesin, että siitä mulla ei ole ollut mitään omatunnon tuskia, enkä mä olen kiinnittänyt oikeastaan huomioon siihen, koska yleisesti muuten kaikessa muualla toiminnassa just se, että jos muovin joutuu laittamaan normiroskikseen, niin se on aina vähän sellainen auts, mutta tuolla [työpaikalla] ei. –H8*

Kontekstisidonnaisuus tulee esille aineistossa myös kotitalouden ulkopuolisissa tilanteissa. Haastateltavat kuvasivat mukauttavansa toimintaa esimerkiksi kaveriporukoissa tai kotiympäristön ulkopuolella liikkeellä ollessa ympäristön mukaan. Esimerkiksi mökkireissulla kaveriporukan kanssa muovinkierrätyksen toteutumisesta ei koettu yhtä keskeisenä, eikä siitä aiheutunut merkittävää syyllisyyttä, vaikka toiminta ei vastaisi omia ihanteita. Näissä tilanteissa korostuu hetkellisyyden kokemus, joissa yksittäiset poikkeamat hyväksytään. Samanaikaisesti aineisto osoittaa, että yksilön arvot ovat vahvasti taustalla ja ohjaavat toimintaa myös vaihtelevissa konteksteissa. Osa haastateltavista kuvasi toimivansa ympäristöstävällisesti myös tilanteissa, joissa ympäristö on haasteellinen. Esimerkiksi luonnossa liikkeessään saatetaan kantaa muoviroskat mukanaan kotiin asti, sillä kontekstista riippumatta halutaan toimia omien arvojen mukaisesti. Toimintaa näissä tilanteissa ohjaa myös esimerkiksi oma tunnollisuus ja vastuunkanto. Näin ollen roolien kontekstisidonnaisuus ei johda yksiselitteisesti kierrätyksen heikkenemiseen, vaan asiakaskokemus rakentuu tilanteen ja arvojen yhteisvaikutuksessa.

*Mulle mun perusarvot on tosi selkeät ja ne just on siellä minäroolissa että mulla on tosi selkeätä se, että mitkä asiat mulle on tässä maailmassa tärkeitä ja miten mä tavallaan haluan ”ajaa”, niin sitten se ehkä tukee niitä. Se näkyy myös siellä, että mä haluan kierrättää myös kun mä oon siellä yliopistolla opiskelijaminä tai työpaikalla kun mä oon työminä. –H2*

*kyllä mä ajattelen, että se aika paljon kulkee käsikädessä, että [...] siinä on varmaan tosi paljon myös semmoista tunnollisuutta ja sellaista tietynlaista vastuuta, mitä ehkä on luontevaa yleisesti elämässä. –H8*

#### 4.3.2 Roolikonfliktit

Roolien ja asiakaskokemuksen yhdistymisessä voidaan tunnistaa keskeisenä roolikonflikteja ja niiden vaikutuksia kierrätyskokemukseen. Osa rooleista on moraalisesti latautuneita, mikä altistaa

roolikonflikteille esimerkiksi tilanteissa, arvot ovat ristiriidassa arjen resurssien kanssa (ks. Rizzo ym. 1970; Marks & MacDermid 1996). Näillä roolikonflikteilla voidaan havaita myös vaikutusta siihen, miten asiakaskokemus muovinkierrätyksessä koetaan.

Aineistosta ilmenee, että vastuulliselle kuluttajalle on tärkeää ympäristöystävällisyys ja sen kannalta hyvien ratkaisujen tekeminen ja muovinkierrätys on osa tätä. Aineisto kuitenkin osoittaa, että tämä rooli ei aina toteudu ongelmitta, vaan siihen liittyy ajoittain jännite arvojen ja käytännön mahdollisuuksien välillä. Vaikka haastateltavat kuvailevat halua toimia ympäristöystävällisesti, puutteelliset kierrätysmahdollisuudet rajoittivat tämän toteutumista. Esille nousee tilanteita, joissa ympäristössä ei ole muovinkierrätysmahdollisuuksia, jolloin kokemuksesta tulee ristiriitainen, kun omat tavoitteet ja ympäristön tarjoamat mahdollisuudet eivät kohtaa. Nämä jännitteet heijastuvat kokemuksessa turhautumisena ja ristiriitaisuutena.

*[...] kun on luonnonsuojelutahtoa ja sitten on tottunut kierrättäjä, niin tavallaan se turhautuminen siitä, jos ei sitä pysty kyseiselle tuotteelle ratkomaan. –H4*

Aineistossa ilmenee myös ristiriitaa ympäristöystävällisten arvojen ja omien elämänvalintojen välillä. Haastateltavat pohtivat omia kulutustottumuksia, elämäntapoja ja asuinpaikkavalintoja suhteessa ympäristöystävällisyyteen. Näissä tilanteissa muovinkierrätys voidaan nähdä tapana kompensoida muita huonoina pidettyjä elämänvalintoja. Muovinkierrätys saadaan nähdä näissä tilanteissa omana tapana auttaa ympäristöä, jolloin epäonnistuminen voi luoda voimakkaitakin negatiivisia tunteita.

*[...] mä syön edelleen vaikka lihaa ja käytän maitotuotteita, niin sit musta tuntuu, että jos mä en kierrättäis, niin se ois niinku too much. Että jotain munkin on tehtävä, niin sit se kierrättäminen on tavallaan silleen, että okei. –H2*

Vanhemman roolissa ristiriidat tulevat esiin arjen mahdollisuuksien ja halutun toiminnan välillä. Aineiston perusteella arjen kiireisyys, väsymys ja ruuhkavuodet altistavat ristiriidoille muovinkierrätyksessä. Nämä haasteet tekevät toiminnasta hankalampaa, kun haastateltavalla käytössä olevat resurssit menevät lasten arjen pyörittämiseen. Usein halukkuus kierrättää muovia on yhä olemassa, mutta toiminta on estynyt. Nämä tilanteet voivat aiheuttaa voimakkaita syyllisyyden ja ristiriitaisuuden tunteita, joilla on vaikutusta myös kierrätyskokemukseen. Erityisesti haastateltavat, joilla on vahvat ympäristöarvot ja vanhemman rooli, kuvailevat ristiriitaisuuden tunteita liittyen muovinkierrätykseen.

*Mutta sitten sillä tavalla, että en toimi niiden omien ajatusmallieni mukaisesti, niin ei ole missään nimessä kyllä semmoinen ideaalitalanne. –H7*

*[...] välillä on just se, että jos on se päivä, kun on vähän väsynyt, niin voi olla siinä kohtaa, että turhautuu. Näissä hetkissä varmaan ehkä tulee just siinä arjen kaaoksessa, että hitto soikoon, että miksei tätä voi tehdä. –H10*

Aineiston perusteella myös tottuneella kierrättäjällä voi ilmetä ristiriitaisuuden tunteita. Esimerkiksi epäselvät ohjeet voivat kierrättäjän roolissa aiheuttaa turhautumista tai ihmetystä. Haastateltava, joka on tottunut kierrättämään muovia arjessaan voi kokea ristiriitaisuutta esimerkiksi työpaikallaan puuttuvista kierrätysmahdollisuuksista. Usea haastateltava kuvailee, ettei työpaikalla ole mahdollisuutta kierrättää muoviroskia, mikä aiheuttaa negatiivisia tunteita ja joissain tapauksissa jopa kipua. Muutamalla haastateltavista työpaikalla koettu negatiivinen tunne kannusti kierrätyksessä kotona, kun taas osalla sillä ei ollut havaittavissa vaikutusta käytökseen.

*[...] sitten tavallaan rajasi sen siihen, että okei, että täällä työpaikalla mä en nyt voi tehdä silleen, mitä mä haluaisin. Että siellä mun täytyy kestää se, että kaikki menee samaan, mutta heti kun on kotona, niin kyllä haluaa kattoo tarkasti, että asiat menee oikeisiin paikkoihin. –H2*

Aineistosta nousee ristiriita yhteiskunnallisen ajattelun ja velvollisuudentunteen välillä. Tämä ristiriita korostuu erityisesti haastateltavilla, jotka kokevat velvollisuusperäisen kierrättäjän roolin. Heille muovinkierrätyksen taustalla on ajatus oman osuuden tekemisestä. Konfliktin aiheuttaa tilanteet, jossa se ei ole mahdollista yhteiskunnallisten rakenteiden tai ohjeiden takia. Jos muovinkierrättämisestä on tehty vaikeaa esimerkiksi puuttuvien järjestelmien takia, se saattaa herättää ristiriitaisia ajatuksia, jotka kohdistuvat yhteiskuntaan ja sen rooliin. Tämä ristiriita voi turhauttaa ja herättää ärsytystä. Se voi saada muovinkierrätyksen tuntumaan turhalta ja merkityksettömältä, jos usko kierrätyksen hyötyyn yhteiskunnan tasolla on heikentynyt. Vaikka aineiston perusteella näissä tilanteissa muovinkierrätystä ei lopetettu ristiriidan takia, se laski kuitenkin motivaatiota ja lisäsi hyväksyntää ajoittaisille epäonnistumisille.

*Mutta kyllä mä sitten ajattelen, että kaikki tommoset asiat ei tarvitsisi olla vain yksilön vastuulla, vaan siinä voisi olla tällainen vähän laajempi, jolloin mä uskoisin, että siihen lähtisi enemmän ihmisiä mukaan. –H7*

## 5 Johtopäätökset

### 5.1 Tulosten käsittely

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli syventää ymmärrystä asiakaskokemuksen muodostumisesta muovin kierrätysprosessissa tarkastelemalla kuluttajien erilaisia roolikokemuksia. Tässä luvussa tarkastellaan tutkimustuloksia yleisemmällä teoreettisella tasolla ja pohditaan, miten ne suhteutuvat aikaisempaan tutkimukseen. Alaluvut on jaoteltu kolmen osaongelman mukaisesti.

#### 5.1.1 Muovinkierrätyskokemuksen muodostuminen

Tässä luvussa vastataan tutkimuksen ensimmäiseen osaongelmaan ”miten asiakaskokemus muodostuu muovin kierrätysprosessissa?”. Asiakaskokemus voidaan jaotella viiteen yleisesti hyväksytyyn ulottuvuuteen: aistilliseen, affektiiviseen, kognitiiviseen, käytökselliseen ja sosiaaliseen (Ta ym. 2022, 2). Nämä ulottuvuudet olivat myös selkeästi tunnistettavissa tutkimuksen tuloksissa. Eri ulottuvuudet näyttäytyivät tutkimuksessa eri tavoin, osan ollessa merkittävämpiä kuin toisten. Aineisto osoitti vaihtelevuutta eri ulottuvuuksien tärkeyden välillä suhteessa kokonaiskokemukseen, mikä tukee Gahlerin ym. (2022) näkemystä asiakaskokemuksen moniulotteisuudesta ja eri ulottuvuuksien vaihtelevasta tärkeydestä.

Aistilliseen ulottuvuuteen liittyi erityisesti haju-, näkö- ja tuntoaistiin yhdistettyjä kokemuksia. Näistä erityisesti hajuaisti nousi vahvasti esille yleisempänä aistihavaintoja muovin kierrätystilanteissa. Hajut koettiin pääsääntöisesti epämiellyttävinä ja siten heikentävän kierrätyskokemusta. Hajuaistin suuri merkitys kokemuksessa tukee Guyader ym. (2022) näkemystä aistihavaintojen merkityksellisyydestä asiakaskokemuksessa. Epämiellyttävät hajut voivat vaikuttaa siihen, miten vaivattomana kierrätys koetaan. Jo ennakoitu epämiellyttävä haju voi vaikuttaa toimintaan kierrätystilanteessa esimerkiksi motivoimalla nopeampaa kierrätystä. Vastavuoroisesti myös pelko hajusta voi ohjata ohittamaan kierrätyksen kokonaan. Tuntoaisti nousi myös esille tutkimuksessa. Epämiellyttävänä koetut tuntoaistihavainnot, kuten pakkauksista tarttuvaa lika, heikensivät kokemusta.

