

Pine II, B. J. & J. H. Gilmore (1999) *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Tarssanen, S. & M. Kylänen (2007) 'Entä jos elämyksiä tuotetaan. Elämyskolmio-malli elämyksellisyyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa', Teoksessa S. J. A. Karppinen & T. Latomaa (toim.) *Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.

Wang, N. (1999) 'Rethinking Authenticity in Tourism Experience', *Annals of Tourism Research*, 26 (2): 349-370.

Wright, S. (1998) 'Politicization of 'Culture'', *Anthropology Today*, 14 (1): 7-15.

KIRJOITTAJA:

HTL Mika Kylänen toimii tutkijana Turismi työnä- tutkimusprojektissa, Lapin yliopisto, Matkailun ja liiketoiminnan tiedekunta. E-mail: mika.kylanden@ulapland.fi

KIRJA-ARVIO

Frank Trentmann: Free Trade Nation. Commerce, Consumption, and Civil Society in Modern Britain.

Petteri Repo

Vapaakaupalla tarkoitetaan oikeutta käydä rajoittamatonta kauppaa maiden rajojen yli, missä mielessä vapaakauppa edustaa markkinatalouden kansainvälistä ulottuvuutta. Käytännössä vapaakauppaa toki rajoitetaan samalla tavalla kuin markkinatalouttakin. Maailman kauppajärjestön WTO:n ympärille rakentuneelle kauppajärjestelmälle kaupan vapauttaminen toimii eräänlaisena ohjenuorana mutta ei suinkaan menestyksen mittarina. Sääntely ja neuvottelufoorumit ovat olennaisia osia WTO:n toimintaa, kun se pyrkii takaamaan kansainvälisen kaupan toimivuuden.

Vapaakauppaan suuntautuvaa kauppajärjestelmää on kritisoitu voimakkaasti vuosien mittaan, koska sen on katsottu suosivan suuryrityksiä ja teollisuusmaita. Kuluttajat ovat yhtyneet kritiikkiin, mistä näyttävien osoitusten olivat WTO:n Seattlen kokouksen yhteydessä syntyneet mellakat vuonna 1999. Kritiikkiä esitetään edelleen paljon, eikä vapaakaupan voi sanoa olevan erityisessä suosiossa ainakaan kuluttaja-aktivistien keskuudessa.

Frank Trentmannin vapaakauppaa käsittelevä kirja *Free Trade Nation* kertoo, ettei näin ole aina ollut. Oli aika, jolloin kuluttajat suhtautuivat intohimoisen myönteisesti vapaakauppaan: 1800-luvun Britanniassa vapaakauppa edusti sosiaalista ja poliittista edistystä. Nimenomaan kuluttajat ajoivat uudistuksia ja paremman elintason ohella edistettiin kansalaisoikeuksia sekä kritisoitiin vallitsevaa yhteiskuntajärjestelmää.

Nykyisen kritiikin ja entisen suosion välinen juopa tekee Trentmannin kirjasta harvinaisen kiinnostavan. Se antaa ymmärtää, ettei kuluttajilla voi olla sellaista lähtökohtaista intressiä suosia vapaakauppaa kuin esimerkiksi taloustieteellinen kirjallisuus esittää. Trentmann näkee suhtautumisen vapaakauppaan pikemminkin poliittisena ja moraalisenä kysymyksenä, joka muuttuu ajan ja olosuhteiden mukaisesti.

Trentmannin sanoma on, että vapaakaupan suosio 1800-luvun Britanniassa perustui sen moraalisiin ulottuvuuksiin. Vapaakaupan katsottiin edustavan sosiaalista oikeudenmukaisuutta, demokratiaa ja rauhaa. Suosion rakentamiseksi nähtiin paljon vaivaa ja otettiin käyttöön uudenlaisia poliittisen massapropagandan muotoja. Vapaakauppa sopi myös valtaapitäville, koska se tuki Brittiläisen imperiumin hallitsemista. Olosuhteet kansanliikkeen ja valtaapitävien epäpyhälle liitolle olivat otolliset.

Näissä oloissa vapaakauppa oli osaltaan luomassa kuluttajakansalaista ja kuluttajien intressin katsottiin ensi kertaa edustavan kansakunnan intressiä. Tällaiset ajatukset olivat aikanaan mullistavia, eivätkä ne vielä nykyäänkään ole täysin hyväksytyjä. Kuluttaja halutaan edelleen mieluummin valjastaa kansakunnan tehtäviin kuin nähdä hänen kuluttamisensa olevan osa kansakunnan tehtävää.

