

Kulutuksen merkityksellisyys

Pirjo Laaksonen ja Hanna Leipämaa-Leskinen

PÄÄKIRJOITUS

Kuluttaminen ja kulutuksen kohteet ovat merkityksillä ladattuja. Kulutus-tutkijat ovat jo pitkään olleet kiinnostuneita tuotteiden taloudellis-rationaalisen ulottuvuuden ylittävästä olemuksesta. Kulutuksen symboliset, esteettiset, emotionaaliset, sosiaaliset ja funktionaaliset merkitykset muodostavat virvoittavan lähteen, josta tutkijat voivat ammentaa ymmärrystä niin yksittäisistä kuluttajista, sosiaalisista rakenteista kuin kulttuurista ja yhteiskunnallisesta ajan kuvasta. Vaikka kulutuksen muodot ja kohteet ovat aikojen saatossa muuttuneet kovastikin, on kulutuksen merkityksellisyydes-sä löydettävissä teemoja, jotka kannattavat yli suhdanteiden ja vuosikym-menten. Merkitykset ja merkityksellisyys pysyvät vaikka kulutusympäristö ja kuluttajat muuttuvat.

Tässä lehdessä kulutuksen merkityksellisyyttä tarkastellaan viidessä artikkelissa. Ne liikkuvat historiassa ja nykypäivässä, globaaleissa ja privaatis-sa, jaetussa ja yksilöllisessä, eettisessä ja nautinnollisessa kulutuksen ken-tässä. Artikkeleita yhdistää pyrkimys kurkistaa pinnan taakse ja hakea seli-tystä, ymmärrystä ja tulkintaa jostain tuotteiden ja vaihdannan ilmikenttää syvemmästä. Viime kädessä ne rakentavat käsitystä siitä, miksi kuluttami-nen on niin keskiössä. Jokainen artikkeli luo oman valokeilansa kulutuksen vivahterikkauteen.

Visa Heinonen rakentaa kuvaa kulutuskulttuurin synnystä ja sen monimuo-toisuudesta maapalloistumisen näkökulmasta. Historiallisen kehityskulun tarkastelu osoittaa, että kulutukseen kätkeytyt merkitykset ovat olleet ole-massa jo paljon ennen kulutustutkijoiden invaasiota. Globalisaation, glokali-saation ja idättymisen tarkastelu puolestaan osoittaa sen, kuinka tarkaste-lukulmaa vaihtamalla kulutuksen merkityksellisyyden tulkinta saa toisenlai-sen vivahteen.

Historiallisesti markkinat ovat olleet merkityksellinen tapahtumapaikka pait-si kysynnän ja tarjonnan niin myös kaupallisuuden ja viihteen kohtaamisel-le. Sitä ne ovat myös tänään. Perinteistä markkinahumua on löydettävissä *Eeva-Katri Aholan, Johanna Moisanderin ja Susanna Virkkulan* kirjoittamas-sa artikkelissa, jossa venemessut asetetaan etnografiseen tarkasteluun. Kun katsantokannaksi asetetaan tavanomaisuudesta poiketen kuluttaja eikä näytteilleasettaja, paljastuu messuista todellinen postmodernin kulutuksen

keidas. Elämyksellisen kulutuksen monet kasvot paljastuvat messuvieraiden puhetapojen ja käytäntöjen analyysissä.

Vaatteiden kulutus, muodit ja trendit ovat reflektoineet globaaleja, glokaleja ja itämaisia vaikutteita. Siksi vaatteet ja muoti ovat nousseet tutkimuksen kohteeksi niin kulttuurihistoriassa, sosiologiassa, sosiaalipsykologiassa kuin markkinoinnissakin. Tutkimuksellinen huomio on kiinnittynyt näkyvään kulutukseen ja sen alle kätkeytyvät alusvaatteet ovat jääneet huomiotta. *Elina Enqvist* paljastaa omassa tutkimuksessaan alusvaatteisiin piilotettua merkityksellisyyttä tikapuutekniikkaa soveltaen. Jokapäiväisen käytön vaatimat miellyttävyyden ja hyödyllisyyden, perusmukavuuden ja huomaamattomuuden eivät tarkoita sitä, että alusvaatteet olisivat mitäänsanomattomia. Päinvastoin, ne osoittautuvat olevan merkityksillä rikastettuja.

Postmoderni kulutus ei ole vain hedonistisia arvoja toteuttavaa, vaan siitä löytyy myös universalistisia piirteitä. Muun muassa tähän johtopäätökseen tulee *Suvi Joronen* artikkelissaan, jossa hän tarkastelee sitä, kuinka kuluttajat arvo- ja moraaliperusteisesti ilmentävät vastuullisuutta arjen kulutus-kontekstissa. Vastuullisten kuluttajien tarinoista paljastuu neljä erilaista tapaa, joilla ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus konkretisoituvat arjen toiminnoissa. Vastuullisuus on pienten asioiden huomioimista ja käytännön järjelyä, terveydellisyyttä ja tarvetta vaikuttaa globaaleihin ilmiöihin. Se voi olla tuote- ja tilannesidonnaista yksittäisten valintojen ja kulutuskäytäntöiden puntarointia, mutta myös kokonainen elämänfilosofia ja -tapa. Vastuullisuuden sisällökseen saaman merkitysten kirjo varioidaan.

Vastuullisuus ilmeni arvottavana puhetapana myös *Minna-Maarit Jaskarin* artikkelissa, jossa hän tarkastelee meille suomalaisille perinteistä, läheistä ja kulttuurisesti merkityksellistä tuotemateriaalia, puuta. Kulttuurihistoriallisesti puun merkityksellisyys on kiistanalainen, mikä ilmenee vaikkapa tarinoissa *Elämän Puusta*, *Tiedon Puusta*, *Hedelmällisyyden Puusta* ja *Uhripuusta*. Missä määrin tuota merkityksellisyyttä voi siirtyä kerrontaan puusta nykyaikaisen tuotteen raaka-aineena? Artikkelin paljastaa kuluttajien käyttämiä tapoja merkityksellistää puuta puhetapojen analysoinnin avulla. Puumateriaali kirjoittaa paitsi kuvailevaa ja arvioivaa niin myös asiantuntevaa, kontekstualisoivaa, tunteenomaista ja arvottavaa puhetapaa. Tuotteen rakennusaineena käytetty puu palvelee muutakin kuin funktionaalista tarkoitusta. Se koskettaa paitsi yksilöllistä niin myös tunne- ja arvomaailmaa.

Kaiken kaikkiaan lehtemme viisi artikkelia jäsentävät kuvaa paitsi kulutuksen merkityksellisyyden moninaisuudesta myös Suomessa tehtävän kulutustutkimuksen moninaisuudesta. Vaihtelevat teoreettiset lähtökohdat, metodiset valinnat ja empiiriset ilmiökentät kertovat kulutustutkimuksen kentän rikkaudesta.

Antoisia lukuhetkiä!