Eri aistihavainnot voivat herättää vahvoja tunteita, jotka vaikuttavat kokonaisvaltaiseen asiakaskokemukseen (Hirschman & Holbrook 1982, 92). Tämä oli havaittavissa myös tutkimuksen tuloksista, sillä osa haastateltavista kuvaili epämiellyttävien aistihavaintojen aiheuttavan voimakkaita tunteita kuten kuvotusta. Nämä voimakkaat epämiellyttävät aistihavainnot keskimääräisesti heikensivät kokemusta. Guyader ym. (2022) kuvailevat kuluttajien keksivän omia

tapojaan selviytyä kokemuksen epämiellyttävistä puolista. Aineistossa voidaankin huomata haastateltavien ennakoivan hajuhaittoja nopeuttamalla kierrätys sykliään ja näin ollen vähentämällä epämiellyttävää kokemusta.

Aistikokemukset olivat myös yhteydessä toisiinsa ja linjassa aikaisemman tutkimuksen kanssa yksi aisti voi ohjata muiden aistien toimintaa (Spence & Gallace 2011, 275). Esimerkiksi tilanteissa, joissa muovin kierrätys aiheutti voimakasta hajua tai epämiellyttäviä tuntoaistimuksia, syntyi osalle haastateltavista myös negatiivisia tunteita, kuten ärsytystä. Tämä viittaa siihen, että havaintokokemus on luonteeltaan moniaistinen ja näin ollen tukee Stead ym. (2022) aikaisempia havaintoja.

Affektiiviseen ulottuvuuteen liittyvät tunnekokemukset, joita syntyy asiakaskokemuksessa. Nämä tunnekokemukset voivat vaihdella positiivisen ja negatiivisen välillä, ja kierrätyskokemuksia tarkastellessa ne voivat liittyä esimerkiksi ylpeyden tai syyllisyyden tunteisiin. (Freed 2015, 89–91; Haj-Salem & Al-Hawari 2021, 208; Ta ym. 2022, 4.) Aineistosta nousi myös sekä positiivisiksi että negatiivisiksi tulkittavia tunnekokemuksia, kuten turhautumista, syyllisyyttä, ärsyyntymistä, ylpeyttä sekä tyytyväisyyttä. Ärsytys ja turhautuneisuus korostuvat epämiellyttävien aistiärsykkeiden, riittämättömän kierrätysinfrastruktuurin ja muiden ihmisten toiminnan seurauksena. Niiden vaikutus kokemukseen on pääasiassa heikentävä, mutta kokonaisuudessaan ne eivät suoraan tarkoita huonoa kokemusta. Ta ym. (2022) havainnoista poiketen ärsytyksen ja turhautuneisuuden tunteilla ei keskimääräisesti havaittu olevan pitkäaikaisia seurauksia, vaikka kierrätystilanteista johtuva epävarmuus saattoi jäädä mieleen myös itse kierrätystilanteen jälkeen. Kierrätystilanteissa nousevat tunteet olivatkin pääasiassa hetkellisiä ja pitkän aikavälin vaikutuksia niillä ei tämän tutkimuksen perusteella esiintynyt.

Syyllisyyttä koettiin erityisesti epäselvissä kierrätystilanteissa sekä hetkissä, jolloin jätettiin kierrättämättä. Koettu syyllisyys on yhteydessä tilanteisiin, joissa toiminnan oikeellisuudesta ei ole varmuutta. Syyllisyyden tunne toimii myös käyttäytymistä ohjaavana tekijänä, sillä ennakoitu syyllisyys voi kannustaa kierrättämään tai näkemään vaivaa sen eteen. Kuuru ym. (2020, 13) havaitsivat kokemusten herättävän tunteita ja vastavuoroisesti tunteiden muokkaavan sitä, miten kokemukset koetaan. Koettu vahva syyllisyyden tunne voi muokata lopullista asiakaskokemusta tehden siitä heikomman erityisesti tilanteissa, joissa kierrätys ei toteutunut.

Ylpeyttä koettiin omasta toiminnasta, kotitalouden sisällä muiden toiminnasta sekä laajemmin yhteiskuntatasolla kierrätyksestä. Tutkimus osoitti ylpeyden tunteen nousevan tilanteissa, joissa oman toiminnan koettiin edistävän muovin kierrätystä. Ylpeys voi myös kohdistua toisiin

henkilöihin, erityisesti lähimmäisiin. Teoriasta poiketen aineistosta nousi esille myös aktiivinen halu välttää ylpeyden kokemusta omasta muovin kierrätyksestä, sillä sen koettiin olevan yhteydessä paremmuuden tunteeseen ja hurskasteluun. Näin ollen tulokset laajentavat aiempaa ymmärrystä ylpeyden tunteista osana asiakaskokemusta.

Kognitiiviset kokemukset syntyvät kuluttajan ajatellessa, arvioidessa tai pohtiessa omaa kokemustaan. Se korostuu esimerkiksi tilanteissa, joissa ajattelua haastetaan tai aktivoidaan. (Ta ym. 2022, 4.) Aineistosta huomataan kognitiivisella ulottuvuudella korostuvan epävarmuus, joka vaikeuttaa päätöksentekoa. Aiempi tutkimus on todennut epäselvien tai ristiriitaisten ohjeiden lisäävän kognitiivista kuormitusta (Jacobsen ym. 2022) ja tätä havaintoa tukee myös aineistosta nousevat kokemukset. Epäselvät pakkaukset, kierrätysohjeet sekä vaikeasti tavoitettavissa oleva kierrätysinfrastruktuuri lisäsivät kognitiivista kuormitusta. Epäselvien ohjeiden tuottama epävarmuus saattoi jäädä mieleen myös kierrätystilanteen jälkeen, mikä tukee Ta ym. (2022) näkemystä negatiivisten tunteiden pitkäaikaisista seurauksista.

Käytöksellinen ulottuvuus ei näkynyt ainoastaan kokemuksen seurauksena, vaan myös sitä muokkaavana tekijänä. Tehdyt kierrätyspäätökset vaikuttivat siihen, millaiseksi kierrätyskokemus lopulta muodostui. Kierrätystilanteessa tehdyt valinnat lajittelusta saattoivat vaikuttaa koettuihin tunteisiin, sillä esimerkiksi päätös olla kierrättämättä voi herättää syyllisyyden tunteen ja onnistunut kierrätyspäätös voi vahvistaa ylpeyden tunnetta. Yksittäiset päätökset eivät jää irrallisiksi, vaan ne vaikuttavat tuleviin päätöksiin esimerkiksi rutiinien muodostumisen kautta (Klößner & Blöblum 2010, 576, 585; Ertz ym. 2023, 19). Toistuvat kierrätyspäätökset tekevät toiminnasta rutiininomaista mikä vähentää kognitiivista kuormitusta tehden kokemuksen sujuvammaksi ja vähemmän kuormittavaksi. Vastaavasti epävarmuutta sisältävät päätökset saattavat lisätä epäröintiä tulevissa tilanteissa ja heikentää kokemusta. Käytöksellinen ulottuvuus toimii näin linkkinä kokemuksen eri ulottuvuuksien välillä.

Yhteenvedon voidaan todeta, että asiakaskokemus muovin kierrätysprosessissa muodostuu moniulotteisesti ja eri ulottuvuudet vaikuttavat siihen vaihtelevasti tilanteesta ja yksilöstä riippuen. Tärkeimpänä kokemusta muovaavana tekijänä oli toiminnan koettu helppous. Kokemusta helppoudesta tukevat selkeät ohjeet, saatavilla oleva kierrätysjärjestelmä ja toiminnan vaivattomuus. Vastavuoroisesti kokemusta heikentävät epäselvät ohjeet, hankalat tuotepakkaukset ja huonosti saatavilla oleva kierrätysinfrastruktuuri. Epämiellyttävinä koetut kokemukset eivät aineiston perusteella johtaneet suoraan kierrätyksen lopettamiseen. Taustalla vaikuttavat muut motivaattorit auttoivat toiminnan jatkuvuudessa.

### 5.1.2 Kontekstin vaikutus kokemukseen

Tässä luvussa vastataan tutkimuksen toiseen osaongelmaan ”miten muovin kierrätykseen liittyvät kokemukset rakentuvat eri konteksteissa?”. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että muovin kierrätykseen liittyvät kokemukset rakentuvat vahvasti kontekstisidonnaisesti. Kokemukset eivät muodostu yksittäisinä irrallisina tilanteita, vaan sen sijaan vuorovaikutuksessa eri mikro-, meso- ja makrotason tekijöiden kanssa. Myös aiemmassa tutkimuksessa on korostettu kontekstin merkitystä asiakaskokemuksessa (Keyser ym. 2020, 440; Gahler ym. 2022, 193–194).

Aikaisempi tutkimus on jakanut kierrätykseen vaikuttavat tekijät mikro-, meso- ja makrotasolle. Näillä tasoilla voidaan erottaa sekä sosiaalisia, että fyysisiä tekijöitä. Mikrotasolla korostuu aikaisemman tutkimuksen perusteella yksilöön ja jätetuotteeseen liittyvät tekijät. Yksilöön liittyviä on esimerkiksi sosiodemografiset tekijät, ja jätetuotteeseen liittyviä ovat tuotteen ominaisuudet kuten materiaali, muoto ja koko. (Macklin ym. 2023.) Kierrätyskäyttäytymistä voidaan tarkastella kolmen toisiinsa kytkeytyvän tekijän järjestelmänä, joihin kuuluu kyvykkyys, mahdollisuus ja motivaatio (Willmott ym. 2021, 3–4). Mikrotasolla, eli yksilön toiminnan tasolla, voitiin tunnistaa näitä kyvykkyuden, mahdollisuuden ja motivaation vaikutuksia asiakaskokemukseen kierrätyksessä. Aineistossa mikrotasolla nousi esille kyvykkyyteen liittyvät tieto, johon liittyivät keskeisesti esimerkiksi ohjeiden selkeys. Kyvykkyyteen tällä tasolla vaikuttaa myös lajittelutilanteissa syntyvä epävarmuus. Kyvykkyuden ollessa heikko, tulee kokemukseen epävarmuuden ja turhautumisen tunteita, jotka heikentävät sen laatua. Nämä havainnot tukevat Jacobsen ym. (2022) havaintoja kognitiivisen kuormituksen vaikutuksista.

Mahdollisuuden tarkastelussa korostui erityisesti sen tilannekohtaisuus. Kierrätysmahdollisuuksia tilanteen mukaan ei aina ollut saatavilla, mikä näkyi kokemuksessa yleisesti turhautumisena, ihmetyksenä ja hämmennyksenä. Aiemmassa tutkimuksessa on havaittu fyysisillä ulottuvuuksilla, kuten kierrätyspisteiden saavutettavuudella, olevan merkitystä kierrätyksen koettuun helppouteen (Aprile & Fiorillo 2019, 106; Jacobsen ym. 2022, 74). Tämän tutkimuksen havainnot näin ollen tukevat tätä. Mahdollisuuteen vaikuttavat myös muovipakkauksen ominaisuudet, kuten sen koko tai muoto. Pakkauksen ominaisuudet heikensivät kokemusta tilanteissa, joissa ne tekivät kierrätyksestä vaivalloisempaa tai epäselkeää.