Vapaakaupan suosion hiipuminen kuluttajien keskuudessa kertoo kuluttajaliikkeen muuttuvasta luonteesta. Hiipuminen oli alkanut jo kauan ennen kuin vapaakaupan lupaus paremmasta elintasosta, oikeudenmukaisuudesta ja rauhasta rikkoutui lopullisesti ensimmäisen maailmansodan myötä. Ensin siirryttiin kannattamaan reilua kauppaa ja myöhemmin valtio alkoi näyttäytyä parempana vakauden ja hyvinvoinnin takaajana.

Vapaakaupan suosion synty ja kasvu olivat siis moraalisävytteistä kritiikkiä vallitsevaa yhteiskuntaa vastaan. Trentmannin kirja herättää pohtimaan, voiko kuluttajaliike ylipäättänsä ajaa yhteistä, itsenäistä intressiä vai onko se sittenkin tuomittu toimimaan eräänlaisena vastaliikkeenä, jonka tehtävä on kritisoida muiden toimia ja lievittää niiden

vaikutuksia.

Mitä annettavaa historiallisella kirjalla voi olla ajankohtaiselle vapaakauppakeskustelulle? Se antaa ymmärtää, että vapaakauppa on perimmäiltään poliittinen ja moraalinen kysymys. Taloustieteellinen argumentointi vapaakaupan hyödyistä - joka tosin sekään ei ole teoreettisesti täysin yksimielinen - ei riitä vakuuttamaan kuluttajia vapaakaupan houkuttelevuudesta. Kauppaneuvottelijoiden harjoittamaa managerismia puolestaan kyseenalaistetaan nykyään enemmän kuin aiemmin.

Kuluttajien suosio edellyttäisi Trentmannin sanomaa mukailleen vapaakaupan moraalisten ulottuvuuksien parempaa huomioimista ja tiiviimpää vuoropuhelua kansalaisyhteiskunnan kanssa. Molempia on yritetty huonolla menestyksellä. Jää nähtäväksi, onko lähentymiselle poliittisia edellytyksiä, ennen kuin kansainvälinen kuluttajakansalaisuus on löytänyt uusia vaikuttamisen muotoja.

Trentmannin kirjaa voi vilpittömästi suositella kuluttajista kiinnostuneille, joille se tarjoaa näkemyksen siitä, kuinka vapaakauppaliike osaltaan rakensi modernia kuluttajuutta. Kirja täydentää mainiosti käsitystä, jonka mukaan moderni kulutus syntyi hovipiireissä ja sittemmin levisi laajempiin kansanjoukkoihin. Vapaakauppaliike oli kansanliike ja tavoitteli halpojen hintojen ohella kansalaisoikeuksia.

Vapaakaupasta kiinnostuneille kirja puolestaan tarjoaa ymmärryksen siitä, että brittiläisen vapaakauppaliikkeen toiminta oli sekä poliittisempää että moraalisempää kuin aiemmin on annettu ymmärtää. Aikakauteen on ollut tapana viitata eräänlaisena viattomuuden - ja siten aitouden - esimerkkinä kuluttajien vapaakauppaintressistä. Trentmannin kirjan myötä viattomuuden aika on ohi, ja menneisyyteen haikailu turhaa.

Trentmannin kirja tarjoaa jännittävän matkan aikaisen ja kansakunnan laajuisen kuluttajaliikkeen kehitykseen. Historian tutkijan pieteetillä Trentmann käy läpi mitä moninaisimpia dokumentoituja yksityiskohtia rakentaessaan romaanimaisen tarinan vapaakaupan suosion noususta ja laskusta 1800- ja 1900-lukujen Britanniassa. Kirjan kuvitus edustaa harvinaisen havainnollista kulutuspoliittisen mainonnan historiaa.

LÄHTEET

Frank Trentmann (2008). *Free Trade Nation - Commerce, Consumption, and Civil Society in Modern Britain*. Oxford: Oxford University Press.

KIRJOITTAJA:

Petteri Repo toimii tutkimuspäällikkönä Kuluttajatutkimuskeskuksessa. E-mail: petteri.repo@ncrc.fi.