

Kulutuksen niukkuus, runsaus ja kauneus

Pirjo Laaksonen ja Minna-Maarit Jaskari

PÄÄKIRJOITUS

Kulutustutkimuksen syysseminaari järjestettiin syksyllä 2010 teemalla "Kulutuksen niukkuus, runsaus ja kauneus" ja se valotti kuvaa kulutuksen kulttuurillisesta merkitysrikkaudesta postmodernissa yhteiskunnassamme. Seminaaripäivän työryhmäteemoina olivat "Ajattomia arvoja ja ajankuvaa kulutuksessa", "Sosiaalinen media", "Estetiikka ja kulutus" sekä "Kulutustutkimus ja degrowth". Lisäksi päivän aikana kuulumme tuoreiden tohtoreiden alustuksia omista väitöskirjoistaan. Tähän lehteen on poimittu makupaloja syysseminaarimme annista.

Tämän lehden artikkeleiden kautta valottuu aikamme kulutus ja kuluttajuus postmoderniin tapaan merkityksiltään polarisoituneena ja ristiriitaisena ilmiökenttänä. Yhtäältä kulutus näyttäytyy nautinnollisten kokemusten kartuttamisena ja toisaalta niukkuudessa ja mintoimeentulolla tasapainotelluna. Kokemuksellisessa ja elämyksellisessä viitekehyksessä kulutusta tarkastelevat Minna-Maarit Jaskari ja Jenniina Halkoaho. Jaskari asettaa huomionsa kohteeksi suomalaisen vihreän kullan, puun, ja tarkastelee sitä materiaalina arkisissa kulutusartefakteissa, Holbrookin asiakasarvon typologian puitteissa. Halkoaho puolestaan tarkastelee Sex and the City 2 -elokuvan synnyttämiä kulutuskokemuksia Holtin jäsentämien kuluttamisen metaforien ohjaamana. Nämä kaksi artikkelia paljastavat, että yhtä lailla konkreettinen puutuote kuin kulttuuriteollinen elokuvatuote kykenevät rakentamaan kuluttajilleen monenmoisia arvoa tuottavia kulutuksellisia kokemuksia. Kulutus on kokemusten kartuttamista, leikkiä, luokittelua ja kiinnittymistä ja se tuottaa kuluttajalle taloudellisia, hedonistisia, sosiaalisia ja altruistisia arvoja.

Varsin toisenlaista kuva kuluttamisesta valottavat artikkelit, joissa kulutusta tarkastellaan taloudellisen niukkuuden vallitessa. Kuluttajien arkista tasapainottelua perustoimeentulolla yhteiskunnassa, jossa "keskiluokkaista kulutusta pidetään normaaliuden mittana", tarkastelee Sari Mäki. Hänen empiirinen tutkimuksensa paljastaa perusturvan varassa elävien kuluttajien itseasemointien ilmaisevan uhriutta, kyvykkyyttä ja jopa kapinallisuutta työn, rahan ja tuottavuuden arvoja painottavassa yhteiskunnassa. Eräänlaista selviytymistarinaa kertoo myös Md. Motaher Hossainin tässä lehdessä julkaistava lektio, jossa hän kuvaa Bangladeshin maaseudulla elävien ihmisten

kulutuksen ja kulutusmallien muutosta sekä kulttuurin ja kulutuksen välistä suhdetta maan alhaisen elintason hitaasti noustessa. Mielenkiintoista on huomata, että elämyksellisyys ja niukkuus eivät ole toisiaan poissulkevia. Hossainin mukaan niukkuudessa elävät bangladeshilaisetkin nauttivat mielellään juhlallisuuksista.