Aikaisempi käyttäytyminen ohjasi myös toimintaa aineiston perusteella, erityisesti sen pohjalta muodostuneiden rutiinien muodossa. Rutiinien merkitys oli selkeästi huomattavissa osana kuluttajien kokemuksia muovin kierrätyksestä. Tapojen merkitys korostuu myös aikaisemmassa tutkimuksessa. Ne jäädyttävät aikaisemmat opitut toimintamallit, jolloin tilanteet eivät vaadi

aktiivista pohdintaa joka kerta. (Klößner & Blöblum 2010, 576, 585.) Tutkimuksen havainnot tukevat tätä, sillä muovinkierrätyksessä muodostuneet tavat ja rutiinit tekivät kierrätyksestä pitkälti automaattista. Kierrätys nähtiin osana arkea ja se tapahtui automaatiolla eikä näin ollen vaatinut suurta pohdintaa. Tutkimus nosti myös poikkeuksia tämän suhteen, sillä haastavat kierrätystilanteet häiritsivät toiminnan automaattisuutta, sillä ne vaativat aktiivista pohdintaa. Aineiston perusteella rutiinit edesauttoivat muovin kierrätyksen säännöllisyyttä.

Mikrotasolla kokemuksen rakentumista tukee halu toimia vastuullisesti. Se ohjaa käyttäytymistä ja siten myös kokemuksen rakentumista. Siihen liittyy myös syyllisyys epäonnistumisista sekä eri tilanteissa syntyvät ylpeyden ja turhautumisen tunteet. Freedin (2015, 89–91) mukaan tunteet toimivat kierrätyskäyttäytymisen vahvistajana. Tämä tutkimus tukee tätä, sillä erityisesti positiiviset tunteet mikrotasolla vahvistavat muovinkierrätyskäyttäytymistä.

Mikrotasolla asiakaskokemus muodostuu usein samanaikaisesti useista toisiinsa kietoutuneista ulottuvuuksista. Kognitiiviset, aistilliset ja affektiiviset kokemukset eivät ilmene erillisinä, vaan limittyvät kierrätystilanteissa ja muokkaavat kokemusta yhdessä. Yksilön välittömään kokemukseen sisältyy samanaikaisesti tulkintaa vaativia päätöksiä, aistillisia ärsykeitä sekä näihin liittyviä tunnekokemuksia. Ulottuvuuksien vaikutus yhdessä määrittää sen millaisena kierrätyskokemus koetaan.

Mesotasolla korostuivat kotitalouteen liittyvien tekijöiden vaikutus kokemukseen. Esimerkiksi kotitalouden sisäiset sosiaaliset suhteet sekä kierrätysinfrastruktuuri vaikuttavat kokemukseen mesotasolla. Nämä ovat tunnistettavissa myös aiemmassa tutkimuksessa, jossa mesotasolla on korostettu kotitalouden ryhmädynamiikan sekä fyysisen ympäristön vaikutusta kierrätyskäyttäytymiseen (Macklin ym. 2023). Kierrätysastioiden hyvä saavutettavuus tekee kierrätyksestä helpompaa aiemman tutkimuksen mukaan (Freed 2015, 86–88) ja tutkimusaineisto on linjassa tämän kanssa. Erityisesti pienemmissä asunnoissa asuville korostui kierrätysastioiden koettu helppous. Kierrätysastioiden saavutettavuus ja säilytystilan riittävyys tukevat muovinkierrätystä mahdollisuuden näkökulmasta.

Mesotasolla korostuu myös muiden vaikutus kokemukseen. Muiden toiminta voi tukea tai hankaloittaa kokemusta. Kotitalouden sisällä vaikuttavat sen yhteiset normit. Siellä voi tulla esiin myös paineen kokemuksia oikeanlaisesta kierrätyksestä. Aiemman tutkimuksen mukaan perhe ja ystävät voivat ohjata käyttäytymistä kierrätyksessä ja vahvistaa toimintaa (Knickmeyer 2020, 6) ja sama oli havaittavissa myös tämän tutkimuksen tuloksissa. Kotitalouden sisällä toisten positiivinen suhtautuminen kierrätykseen voi motivoida hankalien tilanteiden edessä. Kuitenkaan jaettu

kierrätystiloja käyttävät eivät tämän tutkimuksen perusteella kokeneet epämukavuutta sosiaalisissa kohtaamisissa naapureiden kanssa kierrätyspisteellä poiketen Ho (2018) havainnoista.

Makrotasolla aikaisempi tutkimus on tunnistanut kierrätyskäyttäytymiseen vaikuttavan tilannetekijät, lait, alueellinen infrastruktuuri ja asuinpaikan sijainti (Macklin ym. 2023). Tässä tutkimuksessa esille nousi erityisesti alueellisen infrastruktuurin, asuinpaikan sijainnin ja tilannetekijöiden vaikutuksia kokemukseen. Aikaisemmasta tutkimuksesta poiketen lait tai poliittiset valinnat (Ertz ym. 2023, 7) eivät nousseet tässä aineistossa merkittävinä teemoina, vaikka yksilön ja yhteiskunnan välinen vastuunjako voi aiheuttaa negatiivisia tunteita ja näin vaikuttaa kokemukseen.

Aineisto tukee kuitenkin aikaisemman tutkimuksen havaintoja kierrätysastioiden sijainnista ja tyhjennysvälistä sekä taloudellisista kannustimista osana kierrätystä (Schultz ym. 1995, 115–116; Arias & Trujillo 2020). Puuttuva kierrätysinfrastruktuuri heikentää kokemuksen laatua, mutta aineiston perusteella sen vaikutus kierrätyksen toteutumiseen on tilanneriippuvaista. Asuinpaikan sijainnilla suhteessa lähellä oleviin kierrätyspisteisiin oli merkitystä kokemukseen. Mitä kauempana lähin kierrätyspiste oli, sitä vaivalloisemmaksi kokemus rakentui. Tämä havainto vahvistaa Ertz ym. (2023) esittämää näkemystä siitä, että puutteellinen kierrätysinfrastruktuuri ei ainoastaan vaikeuta, vaan voi myös estää kierrätyskäyttäytymisen toteutumisen.

Motivaatiota tarkastellessa makrotasolla nousi esiin ajatuksia yhteiskunnan ja yksilön välisestä vastuusta ja toiveita yhteiskunnan suuremmasta roolista muovinkierrätyksen edistäjänä. Kuluttajat toimivat suuremmalla todennäköisyydellä ympäristöystävällisesti, jos he uskovat toiminnan hyötyihin ja luottamuksen puute heikentää sitoutumista kierrätykseen (Knickmeyer 2020, 6; Jacobsen ym. 2022, 64–65). Epäluottamus kierrätysjärjestelmään nousi esille myös tässä tutkimusaineistossa kokemusta heikentävänä tekijänä. Se aiheutti turhautumista erityisesti yhteiskunnan ja yksilöiden vastuun välillä, sillä yksilöille koettiin keskimääräisesti liian suuri vastuu kierrätyksestä.

Aiempi tutkimus nostaa esille kierrätyskäyttäytymiseen vaikuttavia yksilöllisiä tekijöitä kolmessa eri alaluokassa: kognitiivisissa, affektiivisissa ja konatiivisissa. Näihin alaluokkiin sisältyvät muun muassa arvot, toiminnan oletettu tulos, tieto, asenteet ja aikaisempi käyttäytyminen. (Ertz ym. 2023.) Tässä tutkimuksessa nämä tekijät olivat myös läsnä, mutta ne eivät yksinään selittäneet kuluttajien kokemuksia tai toimintaa. Kuitenkin esimerkiksi toiminnan oletettu tulos, eli kierrätyksen oletetut hyödyt, motivoivat aineiston perusteella kierrättämään. Vastavuoroisesti, jos toiminnalla ei koettu olevan suurta hyötyä, herätti se negatiivisia tunteita, kuten turhautumista,

liittyen kierrätykseen. Näillä tunteilla ei huomattu suoraa vaikutusta toimintaan, mutta ne yhdistettiin kuitenkin vahvasti muovinkierrätykseen kokonaisuudessaan.

Yhteenvedona voidaan todeta eri kontekstien vaikuttavan asiakaskokemukseen muovaamalla kuluttajien kyvykkyyttä, mahdollisuuksia ja motivaatiota sekä sitä miten kierrätystilanteet tulkitaan. On kuitenkin hyvä huomioida, että nämä eri asiakaskokemuksen tasot eivät ole toisistaan irrallisia. Asiakaskokemus muodostuu näiden tasojen yhteisvaikutuksessa, jolloin yksilölliset tekijät, sosiaalinen ympäristö ja laajempi rakenteellinen konteksti vaikuttavat kokemuksen muodostumiseen. Aikaisempi tutkimus nostaa myös esille tämän eri tasojen yhteisvaikutuksen (Macklin ym. 2023). Taulukossa 6 esitetään teoriavaiheessa esiteltyt COM-B-mallin tekijät ja kierrätyskäyttäytymisen tasot päivitettyinä tämän tutkimuksen löydöksiä avulla.

Taulukko 6 COM-B-malli ja kierrätyskäyttäytymisen tasot

COM-B	Mikrotaso	Mesotaso	Makrotaso
Kyvykkyys	<ul style="list-style-type: none"> <li>Epävarmuus lajittelusta</li> <li>Epäselvien ohjeiden tulkinta</li> <li>Opitut rutiinit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kierrätysvastuun jakautuminen</li> <li>Toisilta oppiminen/opastaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ohjeistusten selkeys ja epäselkeys</li> <li>Tiedon saavutettavuus</li> <li>Kierrätysstandardien tulkinnanvaraisuus</li> </ul>
Mahdollisuus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahdollisuuden tilannekohtaisuus</li> <li>Pakkauksen ominaisuudet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Säilytystilan riittävyys</li> <li>Kierrätyspisteiden saavutettavuus</li> <li>Kierrätystilojen siisteys</li> <li>Kierrätyksen vaivattomuus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kierrätysinfrastruktuurin toimivuus</li> <li>Yhteiskunnan vastuun odotukset</li> </ul>
Motivaatio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Halu toimia vastuullisesti</li> <li>Syällisyys epäonnistumisista</li> <li>Ylpeys</li> <li>Turhautuminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sosiaalinen paine</li> <li>Yhteiset normit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Koettu vaikuttavuus</li> <li>Epäluottamus järjestelmään</li> <li>Yhteiskunnallinen vastuu vs. yksilön vastuu</li> </ul>

### 5.1.3 Roolien vaikutus kokemukseen

Tässä luvussa vastataan tutkimuksen kolmanteen osaongelmaan “miten kuluttajien eri roolikokemukset vaikuttavat heidän asiakaskokemuksensa?”. Tutkimuksessa esille nousseet roolit voidaan jaotella elämänrooleihin ja identiteettipohjaisiin rooleihin. Identiteettipohjaiset roolit ohjaavat sitä millaiseksi kierrätystilanne tulkitaan, sillä ne heijastavat arvoja ja minäkuva. Elämänroolit puolestaan vaikuttavat siihen, miten muovinkierrätys näkyy arjessa. Rooliteorian

näkemyks korostaa yksilön käyttäytymisen ja kokemusten rakentuvan rooleihin liittyvien odotusten ja merkitysten kautta (Solomon ym. 1985, 102).

Roolit vaikuttavat kokemukseen kognitiivisella tasolla sillä ne muokkaavat sitä, miten kuluttajat tulkitsevat kierrätystilanteita ja toimintaansa niissä. Kohdatessaan epävarmuutta esimerkiksi epäselvien ohjeiden takia, voi kuluttajan tilanteessa koettu rooli vaikuttaa siihen, miten epävarmuuteen reagoidaan. Aiemman tutkimuksen mukaan roolit ohjaavat ajatteluprosesseja (Stryker ja Burke 2000, 286) mikä tukee tätä havaintoa. Kaikissa ympäristöissä epävarmuus ei näyttäydy yhtä voimakkaana, mitä voivat selittää vallitsevan roolin odotukset.

Roolit vaikuttavat kokemukseen myös affektiivisella tasolla tuottamalla erilaisia tunteita kierrätystilanteissa ja niiden ulkopuolella. Tulosten perusteella kierrätykseen liittyä sekä positiivisia että negatiivisia tunteita, kuten ylpeyttä, syyllisyyttä, turhautuneisuutta ja tyytyväisyyttä. Nämä tunteet kytkeytyvät myös kuluttajien kokemuksiin rooleihin. Esimerkiksi vastuullisen kuluttajan roolissa toimiva saattaa kokea syyllisyyden tunteita tilanteissa, joissa kierrätys ei toteudu toivotulla tavalla. Vanhemman roolissa toimiva saattaa puolestaan kokea ylpeyttä lastensa kierrätysaktiivisuudesta. Roolit voivat paitsi heijastaa tunteita myös tuottaa niitä. Nämä tunteet vaikuttavat kierrätyskokemukseen kokonaisuudessaan. Tämä tukee aiempaa teoriaa tunteiden keskeisestä roolista asiakaskokemuksissa (Kuuru ym. 2020; Ta ym. 2022). Poiketen aiemmasta tutkimuksesta (Freed 2015, 92) koetuilla tunteilla ei kuitenkaan havaittu olevan suoraa vahvaa vaikutusta siihen kierrättääkö henkilö vai ei.

Samalla kuluttajalla voi olla useita rooleja ja ne näyttäytyvät ajoittain myös päällekkäisinä arjessa. Kuluttajilla voi olla samanaikaisesti eri rooleja ja identiteettejä, kuten myös Gatersleben ym. (2019) havaitsivat. Nämä roolit voivat tukea toisiaan tai olla ristiriidassa keskenään (Meneses & Palacio 2005). Roolien kumuloitumisella voi olla monia positiivisia vaikutuksia lisääntyneistä resursseista vahvempaan motivaatioon (Sieber 1974). Tutkimuksen tulokset tukevat tätä, sillä roolien päällekkäisyys kasvattaa osaamista ja esimerkiksi yhdessä roolissa luotu rutiini voi edistää toimintaa toisessa roolissa. Tämän voidaan todeta lisäävän kyvykkyyden tunnetta ja vahvistavan roolien merkityksellisyyttä muovin kierrätyksessä.

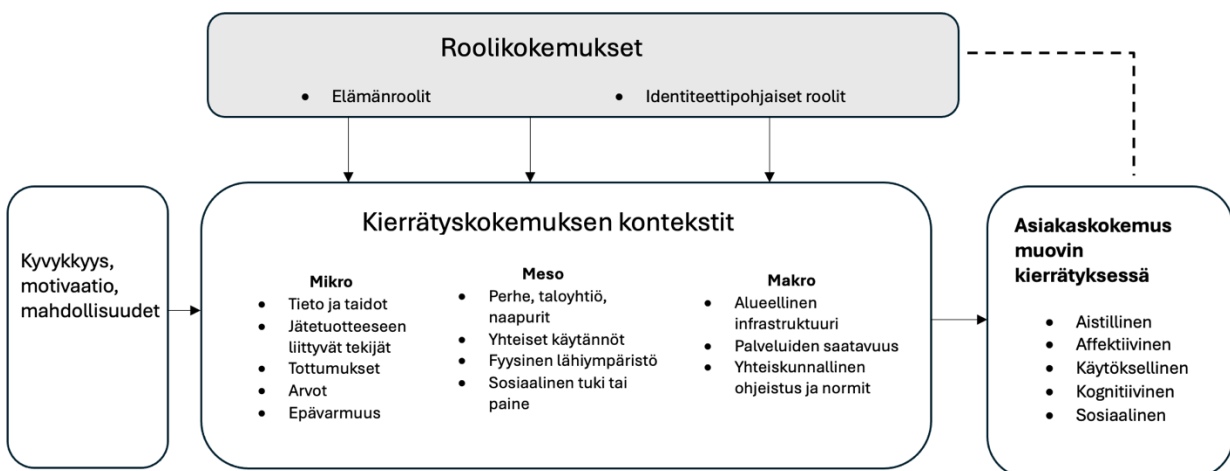
Roolit voivat myös olla ristiriidassa keskenään. Roolit sisältävät odotuksia siitä, millaista toimintaa muovinkierrätyksessä pidetään oikeana ja hyväksyttävänä. Kun nämä odotukset eivät täyty, syntyy negatiivisia tunteita, kuten turhautumista, ärsytystä tai epävarmuutta. Nämä tunteet ovat kytköksissä asiakaskokemukseen ja vaikuttavat siihen, kuinka sujuvaksi, mielekkääksi tai kuormittavaksi

muovinkierrätys koetaan. Ne voivat myös vaikuttaa siihen millaisia kierrätyspäätöksiä tilanteessa tehdään esimerkiksi aiheuttamalla toimimattomuutta kierrätystilanteissa (Jacobsen ym. 2022).

Rooleilla voidaan tunnistaa vaikutuksia myös käytöksellisellä tasolla, sillä ne määrittävät kuluttajien toimintamahdollisuuksia eri tilanteissa. Tutkimus osoittaa, että roolit voivat aktiivisesti mahdollistaa tai rajata toimintaa. Esimerkiksi työroolit, tilanteet kodin ulkopuolella tai kotitalouden sisäiset tekijät vaikuttavat siihen onko muovin kierrätys mahdollista käytännössä. Näissä tilanteissa korostuu kyvykkyyden ja mahdollisuuden merkitys käyttäytymiselle (Willmott ym. 2021, 4).

Roolit ovat hyvin kontekstisidonnaisia, tarkoittaen että samalla henkilöllä voi olla useita eri rooleja, jotka aktivoituvat eri tilanteissa. Esimerkiksi henkilö, joka on aktiivinen kierrättäjä kotonaan saattaa olla kierrättämättä ollenkaan työpaikallaan. Tämä ristiriita toiminnassa saattoi olla välillä tiedostamatonta. Tätä voi selittää myös Gatersleben ym. (2019) havainnot roolien kontekstisidonnaisuudesta. Nämä kaksi roolia toimivat hyvin eri sosiaalisissa ja fyysisissä ympäristöissä, mikä voi osaltaan selittää eroa niiden vaikutuksessa kokemukseen.

Yhteenvedona voidaan todeta, että roolit muokkaavat asiakaskokemusta vuorovaikutuksessa erilaisten kontekstien kanssa. Eri tilanteissa aktivoituvat erilaiset roolit, minkä seurauksena sama toiminta voi tuottaa erilaisia kokemuksia erilaisissa ympäristössä. Roolit ohjaavat sekä käyttäytymistä että tilanteiden tulkintaa ja toimivat näin keskeisenä mekanismina asiakaskokemuksen muodostumisessa kierrätyksessä. Ne voivat lisäksi auttaa kuluttajia selviytymään käytännön haasteista ja tukea päätöksentekoa epävarmoissa tilanteissa. Tutkimuksen tulokset ovat vedetty yhteen kuviossa 4 muodostaen näin tutkimuksen päivitetyn teoreettisen viitekehysten.



Kuvio 4 Päivitetty teoreettinen viitekehys

## 5.2 Teoreettinen kontribuutio

Tämän tutkimuksen tulokset syventävät ymmärrystä asiakaskokemuksen muodostumisesta muovinkierrätyksessä yhdistämällä rooliteorian sen tarkasteluun. Asiakaskokemusta on tutkittu viime vuosien aikana kirjallisuudessa useista näkökulmista (Becker & Jaakkola 2020) ja aikaisempi kirjallisuus on todennut sen vaikuttavan myös kierrätykseen (Balo ym. 2025). Tästä huolimatta näiden kokemusten ja kuluttajien roolien välistä yhteyttä on tarkasteltu rajallisesti (Balo ym. 2025).

Yhdistämällä asiakaskokemuksen ja rooliteorian kierrätyskontekstissa, tämä tutkimus vastaa myös aiemmassa kirjallisuudessa tunnistettuun tarpeeseen tarkastella monimutkaisia kestävyysliittyviä haasteita monitieteisesti (Macklin ym. 2023, 2). Rooliteoria auttaa syventämään käsitystä kuluttajien käyttäytymisestä muovin kierrätyksen ympärillä, mikä mahdollistaa moniulotteisemman ymmärryksen kierrätyskokemuksista. Tulokset osoittavat, että kuluttajien kokemat roolit eivät ole toisistaan irrallisia, vaan ne vaihtelevat kontekstin mukaan ja voivat samanaikaisesti tukea tai haastaa kierrätyskokemusta. Erityisesti roolien välinen dynamiikka sekä konfliktitilanteet näyttävät keskeisinä tekijöinä asiakaskokemuksen muodostumisessa. Näin rooliteoria auttaa syventämään aikaisempaa käsitystä kuluttajien käyttäytymisestä muovin kierrätyksen kontekstissa ja mahdollistaa moniulotteisemman ymmärryksen kierrätyskokemuksista.

Tulokset auttavat myös ymmärtämään mikro- ja mesotasolla ilmeneviä fyysisiä tekijöitä syvällisemmin. Aiempi tutkimus on tarkastellut kierrätyskäyttäytymistä erityisesti makrotason tekijöiden näkökulmasta ja kiinnittänyt vain vähän huomiota mikro- ja mesotason fyysisiin tekijöihin, kuten jätetuotteeseen liittyviin ominaisuuksiin sekä konkreettiseen tilanteeseen tai ympäristöön, jossa kierrätys tapahtuu (Macklin ym. 2023, 11). Tämän tutkimuksen tulokset osoittavat, että arjen ympäristö, kuten käytännön toteutus, sosiaaliset tekijät ja aistilliset kokemukset vaikuttavat keskeisesti asiakaskokemuksen muodostumiseen. On tärkeää huomioida konteksti, jossa kierrätys tapahtuu (Geiger ym. 2019, 93) ja siksi tämä tutkimus tuottaa lisäarvoa kierrätyskokemusten syvemmälle ymmärrykselle.

Asiakaskokemus ei synny tyhjiössä, vaan siihen vaikuttaa ympäröivä konteksti. Erityisesti koetut rooli-identiteetit ovat kontekstisidonnaisia. (Gatersleben ym. 2019.) Tämä tutkimus syventää tätä näkökulmaa osoittamalla asiakaskokemuksen rakentuvan roolien ja kontekstin välisessä vuorovaikutuksessa. Roolit ohjaavat kuluttajien tapaa tulkita kierrätystilanteita ja tehdä päätöksiä eri tilanteissa. Näin tutkimus laajentaa asiakaskokemuksen tarkastelua kontekstisidonnaisuuden näkökulmasta. Tämä tutkimus paitsi lisää ymmärrystä asiakaskokemuksesta kierrätyskontekstissa,

myös jäsentää uudella tavalla kokemusten rakentumista roolien, kontekstien ja arjen käytäntöjen vuorovaikutuksessa.