Niukkuudessakin kulutus voi tuoda nautintoa, mutta kulutus ei näytä (ainakaan välttämättä) tuovan onnellisuutta. Onnellisuuden ja kulutuksen välistä suhdetta pohtii Katarina Hellén tässä lehdessä julkaistavassa väitösluento- perustuvassa artikkelissaan. Hän toteaa, että vaikka uusi tuote lisäisikin onnellisuuden tunnetta hetkellisesti, sammuu viehätyks melko nopeasti, koska kuluttajilla on taipumus verrata omistuksiaan muiden hankintoihin. Epäsuotuisa vertailu vähentää onnellisuutta. Hellén päätyy toteamaan, että ”kulutuksessa on viime kädessä kyse yhteenkuuluvuudesta”. Mikko Villi ja Saara Könkkölä asettavatkin sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tarkastelunsa keskiöön. He tutkivat kännykkäkameroita vuorovaikutuksen, rituaalisen yhteisyyden luomisen ja vahvistamisen välineinä. Kännykkäkuva tekee pois- saolon hetkellisesti näkyväksi. Samalla valokuva muuttuu artefaktista ai- neettomaksi ja säilytettävästä katoavaksi. Tärkeää on kokea olinpaikasta riippumatta yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuutta tässä hetkessä.

Kulutuksen sosiaalinen luonne hieman eri muodoissaan on esillä muissakin tämän lehden artikkeleissa. Kulutus sosiaalisena liimana tulee esiin Jenniina Halkoahon tarkastelemissa *Sex and the City* -elokuvan kulutuskokemuksis- sa. Mutta sosiaalinen yhteenkuuluvuus määräytyy ainakin osin sosiaalisen erottuvuuden ja vertailun kautta. Minna-Maarit Jaskari tunnistaakin puu- tuotteissa sosiaalista arvostusta ja statusta ilmentäviä asiakasarvoja. Eräänlaista vertailevaa luokittelua ilmentää myös Sari Mäen löytämä perus- turvalla elävien kuluttajien asemoituminen ”hyväntekijäksi”.

Tämän lehden artikkeleissa voidaan nähdä vuorottelevan ja limittyvän toi- saalta yksilölliset (kuten onnellisuus) ja toisaalta sosiaaliset kulutuksen vai- kuttimet (kuten hyväntekeväisyys). Näitä samoja inhimillisen käyttäytymi- sen motiiveja on tarkastellut jo Adam Smith teoksessaan *The Theory of Moral Sentiment*. Viimeksi mainittu ilmenee Visa Heinosen tekemässä kir- ja-arvioinnissa Pekka Sulkusen teoksesta *The Saturated Society. Govern- ing Risk and Lifestyle in Consumer Culture*, joka esitetään tässä lehdessä. Sulkusen teos tarjoaa jokaiselle kulutuksen ja kuluttajien tutkijalle arvokas- ta tietoa kulutusyhteiskunnan ja hyvinvointiyhteiskunnan rakentumisesta. Juuri tällaista tietoa kaipaamme, jotta kykenemme näkemään tutkimuskoh- teemme suhteellisena ja kontekstisidonnaisena. Ja samalla taas kerran oi- vallamme sen, miten paljon tiedettiin jo paljon ennen meidän aikaamme.

Tasokas tutkimus ei ole kuin ”kuvallisten päiväperhosten lento”, joka jaksaa kiinnostaa vain ohikiitävän hetken. Meidän on syytä toivoa, että tutkimustu- lokset - silloinkin, kun ne julkaistaan näin verkkolehdeissä - eivät jäisi vain kertakäyttötuohteiksi. Toivoisin, että kykenisimme tuottamaan myös sellai- sia ajatuksia ja sellaista argumentaatiota, joka tarjoaa lukijalleen oivalluksia vielä vuosien päästä.

Tämän lehden artikkelit ovat tarkoituksensa täyttäneet, kun ne herättävät kiinnostusta ja motivoivat uusiin ajatuksiin. Toivomme, että kertakäyttötuotteen sijasta lehti tarjoaa kantavia ideoita ja kestäviä oivalluksia.

Sulvalla 08.05.2011

Pirjo Laaksonen

Minna-Maarit Jaskari