### 5.3 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset

Tämän tutkimuksen tuloksia tulee tarkastella tiettyjen rajoitteiden valossa. Tutkimus keskittyy erityisesti muovin kierrätykseen liittyviin kokemuksiin. On kuitenkin huomioitava, että haastateltavat kuvasivat kokemuksiaan usein laajemmin kuin pelkästään muovin näkökulmasta. Osa havainnoista kuvaa suhtautumista kierrätykseen kokonaisuutena ja haastateltavien oli paikoin vaikea erottaa toisistaan eri jätelajikkeisiin liittyviä kokemuksia. Tämä osoittaa miten vahvasti limittyneitä eri jätelajikkeiden kierrätyskokemukset ovat arjessa.

Lisäksi haastatteluaineistossa nousi eksplisiittisemmin esiin erilaiset elämänroolit, kun taas identiteettipohjaiset roolit rakentuvat pääasiassa aineiston analysoinnin ja tulkinnan perusteella. Tämä tarkoittaa, että osa rooleista ei ilmene suoraan haastateltavien puheessa, vaan ne on johdettu tutkijan tulkinnan avulla. Koska laadullisessa tutkimuksessa tutkija nostaa aineistosta esille mielestään olennaisia havaintoja, on siis mahdollista, että toinen tutkija tunnistaisi ja nimeäisi aineistosta rooleja toisin. Tämä tulkinnallisuus ei kuitenkaan heikennä tutkimuksen arvoa, vaan korostaa laadullisen tutkimuksen luonnetta merkitysten rakentamisessa.

Tämä tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa haastateltavat valittiin tutkijan harkinnanvaraisella otannalla. Valinnassa on pyritty huomioimaan erilaisista elämäntilanteista ja asumismuodoista tulevia henkilöitä, joilla on erilainen suhtautuminen muovinkierrätykseen. Tästä huolimatta tutkimuksen aineisto perustuu kymmeneen yksilöhaastatteluun, mikä tarkoittaa, että aineistossa esiintyy rajallinen määrä rooleja ja kokemuksia. Näin ollen tutkimuksen tuloksia ei sellaisenaan voi pitää kaikkien kuluttajien kokemuksia kuvaavana. Olennaista on myös huomioida maantieteelliset ja yhteiskunnalliset rajoitteet tulosten yleistettävyydessä. Tämä tutkimus tarkastelee ainoastaan Suomessa asuvien kuluttajien kokemuksia, jolloin tuloksia ei voi sellaisenaan pitää muita maantieteellisiä konteksteja edustavana.

Tutkimuksen tuloksien teoreettista tarkastelua rajoittaa aiheen aikaisemman tutkimuksen rajallinen määrä. Asiakaskokemuksia kierrätyksen kontekstissa on toistaiseksi tutkittu suhteellisen vähän. Erityisesti asiakaskokemusten ja kuluttajien roolien välistä yhteyttä tässä kontekstissa on käsitelty kirjallisuudessa niukasti. Tämä rajoittaa tutkimuksen tuloksien suoraa vertailua aiempaan teoriaan, mutta toisaalta korostaa tutkimuksen potentiaalia tuoda uutta näkökulmaa aiheesta.

Tutkimuksen rajoitteet luovat kuitenkin mahdollisuuksia jatkotutkimukselle. Kierrätyskokemusten tarkastelua asiakaskokemusten näkökulmasta tulisi tehdä lisää. Erityisesti syvällisempi ymmärrys kuluttajien päivittäisistä valinnoista huomioiden kuluttajien subjektiiviset havainnot on tarpeellista (Jacobsen ym. 2022; Ertz ym. 2023). Aikaisempi tutkimus on keskittynyt eniten yksilöllisten tekijöiden tarkasteluun, jolloin esimerkiksi mesotason tarkastelu kirjallisuudessa on vähäisempää. (Macklin ym. 2023). Vaikka tämä tutkimus huomioi myös mesotason, on sen syvällisempi tarkastelu jatkotutkimuksena tärkeää kierrätyskokemuksen kokonaisvaltaisemman ymmärryksen edistämiseksi.

Laajemmalla ja monipuolisemmalla aineistolla toteutettu tutkimus mahdollistaisi suuremman kirjon kuluttajien rooleja ja niiden välisten suhteiden tarkastelun. Tämä voisi tuottaa syvällisempää ymmärrystä siitä miten erilaiset roolit muodostuvat tässä kontekstissa ja vaikuttavat kierrätyskokemuksiin eri elämäntilanteissa. Lisäksi tulevassa tutkimuksessa olisi tärkeää tarkastella tarkemmin kontekstuaalisten ja yksilöllisten tekijöiden välistä vuorovaikutusta. Aiempi tutkimus on käsitellyt näitä erillisinä, vaikka ne kytkeytyvät tiiviisti toisiinsa. Lisäksi jatkotutkimus voisi selvittää missä määrin esimerkiksi kierrätysinfrastruktuuri vaikuttaa kuluttajien kokemuksiin yksilöllisten tekijöiden, kuten asenteiden tai koetun kyvykkyyden kautta. (Geiger ym. 2019, 93–94.)

Myös roolikonfliktien syvempi tarkastelu tarjoaa mahdollisuuksia jatkotutkimukselle, sillä tässä tutkimuksessa ilmeni viitteitä ristiriidoista kuluttajien arvojen, aikomusten ja käytännön toteutuksen kanssa. Jatkotutkimuksena olisi hyödyllistä tarkastella tarkemmin millaisissa tilanteissa roolikonflikteja syntyy, miten niitä pyritään ratkaisemaan ja minkälaisia vaikutuksia niillä on asiakaskokemukseen ja kierrätyskokemukseen pidemmällä aikavälillä. Tutkimuksen laajentaminen muovin kierrätyksestä laajemmalle muihin jätelajikkeisiin tai kiertotalouden kontekstiin voisi tuoda myös uusia näkökulmia roolikokemuksiin ja asiakaskokemuksiin tässä kontekstissa.

## 6 Yhteenveto

Tämän tutkielman tarkoituksena oli syventää ymmärrystä asiakaskokemuksen muodostumisesta muovin kierrätysprosessissa tarkastelemalla kuluttajien erilaisia roolikokemuksia. Tutkielman tarkoitukseen vastattiin kolmen eri osaongelman kautta:

1. Miten asiakaskokemus muodostuu muovin kierrätysprosessissa?
2. Miten muovin kierrätykseen liittyvät kokemukset rakentuvat eri konteksteissa?
3. Miten kuluttajien eri roolikokemukset vaikuttavat heidän asiakaskokemuksensa?

Tutkimuksen teoreettinen katsaus toimii pohjana empiirisen tutkimuksen toteuttamiselle. Teoriaosiossa tarkasteltiin ensin asiakaskokemuksen eri ulottuvuuksia ja sen muodostumista yleisellä tasolla, minkä jälkeen näkökulma syvennettiin kierrätyskontekstiin. Tämän jälkeen tarkasteltiin kierrätyskäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä mikro-, meso- ja makrotasoilla sekä esiteltiin COM-B-malli viitekehystenä kierrätyskäyttäytymiselle. Lopuksi teoriaosuudessa tarkasteltiin rooliteoriaa ensin yleisellä tasolla ja sen jälkeen syvennettynä kierrätyskontekstiin. Teoriaosuuden perusteella muodostettiin tutkimuksen teoreettinen viitekehys, jonka pohjalta lähdettiin toteuttamaan empiiristä osuutta.

Tutkimuksen empiirinen osuus toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa tutkimuskohteina olivat kuluttajat, jotka olivat olleet jollain tavalla tekemisissä muovin kanssa. Aineistonkeruu tehtiin puolistrukturoitujen yksilöhaastatteluiden avulla, joissa haastateltiin eri taustoista ja elämäntilanteista tulevia henkilöitä. Aineisto analysoitiin hyödyntäen abduktiivista lähestymistapaa, jossa aiempi teoria yhdistetään aineistosta nouseviin havaintoihin.

Asiakaskokemuksen muovin kierrätysprosessissa havaittiin muodostuvan asiakaskokemuksen eri ulottuvuuksien limittyessä ja vaikuttaessa toisiinsa. Kuluttajien kokemukset rakentuvat affektiivisen, aistillisen, kognitiivisen, sosiaalisen ja käytöksellisen ulottuvuuksien yhteisvaikutuksessa. Asiakaskokemusta muovin kierrätyksessä määrittää erityisesti toiminnan koettu helppous, joka syntyy ohjeiden selkeydestä, toimivasta kierrätysinfrastruktuurista sekä omasta kyvykkyyden tunteesta. Negatiiviset vaikutukset eri ulottuvuuksilla eivät johda suoraviivaisesti huonoon asiakaskokemukseen, vaan vaikutus riippuu myös kuluttajan yksilöllisistä tekijöistä.

Asiakaskokemuksen rakentumisessa kontekstisidonnaisuus oli tärkeässä roolissa. Kokemukseen vaikuttavia tekijöitä voitiin tunnistaa mikro-, meso- ja makrotasoilla. Mikrotasolla kokemus liittyi

yksilöllisiin tekijöihin, kuten arvoihin, jätetuotteeseen liittyviin ominaisuuksiin sekä opittuihin rutiineihin. Mesotasolla kokemus rakentui vuorovaikutuksessa lähiympäristön ja kotitalouden kanssa sekä yhteiset normit ja sosiaalinen paine vaikuttivat tällä tasolla. Myös fyysiset kierrätystilat, niiden saavutettavuus ja säilytystilan riittävyys vaikuttivat kokemukseen. Makrotasolla korostuivat laajemmat yhteiskunnalliset rakenteet, toiminnan koettu vaikuttavuus sekä ohjeistuksen selkeys. Nämä tasot eivät vaikuttaneet toisistaan irrallisina, vaan asiakaskokemus muodostuu niiden yhteisvaikutuksessa.

Kuluttajien kokemat roolit jakautuivat elämänrooleihin sekä identiteettipohjaisiin rooleihin. Roolit eivät esiintyneet toisistaan irrallisina, vaan ne limittyivät toisiinsa osana kuluttajien arkea ja kokemuksia. Roolit ohjaavat käyttäytymistä ja tilanteiden tulkintaa, ja vaikuttavat näin asiakaskokemukseen. Ne voivat tukea epämiellyttävissä tilanteissa tai haastaa kierrätystä roolien tuomien rajoitteiden takia.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että asiakaskokemus muovin kierrätyksessä muodostuu vahvasti kontekstisidonnaisesti eri ulottuvuuksien sekä roolien kautta. Kuluttajan kokemukseen vaikuttavat keskeisesti eri tasoilla ilmenevät tekijät, kuten yksilön arvot ja osaaminen, sosiaalinen ympäristö sekä kierrätyksen fyysiset puitteet. Nämä yhdessä muovaavat kokemusta arjen eri tilanteissa.

## Lähteet

- Aprile, M.C. – Fiorillo, D. (2019) Intrinsic incentives in household waste recycling: the case of Italy in the year 1998. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 227, 98–110.
- Arias, C. – Trujillo, C. (2020) Perceived consumer effectiveness as a trigger of behavioral spillover effects: a path towards recycling. *Sustainability*, Vol. 12 (11), 4348.
- Balo, B. – Jaakkola, E. – Aleem, M. – Sandberg, B. (2025) The emergence and influence of the customer experience in the context of sustainable consumption. *AMS Review*, 1–25.
- Becker, L. – Jaakkola, E. (2020) Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 48, 630–648.
- Berger, S. – Bruch, H. (2021) Role strain and role accumulation across multiple teams: the moderating role of employees' polychronic orientation. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 42 (7), 835–850.
- Braun, V. – Clarke, V. (2006) Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3 (2), 77–101.
- Braun, V. – Clarke, V. (2022) Thematic analysis: a practical guide. SAGE Publications, Thousand Oaks.
- Callero, P. (1994) From role-playing to role using: understanding role as resource. *Social Psychology Quarterly*, Vol. 57 (3), 228–243.
- Dobson, A. (2007) Environmental citizenship: towards sustainable development. *Sustainable Development*, Vol. 15 (5) 276–285.
- Dubois, A. – Gadde, L.E. (2002) Systematic combining: an abductive approach to case research. *Journal of Business Research*, Vol. 55 (7), 553–560.
- Eriksson, P. – Kovalainen, A. (2016) Qualitative methods in business research. 2. uud. p. SAGE, Los Angeles.
- Ertz, M. – Karakas, F. – Sarigöllü, E. (2016) Exploring pro-environmental behaviors of consumers: an analysis of contextual factors, attitude, and behaviors. *Journal of Business Research*, Vol. 69 (10), 3971–3980.
- Ertz, M. – Addar, W. – Ouerghemmi, C. – Takaffoli, M. (2023) Overview of factors influencing consumer engagement with plastic recycling. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Energy and Environment*, Vol. 12 (6), 1–30.
- Escario, J.J. – Rodriguez-Sanchez, C. – Casaló, L. (2020) The influence of environmental attitudes and perceived effectiveness on recycling, reducing, and reusing packaging materials in Spain. *Waste Management*, Vol. 113, 251–260.

- Fielding, K. – McDonald, R. – Louis, W. (2008) Theory of planned behaviour, identity and intentions to engage in environmental activism. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 28 (4), 318–326.
- Flick, U. (2023) An introduction to qualitative research. Sage Publications, Los Angeles.
- Freed, A. (2015) Exploring the link between environmental identity, behaviors, and decision making. Dissertation, Michigan State University, Michigan.
- Gahler, M. – Klein, J. – Paul, M. (2022) Customer experience: conceptualization, measurement, and application in omnichannel environments. *Journal of Service Research*, Vol. 26 (2), 191–211.
- Galletta, A. (2012) Mastering the semi-structured interview and beyond: from research design to analysis and publication. New York Unity Press, New York.
- Gatersleben, B. – Murtagh, N. – Cherry, M. – Watkins, M. (2019) Moral, wasteful, frugal, or thrifty? Identifying consumer identities to understand and manage pro-environmental behavior. *Environment and Behavior*, Vol. 51 (1), 24–49.
- Geiger, J. – Steg, L. – Werff, E., van der – Ünal, A.B. (2019) A meta-analysis of factors related to recycling. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 64, 78–97.
- Geissdoerfer, M. – Savaget, P. – Bocken, N. – Hultink, E.J. (2017) The circular economy – a new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, Vol. 143, 757–768.
- Gentile, C. – Spiller, N. – Noci, G. (2007) Customer experience: an overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, Vol. 25 (5), 395–410.
- Guyader, H. – Ponsignon, F. – Salignac, F. – Bojovic, N. (2022) Beyond a mediocre customer experience in the circular economy: the satisfaction of contributing to the ecological transition. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 378, 134495.
- Haj-Salem, N. – Al-Hawari, M.A. (2021) Predictors of recycling behavior: the role of self-conscious emotions. *Journal of Social Marketing*, Vol. 11 (3), 204–223.
- Hameed, I. – Khan, K. – Waris, I. – Zainab, B. (2021) Factors influencing the sustainable consumer behavior concerning the recycling of plastic waste. *Environmental Quality Management*, Vol. 32 (2), 197–207.
- Harding, J. (2018) Qualitative data analysis: from start to finish 2. uud. p. SAGE Publications, London.
- Hennink, M. (2020) Qualitative research methods. 2. uud. p. SAGE Publications, Los Angeles.
- Hirschman, E. – Holbrook, M. (1982) Hedonic consumption: emerging concepts, methods, and propositions. *Journal of Marketing*, Vol. 46 (3), 92–101.

- Ho, E. (2018) Exploring the social dimensions of multi-residential recycling. *Resources, Conservation & Recycling*, Vol. 132, 77–78.
- Holbrook, M. – Hirschman, E. (1982) The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, Vol. 9 (2), 132–140.
- Islam, M.T – Islam, M.H – Kamal, M.A (2024) Role of habit in household waste recycling behavior: evidence from an emerging country. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, Vol. 19 (6), 2165–2175.
- Jacobsen, L.F. – Pedersen, S. – Thøgersen, J. (2022) Drivers and barriers to consumers' plastic packaging waste avoidance and recycling – a systematic literature review. *Waste Management*, Vol. 141, 63–78.
- Keyser, A., de – Verleye, K. – Lemon, K. – Keiningham, T. – Klaus, P. (2020) Moving the customer experience field forward: introducing the touchpoints, context, qualities (TCQ) nomenclature. *Journal of Service Research*, Vol. 23 (4), 433–455.
- Klößner, C. (2013) A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour – a meta-analysis. *Global Environmental Change*, Vol. 23 (5), 1028–1038.
- Klößner, C. – Blöblum, A. (2010) A comprehensive action determination model: toward a broader understanding of ecological behaviour using the example of travel mode choice. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 30 (4), 574–586.
- Knickmeyer, D. (2020) Social factors influencing household waste separation: a literature review on good practices to improve the recycling performance of urban areas. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 245, 118605, 1–18.
- Korhonen, J. – Honkasalo, A. – Seppälä, J. (2018) Circular economy: the concept and its limitations. *Ecological Economics*, Vol. 143, 37–46.
- Koutsimanis, G. – Getter, K. – Behe, B. – Harte, J. – Almenar, E. (2012) Influences of packaging attributes on consumer purchase decisions for fresh produce. *Appetite*, Vol. 59 (2012), 270–280.
- Kranzbühler, A.M. – Kleijnen, M. – Morgan, R. – Teerling, M. (2018) The multilevel nature of customer experience research: an integrative review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 20 (2), 433–456.
- Kremel, A. (2024) Consumer behavior in a circular system – how values promote and hinder the participation of young adults in the Swedish deposit-refund system for beverage packaging. *Circular Economy and Sustainability*, Vol. 4, 1427–1446.
- Kumar, P. – Polonsky, M. (2017) An analysis of the green consumer domain within sustainability research: 1975 to 2014. *Australasian Marketing Journal*, Vol. 27 (2), 85–96.

- Kuuru, T. – Litovuo, L. – Aarikka-Stenroos, L. – Helander, N. (2020) Emotions in customer experience. *Society as an Interaction Space: A systemic approach*, 247–274.
- Lemon, K. – Verhoef, P. (2016) Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, Vol. 80 (6), 69–96.
- Lincoln, Y. – Guba, E. (1985) *Naturalistic Inquiry*, Vol. 75. Sage Publications, 1985.
- Liu, P. – Bai, M. – Wang, M. – Li, M. – Guo, L. (2025) The dual impact of consumers' role conflict on value creation. *Review of Marketing Science*, 2025 (1), 1–36.
- Macklin, J. – Curtis, J. – Smith, L. (2023) Interdisciplinary, systemic review found influences on household recycling behaviour are many and multifaceted, requiring a multi-level approach. *Resources, Conservation & Recycling Advances*, Vol. 18, 200152, 1–28.
- Maden-Eyiusta, C. (2021) Role conflict, role ambiguity, and proactive behaviors: does flexible role orientation moderate the mediating impact of engagement? *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 32 (13) 2829–2855.
- Mannetti, L. – Pierro, A. – Livi, S. (2004) Recycling: a planned and self-expressive behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 24 (2), 227–236.
- Manthiou, A. – Hickman, E. – Klaus, P. (2020) Beyond good and bad: Challenging the suggested role of emotions in customer experience (CX) research. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 57, 102218, 1–12.
- Marks, S. – MacDermid, S. (1996) Multiple roles and the self: a theory of role balance. *Journal of Marriage and Family*, Vol. 58 (2), 417–432.
- McColl-Kennedy, J. – Zaki, M. – Lemon, K. – Urmetzer, F. – Neely, A. (2019) Gaining customer experience insights that matter. *Journal of Service Research*, Vol. 22 (1), 8–26.
- McLellan, E. – MacQueen, K. – Neidig, J. (2003) Beyond a qualitative interview: data preparation and transcription. *Field Methods*, Vol. 15 (1), 63–84.
- Meneses, G. – Palacio, A. (2005) Recycling behavior: a multidimensional approach. *Environment and Behavior*, Vol. 37 (6), 837–860.
- Merriam, S. – Tisdell, E. (2015) *Qualitative research: a guide to design and implementation*. 4. uud. p. Wiley, San Francisco
- Meyer, C. – Schwager, A. (2007) Understanding Customer Experience. *Harvard Business Review*, Vol. 85 (2), 116.
- Mykkänen, J. – Repo, P. (2021) Consumer perspectives on arranging circular economy in Finland. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, Vol. 17 (1), 349–361.

- Northen, L. – Nieminen, L. – Cunsolo, S. – Iorfa, S. – Roberts, K. – Fletcher, S. (2023) From shops to bins: a case study of consumer attitudes and behaviours towards plastics in a UK coastal city. *Sustainability Science*, Vol. 18 (3), 1379–1395.
- Nowell, L. – Norris, J. – White, D. – Moules, N. (2017) Thematic analysis: striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, Vol. 16 (1), 1–13.
- Rawson, A. – Duncan, E. – Jones, C. (2013) The truth about customer experience. *Harvard Business Review*, Vol. 91 (9), 90–98.
- Rizzo, J. – House, R. – Lirtzman, S. (1970) Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 15 (2), 150–163.
- Roy, D. – Berry, E. – Dempster, M. (2022) “If it is not made easy for me, I will just not bother”. A qualitative exploration of the barriers and facilitators to recycling plastics. *PloS One*, Vol. 17 (5), 1-19.
- Schroeder, P. – Anggraeni, K. – Weber, U. (2019) The relevance of circular economy practices to the sustainable development goals. *Journal of Industrial Ecology*, Vol. 23 (1), 77–95.
- Schultz, P. – Oskamp, S. – Mainieri, T. (1995) Who recycles and when? A review of personal and situational factors. *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 15 (2), 105–121.
- Sharma, K. – Aswal, C. – Paul, J. (2023) Factors affecting green purchase behavior: a systematic literature review. *Business Strategy and the Environment*, Vol. 32 (4), 2078–2092.
- Sieber, S. (1974) Toward a theory of role accumulation. *American Sociological Review*, Vol. 39 (4), 567–578.
- Solomon, M. – Surprenant, C. – Czepiel, J. – Gutman, E. (1985) A role theory perspective of dyadic interactions: the service encounter. *Journal of Marketing*, Vol. 49 (1), 99–111.
- Spence, C. – Gallace, A. (2011) Multisensory design: reaching out to the customer. *Psychology and Marketing*, Vol. 28 (3), 267–308.
- Stead, S. – Wetzels, R. – Wetzels, M. – Odekerken-Schröder, G. – Mahr, D. (2022) Toward multisensory customer experiences: a cross-disciplinary bibliometric review and future research directions. *Journal of Service Research*, Vol. 25 (3), 440–459.
- Stryker, S. – Burke, P. (2000) The past, present, and future of identity theory. *Social Psychology Quarterly*, Vol. 63 (4), 284–297.
- Ta, A.H. – Aarikka-Stenroos, L. – Litovuo, L. (2022) Customer experience in circular economy: experiential dimensions among consumers of reused and recycled clothes. *Sustainability*, Vol. 14 (1), 509.
- TENK (2012) Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. <<https://tenk.fi/fi/ohjeet-ja-aineistot/HTK-ohje-2012#HTK>>, haettu 7.10.2025

- Thoits, P. (2003) Personal agency in the accumulation of multiple role-identities. Teoksessa: *Advances in Identity Theory and Research*, toim. Peter Burke – Timothy Owens – Richard Serpe – Peggy Thoits, 179–194. Springer, Boston.
- Timmermans, S. – Tavory, I. (2012) Theory construction in qualitative research: from grounded theory to abductive analysis. *Sociological Theory*, Vol. 30 (3), 167–186.
- UNEP (2018) Our planet is choking on plastic – it's time for change. 25.5.2018. <<https://www.unep.org/interactives/beat-plastic-pollution/?lang=EN>>, haettu 4.4.2025.
- Valle, P. – Rebelo, E. – Reis, E. – Menezes, J. (2005) Combining behavioral theories to predict recycling involvement. *Environment and Behavior*, Vol. 37 (3), 364–396.
- Verhoef, P. – Lemon, K. – Parasuraman, A. – Roggeveen, A. – Tsiros, M. – Schlesinger, L. (2009) Customer experience creation: determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, Vol. 85 (1), 31–41.
- White, K. – Hyde, M. (2012) The role of self-perceptions in the prediction of household recycling behavior in Australia. *Environment and Behavior*, Vol. 44 (6), 785–799.
- Willmott, T – Pang, B. – Rundle-Thiele, S. (2021) Capability, opportunity, and motivation: an across contexts empirical examination of the COM-B model. *BMC Public Health*, Vol. 21 (1), 1014.
- Xi, Y. – Rundle-Thiele, S. – Roemer, C. – Kim, J. – Herat, S. (2025) Identifying e-waste recycling solutions: a theory-guided approach. *Journal of Social Marketing*, 2025.
- Xiao, J. – Rafiee, P. – Xia, F. – Wu, J. (2025) Consumer sustainability: is knowledge linked to behavior in recycling? *Sustainability*, Vol. 17 (4), 1498, 1–13.
- Young, W. – Hwang, K. – McDonald, S. – Oates, C. (2010) Sustainable consumption: green consumer behavior when purchasing products. *Sustainable Development*, Vol. 18 (1), 20–31.
- Yu, T. – Lin, F. – Kao, K. – Chao, C. – Yu, T. (2019) An innovative environmental citizen behavioral model: recycling intention as climate change mitigation strategies. *Journal of Environmental Management*, Vol. 247, 499–508.
- Zeithaml, V. – Jaworski, B. – Kohli, A. – Tuli, K. – Ulaga, W. – Zaltman, G. (2020) A Theories-in-use approach to building marketing theory. *Journal of Marketing*, Vol. 84 (1), 32–51.

## Liitteet

### Liite 1. Haastattelurunko

#### Taustatiedot

1. Minä vuonna olet syntynyt?
2. Mikä on asumismuotosi? (kerrostalo, omakotitalo, rivitalo)
3. Kuinka monta henkilöä kuuluu kotitalouteesi?
4. Millaiset kierrätysmahdollisuudet sinulla on kotonasi tai lähialueellasi?
5. Miten usein kierrätät muovipakkauksia arjessasi?
6. Voitko kertoa mahdollisimman konkreettisesti jostain viimeaikaisesta tilanteesta, jossa kierrätit muovia?

#### Kierrätyskäyttäytyminen

1. Millaisia kokemuksia sinulla on muovin kierrättämisestä arjessasi?
2. Miten kuvailisit kierrättämistä?
3. Millaisia rutiineja tai käytännön tapoja sinulla on kierrätyksen suhteen?
4. Miten kotisi tai asuinympäristösi tukee tai hankaloittaa kierrättämistä?
5. Millainen merkitys tuotteeseen liittyvillä ominaisuuksilla on kierrätyskokemukseesi?
  - Vaikuttaako esimerkiksi tuotteen koko tai muoto kokemukseesi kierrätyksestä? Minkälainen se vaikutus on?
  - Katsotko tuotteiden pakkausmerkintöjä kierrätyksen yhteydessä?
6. Mikä saa sinut kierrättämään muovia?
  - Minkälainen merkitys ympäristövastuullisuudella on sinulle henkilökohtaisesti?

#### Asiakaskokemuksen ulottuvuudet

1. Kuinka selkeänä tai epäselvänä olet kokenut muovin kierrätysohjeet?
  - Oletko joutunut pohtimaan paljon mihin yksittäiset pakkaukset kuuluvat?
2. Millaisia tunteita muovin kierrättäminen herättää sinussa?
  - Oletko joskus kokenut esimerkiksi ylpeyttä, ärsytystä, syyllisyyttä tai turhautuneisuutta muovia kierrättäessäsi?
  - Millaisia tunteita koet, kun epäonnistut tai onnistut kierrättämisessä?
  - Vaikuttavatko nämä tunteet siihen kuinka halukas tai motivoitunut olet kierrättämään jatkossa?
3. Minkälaisia aistillisia kokemuksia kierrätykseen liittyy arjessasi?
  - Minkälaista hajua tai sotkua kierrätys aiheuttaa arjessasi?
  - Milloin viimeksi ärsyynnyt jonkin aistillisen asian takia? Miten ratkaisit sen?
  - Miten nämä ovat vaikuttaneet kokemukseesi?
4. Millainen merkitys muiden toiminnalla on omaan kierrätykseesi?
5. Koetko sosiaalista painetta kierrättää?
6. Oletko huomannut muiden asenteilla tai tavoilla kierrättää olevan vaikutusta omaan toimintaan?
7. Oletko kokenut yhteisöllisyyttä muovin kierrätykseen liittyen?
8. Oletko törmännyt muihin roska-astioilla? Miltä se on tuntunut?

#### Roolikokemukset

Kerro lyhyesti mitä eri rooleja tunnistit. Mitkä tunnistit kierrätyksen suhteen tärkeäksi? Miksi?

1. Minkälaisia päätöksiä yleensä teet tässä roolissa?
2. Millaisia tunteita tämä rooli herättää sinussa kierrätykseen liittyen?
3. Kuinka paljon tämä rooli vaatii ajattelua, ohjeiden tulkintaa tai ongelmanratkaisua?
4. Miten tämä rooli näkyy suhteessa muihin?
5. Jos mietit kierrätyskokemusta kokonaisuutena, miten tärkeä tämä rooli on siinä?
  
6. Onko jokin rooli (tai kokemus) saanut sinut näkemään kierrätyksen eri tavalla kuin ennen?
7. Onko tullut vastaan tilanteita, joissa eri roolit ovat olleet keskenään ristiriidassa?
8. Oletko huomannut, että oma suhtautumisesi tai roolisi kierrätyksessä olisi muuttunut vuosien varrella?
9. Oletko huomannut tilanteita, joissa useat roolit tukevat toisiaan ja helpottavat kierrätystä?
10. Koetko, että tapasi toimia kierrätyksessä liittyy laajemmin siihen miten suhtaudut vastuullisuuteen elämässäsi?
11. Mikä olisi pienin muutos, mikä tekisi kierrättämisestä paljon helpompaa arjessasi?
12. Mikä olisi sinulle ihanteellinen kierrätyskokemus?

## Liite 2. Haastateltavien ennakkotehtävä

Ennakkotehtävän tarkoitus on auttaa sinua virittäytymään haastattelun aiheeseen jo etukäteen. Kun pysähdyt hetkeksi pohtimaan omaa arkeasi roolien ja muovinkierrätyksen näkökulmasta, haastattelussa on helpompi sanoittaa omia kokemuksia ja havaintoja. Tehtävä ei vaadi erityistä osaamista – sen tavoitteena on ainoastaan herättää ajatuksia ja luoda mieleen tilanteita, jotka auttavat sinua kertomaan omista rooleistasi ja toiminnastasi muovin kierrätyksessä.

Pohdithan alla olevia kysymyksiä etukäteen ja kirjaa tarvittaessa ylös havaintojasi.

1. Minkälaisia rooleja sinulla on elämässäsi?
2. Mitkä näistä rooleista ovat olennaisia kierrätyksen kannalta? (listaa vähintään 3)
3. Pohdi kohdassa 2 listaamiasi rooleja. Miksi juuri nämä roolit liittyvät kierrättämiseesi ja millaisissa arjen tilanteissa nämä roolit näkyvät kierrättämisessäsi?

## Liite 3. Tietosuojaseloste

### Tiedote tutkittaville koskien projektia "CIRCEX: Circular economy experience"

Olet ottamassa osaa Turun ja Tampereen yliopistoissa järjestettävään tieteelliseen tutkimukseen. Tämä tietosuojaseloste kuvaa sitä, miten henkilötietojasi tullaan käsittelemään tutkimuksessa.

#### 1. Rekisterinpitäjät

Turun yliopisto, FI-20014 Turku; Tampereen yliopisto, FI-33014 Tampere

#### 2. Kuvaus tutkimuksesta ja henkilötietojen käsittelystä

CIRCEX on Suomen Akatemian rahoittama tutkimuskonsortio. Nelivuotinen tutkimushanke (1.9.2023–31.8.2027) toteutetaan yhteistyössä Turun ja Tampereen yliopistojen tutkijoiden kanssa. Hankkeessa tutkitaan inhimillisten kokemusten syntyä ja roolia kiertotaloudessa, erityisesti muovin kontekstissa. Tarkastelun kohteena ovat eri tahojen henkilökohtaiset kokemukset materiaalivirran ympärillä, näiden kokemusten vaikutus osallistumiseen kiertotalouteen sekä mahdollisuudet suunnitella kokemuksia, jotka tukevat kiertotalouskäytänteitä.

Tutkimuksen ensisijainen tarkoitus on akateemisen tiedon tuottaminen, toissijainen tavoite on käytännön toiminnan kehittäminen tämän tiedon pohjalta. Tutkimustuloksia ei käytetä muihin tarkoituksiin.

Hankkeessa kerätään kolmea erilaista aineistotyyppiä:

1. **Etnografinen havainnointi**, jossa data kerätään tekemällä kenttämuistiinpanoja, ottamalla valokuvia ja lyhyitä videoita sekä tekemällä lyhyitä haastatteluja, jotka tallennetaan .docx-tiedostoina, .jpeg-tiedostoina ja .mp3/.mp4-tallenteina.
2. **Yksilöhaastattelut**, jotka säilytetään .mp3/.mp4-tallenteina ja niiden litteroinnit docx-tiedostoina.
3. **Palvelumuotoilutyöpajoissa tuotettu havainnointi**, jossa dataa kerätään valokuvaamalla, tekemällä muistiinpanoja sekä nauhoittamalla ääntä ja videoita. Data tallennetaan .docx-tiedostoina, .jpeg-tiedostoina ja .mp3/.mp4-tallenteina.

Jokaisessa aineistotyyppissä kerätään henkilötietoja, kuten yhteystiedot (suorat tunnistetiedot), taustatiedot (epäsuorat tunnistetiedot), sekä ääni ja/tai kuva, joissa esiintyy henkilökohtaisia mielipiteitä, kokemuksia ja asenteita liittyen tutkittavaan aihepiiriin. Audio- ja videotallenteet litteroidaan Tutkimustie Oy:n litterointipalvelun avulla, jotta henkilökohtaiset mielipiteet voidaan erotella äänestä, kuvasta sekä muista tunnistetiedoista. Tiedot käsitellään luottamuksellisesti ja ne tallennetaan suojattuihin laitteisiin ja kansioihin.

Henkilötietojen käsittely tutkimustulosten raportoinnissa: Tutkimuksesta johtavat julkaisut ovat akateemisia tutkimusartikkeleita sekä yleistajuisia raportteja ja esityksiä yleisistä tutkimustuloksista. Kaikki kerätty data analysoidaan koostetusti tutkimuskysymysten valossa, eikä raportoida yksittäisten yritysten tai henkilöiden tasolla.

Osallistajat eivät tule esiintymään julkaisuissa nimellään, eikä yrityksen tai organisaation nimeä tai muita selkeitä tunnisteita mainita julkisissa raporteissa. Henkilöistä ja organisaatioista raportoidaan tutkimustulosten kannalta merkittävät taustatiedot aineistokuvauksen yhteydessä. Raportoinnissa voidaan myös käyttää suoria sitaatteja pseudonyymien alla, mahdolliset tunnisteet poistettuna. Haastateltavalla on oikeus tutustua käytettyihin sitaatteihin ennen julkaisua.

#### 3. Tutkimusryhmän vastuullinen yhteyshenkilö

Nimi: Elina Jaakkola

Osoite: Turun kauppakorkeakoulu, Rehtorinpellonkatu 3, 20500 Turku  
Puh.: +358 29 450 2261; E-mail: elina.jaakkola@utu.fi

#### 4. Tietosuojavastaavan yhteystiedot

Turun yliopiston tietosuojavastaava on tavoitettavissa sähköpostitse osoitteesta: dpo@utu.fi. Tampereen yliopiston tietosuojavastaava: dpo@tuni.fi

#### 5. Henkilöt, jotka osallistuvat henkilötietojen käsittelyyn

Elina Jaakkola, Ekaterina Panina, Martiina Salokangas, ja Siiri Borenius.

#### 6. Tutkimuksen nimi sekä tutkimuksen kesto

Tutkimuksen nimi: CIRCEX: Circular economy experience

Henkilötietojen käsittelyn ajallinen kesto: Suorat tunnistetiedot sekä ääni ja kuva säilytetään hankkeen loppuun eli 31.8.2027 saakka. Yhteystietoja voidaan säilyttää tiedon varmistamista ja tarkistamista varten pidempään, mikäli tutkittava antaa erillisen suostumuksen, kuitenkin enintään 5 vuotta tutkimuksen päättymisestä. Epäsuoria tunnistetietoja (esim. ikä, sukupuoli, ammatti, toimiala), sekä pseudonymisoidut litteroinnit säilytetään 5 vuoden ajaksi tutkimuksen päättymisestä.

#### 7. Henkilötietojen lainmukainen käsittelyperuste

Henkilötietoja käsitellään seuraavan, tietosuoja-asetuksen 6(1) artiklassa mainitun, käsittelyperusteen nojalla:

- rekisteröidyn suostumus;
- käsittely on tarpeen sopimuksen täytäntöön panemiseksi;
- rekisterinpitäjän lakisääteisen velvoitteen noudattaminen;
- käsittely on tarpeen rekisteröidyn elintärkeiden etujen suojaamiseksi;
- käsittely on tarpeen yleistä etua koskevan tehtävän suorittamiseksi tai rekisterinpitäjälle kuuluvan julkisen vallan käyttämiseksi:
  - tieteellinen tai historiallinen tutkimus tai tilastollisia tarkoituksia varten;
  - tieteellisten aineistojen tai kulttuurisperinnöllisten materiaalien arkistointia varten;
- rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutettu etu.

#### 8. Tutkimusmateriaaliin sisältyvät henkilötiedot sekä suojatoimenpiteet

Yhteystiedot:

- Nimi
- Sähköpostiosoite
- Puhelinnumero

Taustatiedot (osallistujasta riippuen):

- Ikä/syntymäpäivä
- Sukupuoli
- Ammattinimike tai rooli yrityksessä
- Ammatillinen kokemus (vuosina)
- Yrityksen toimiala (yleinen nimike) ja koko
- Kotitalouden tyyppi (henkilöiden määrä)
- Kotitalouden käytettävissä olevat tulot

Ääni ja kuva:

- henkilökohtaiset mielipiteet, kokemukset ja asenteet liittyen tutkittavaan aihepiiriin (kiertotalous)

Tiedot tallennetaan Turun yliopiston ja Tampereen yliopiston palvelimilla oleviin verkkokansioihin, joissa on automaattinen varmuuskopiointi ja salasanasuojaus. Osallistujien nimiä ei käytetä missään raporteissa tai julkaisuissa; sen sijaan tutkijat käyttävät pseudonyymeja. Audio- ja videotallenteet litteroidaan, ja kaikki tiedot, joista osallistujat voitaisiin mahdollisesti tunnistaa, poistetaan litteroinneista. Taustatiedot tallennetaan erikseen litteroidusta datasta.

### **9. Erityiset henkilötietoryhmät (arkaluontoiset henkilötietoryhmät)**

Tutkimuksessa ei käsitellä erityisiä henkilötietoryhmiä.

### **10. Henkilötietojen keräämisen lähteet**

Henkilötiedot saadaan haastatteluiden sekä havainnoinnin yhteydessä (työpajat, havainnointi kotitalouksissa sekä organisaatioissa, erilliset henkilökohtaiset tai ryhmähaastattelut). Kerätystä aineistosta tallennetaan valokuvia, audio- ja/tai videotallenteita.

### **11. Henkilötietojen siirtäminen ja jakaminen kolmansille osapuolille**

Henkilötietoja siirretään seuraaville vastaanottajille Turun yliopiston/tutkimusryhmän ulkopuolelle: Kaikki kohdassa 8 eriteltyt henkilötiedot voidaan luovuttaa osana video- ja audiotallenteita. Ne luovutetaan Tutkimustie Oy:lle litterointia varten. Tiedonsiirtoa salataan käyttämällä Tutkimustie Oy:n suojausta. Yritys toimii rekisterinpitäjien toimeksiannosta näiden lukuun ja näiden ohjeistuksen mukaan. Rekisterinpitäjien ja käsittelijän välillä on sopimus henkilötietojen käsittelystä tietosuoja-asetuksen 28 artiklan mukaisesti. Henkilötietoja ei siirretä kenellekään muulle hankkeen yhteiskumppanille.

### **12. Henkilötietojen siirtäminen EU:n tai ETA:n ulkopuolelle**

Henkilötietoja ei siirretä Euroopan unionin tai Euroopan talousalueen ulkopuolelle.

### **13. Automaattinen päätöksenteko ja noudatettavat suojoimet**

Automaattista päätöksentekoa ei toteuteta käsiteltäviin henkilötietoihin.

Henkilötietoihin sovelletaan seuraavia suojoimia:

Aineisto on salassa pidettävää.

Kirjalliseen materiaaliin sovellettavat suojoimet:

Mahdollinen manuaalinen aineisto (esim. muistiinpanot) pidetään lukitussa tilassa

IT-järjestelmissä toteutettava henkilötietojen käsittely:

Henkilötiedot tallennetaan Turun yliopiston ylläpitämään Seafire-pilvitalennuspalveluun, joissa on automaattinen varmuuskopiointi ja salasanasuojaus.

Suorien tunnistetietojen käsittely:

Suorat tunnistetiedot poistetaan analysointivaiheessa.

Analysoitava aineisto sisältää suorat tunnistetiedot.

### **14. Henkilötietojen käsittely tutkimuksen päättymisen jälkeen**

Tutkimusaineisto arkistoidaan:

ilman tunnistetietoja

tunnistetiedoin

Minne tutkimusaineisto tallennetaan ja kuinka pitkäksi aikaa: Pseudonymisoitu aineisto, josta on poistettu suorat tunnistetiedot, arkistoidaan Turun yliopiston suojatulle palvelimelle 5 vuoden ajaksi tutkimuksen päättymisestä.

### 15. Oikeutesi rekisteröitynä sekä näihin tehtävät poikkeamat

Rekisteröidyllä on, ellei tietosuojalainsäädännöstä muuta johdu:

- Tietojen tarkastusoikeus (oikeus saada pääsy henkilötietoihin)  
Rekisteröidyllä on oikeus tietää, käsitelläänkö hänen henkilötietojaan vai ei, ja mitä henkilötietoja hänestä on tallennettu.
- Oikeus tietojen oikaisemiseen  
Rekisteröidyllä on oikeus vaatia, että häntä koskevat virheelliset, epätarkat tai puutteelliset henkilötiedot oikaistaan tai täydennetään ilman aiheetonta viivytystä. Lisäksi henkilöllä on oikeus vaatia, että tarpeettomat henkilötiedot poistetaan.
- Oikeus tietojen poistamiseen  
Rekisteröidyllä on poikkeustapauksissa oikeus saada henkilötietonsa kokonaan poistettua rekisterinpitäjän rekistereistä (oikeus tulla unohdetuksi).
- Oikeus käsittelyn rajoittamiseen  
Rekisteröidyllä on tietyissä tilanteissa oikeus pyytää henkilötietojensa käsittelyn rajoittamista siksi aikaa, kunnes hänen tietonsa on asianmukaisesti tarkistettu ja korjattu tai täydennetty.
- Vastustamisoikeus  
Henkilöllä on tietyissä tilanteissa oikeus henkilökohtaiseen, erityiseen tilanteeseensa perustuen milloin tahansa vastustaa henkilötietojensa käsittelyä.
- Oikeus siirtää tiedot järjestelmästä toiseen  
Rekisteröidyllä on tietyissä tilanteissa oikeus saada häntä koskevat henkilötiedot, jotka hän on toimittanut rekisterinpitäjälle, jäsennellyssä, yleisesti käytetyssä ja koneellisesti luettavassa muodossa, ja oikeus siirtää tiedot toiselle rekisterinpitäjälle.
- Oikeus tehdä valitus valvontaviranomaiselle  
Rekisteröidyllä on oikeus tehdä valitus erityisesti vakinaisen asuin- tai työpaikkansa sijainnin mukaiselle valvontaviranomaiselle, jos hän katsoo, että henkilötietojen käsittelyssä rikotaan EU:n yleistä tietosuoja-asetusta (EU) 2016/679. Rekisteröidyllä on lisäksi oikeus käyttää hallinnollisia muutoksenhakekeinoja sekä muita oikeussuojakeinoja.

Tietosuojavaltuutetun yhteystiedot:

#### Tietosuojavaltuutetun toimisto

Käyntiosoite: Lintulahdenkuja 4, 00530 Helsinki

Postiosoite: PL 800, 00531 Helsinki

Puhelinvaihe: 029 566 6700

Sähköposti (kirjaamo): tietosuoja(at)om.fi

## Liite 4. Tekoälyn käyttö

### 1. käytetty työkalu: OpenAI ChatGPT (GPT-4 ja -5 versiot)

- Käytön vaihe ja tarkoitus: Ideointivaiheessa jo olemassa olevan tutkimuksen hahmottaminen ja selkeyttäminen, teoriavaiheessa hakusanojen ideointi, tutkimuskysymysten muotoilu sekä loppuviimeistelyssä kielellisten seikkojen tarkistus ja hiominen
- Todentaminen: Tekoälyn tuottamat vastaukset ovat tarkastettu kriittisesti ja niitä on muokattu, jotta lopputulos vastaa tutkijan omaa tuotosta.

### 2. käytetty työkalu: Turun yliopiston Transcribe-litterointipalvelu

- Käytön vaihe ja tarkoitus: Haastatteluäänitteiden litterointi äänitiedostoista
- Todentaminen: Tutkija tarkasti valmiit litterointipohjat ja korjasi ne tarvittavilta osin