

Kulutustutkimuksen moninaisuus ja yhteiskunnalliset kytkennät

Puheenvuoro Kuluttaja, hyvinvointi ja politiikka –seminaarissa

18.4.2005

Visa Heinonen

Kulutuksesta ja sen vaikutuksista käydään nykyään keskustelua päivittäin niin mediassa ja työpaikoilla kuin kodeissa ja korkeakouluissakin. Kuluttajan rooli on niin keskeinen nykyihmisen arkipäivässä, että se jättää usein taustalle demokratian kannalta hyvin tärkeän kansalaisen roolin. 1980-luvulta lähtien markkinoiden rooli kulutustavaroiden ja –palveluiden kohdentajana on laajentunut entisestään kattamaan kasvavassa määrin myös vielä joitain vuosikymmeniä sitten monia julkishyödykkeinä tuotettuja palveluja. Suomeenkin on levinnyt keskustelu koulu-, terveys- ja sosiaalipalveluiden ulkoistamisesta ja yksityistämisestä, vaikka hyvinvointiyhteiskunnan julkisilla palveluilla näyttää edelleen olevan melkoisen vankka kansalaisten tuki. Palvelujen ulkoistamiseen liittyy paradoksi, kun työntensiivisten palvelujen tuotantoa tarjotaan ratkaisuksi työttömyysongelmiin. Työttömyys ja siihen liittyvä ostovoiman heikkeneminen puolestaan jäytävät kasvavaan kulutukseen perustuvan palkkatyöyhteiskunnan vakautta ja kehitysmahdollisuuksia. Miten kuluttajien hyvinvoinnin kysymykset ovat ratkaistavissa, kun globaalin markkinatalouden koveneva kilpailu asettaa yhä tiukemmat reunaehdot kansalliselle politiikalle?

Hyvinvoinnin kysymysten ratkaisijaksi on tarjottu markkinoita. Kulutustutkimuksessa kilpailluilla markkinoilla tapahtuvan tavaroiden ja palveluiden tuotannon sekä kulutuksen tarkastelut ovat ponnistaneet taloustieteiden ja erityisesti kansantaloustieteen, markkinoinnin ja kuluttajaekonomian tutkimuksesta. Kuluttajien kannalta eri elämänvaiheissa tärkeässä roolissa ovat markkinoiden ehdoilla tuotettujen tavaroiden ja palveluiden lisäksi hyvinvointipalvelut ja erilaiset muut palvelut, joiden tuotannossa julkisella sektorilla on tärkeä rooli. Hyvinvointitutkimusta on tehty perinteisesti toisaalta kansantaloustieteen ja toisaalta sosiaalitieteiden näkökulmasta. Viime kädessä suuri osa ihmisten hyvinvoinnista toteutuu kuitenkin kotitalouksissa. Kuluttajaekonomian ja sen taustalla olevan kodin taloustieteen tutkimustraditiossa hyvinvointi onkin ollut keskeisesti huomion kohteena. Julkisten palveluiden kulutusta on tutkittu viime aikoina ansiokkaasti Kuluttajatutkimuskeskuksen hankkeissa.

Taloustieteiden perinteiset tutkimusmenetelmät ja teoreettiset traditiot ovat ratkaisseet pitkään kulutus- ja kuluttajatutkimuksen kysymyksenasetteluja. Erityisesti kansantaloustieteen kvantitatiivisesti painottunut tutkimusote hallitsi tutkimusta. Tilastollis-matemaattisilla tarkasteluilla on toki sijansa ja vakiintunut asemansa kulutustutkimuksen kentässä. Määrällisen ja laadullisen tutkimusotteen asettaminen vastakkain ei olekaan mielekästä tutkimuksen edistymistä ajatellen. Kvantitatiivisilla tarkasteluilla on roolinsa paitsi sellaisenaan niin myös laadullisen tutkimuksen tilastollisen kontekstin valottajana, kuten Liisa Uusitalo (2004, 16) on todennut. Kvantitatiivinen tutkimusote on tuottanut viime aikoina paljon hyödyllistä tutkimustietoa, minkä esimerkiksi Kirsti Ahlqvistin ja Anu Raijaksen toimittamat artikkelikokoelmat (Ahlqvist & Raijas 2004a & 2004b), Tilastokeskuksen tutkimusraportit, Pekka Räsänenin väitöskirja (2003) ja Terhi-Anna Wilskan (1995; 2002) lukuisat tutkimukset osoittavat. Kuluttajaekonomian oppiaineeseen on valmistumassa Katri Jakosuon väitöskirjatyö Postin asiakas- ja henkilöstökyselyistä.

1980-luvulta lähtien voimistunut uusi kiinnostus kulutukseen on nostanut esiin mielenkiintoisia kysymyksenasetteluja, jotka ovat olleet luonteeltaan usein monitieteistä tarkastelua suosivia. Suomalaisen kulutustutkimuksen suunnannäyttäjinä ovat 1970- ja 1980-luvulta lähtien toimineet erityisesti markkinoinnin professori Liisa Uusitalo (1986), sosiologit Kaj Ilmonen (1993), Jukka Gronow (1997; Gronow & Warde 2001), Pekka Sulkunen (Sulkunen, Holmwood, Radner & Schulze 1997) ja Pasi Falk (1994) sekä Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijajoukko. Heidän pohjatyönsä alkaa näkyä uuden tutkijapolven entistä vahvempana osaamisena ja kansainvälistymisenä.

Taloustieteiden rinnalla sosiaalitieteilijöiden, historiantutkijoiden, mediatutkijoiden, antropologien ja elintarviketieteilijöidenkin huomio on kohdistunut kulutukseen ja kuluttajiin. Uusien teoreettisten ja metodisten näkökulmien myötä tutkimusasetelmat ovat laajentuneet. Aikaisemmin vähälle huomiolle jääneet ja paljolti metodisista syistä sivuutetut asiat kuten elämäntyyli, muoti, mainonta, lahjainstituutio, sukupuolikysymykset, arvot, identiteetit, kuluttajakuvat, kuluttajaliikkeet ja mentaliteetit sekä esimerkiksi ihmisen suhde tavarahan ovat saaneet ansaitsemaansa huomiota. Taloustieteissä pitkään väheksytyjä laadullisia tutkimusmenetelmiä ja niiden myötä entistä paljon moninaisempia tutkimusaineistoja on alettu hyödyntää.

Professorit Liisa Uusitalo (2002) ja Päivi Eriksson Helsingin kauppakorkeakoululta tutkijoihin (Moisander 2001; Valtonen 2004), Pirjo Laaksonen Vaasasta ja Kaj Ilmonen Jyväskylästä oppilaineen ovat soveltaneet laadullisia tutkimusmenetelmiä monentyppisiin kiinnostaviin aineistoihin. Helsingin yliopistosta kuluttajaekonomiasta (Römer-Paakkanen 2002; Timonen 2002), historiatieteistä (Kortti 2003; Kilpiö 2005; Sarantola-Weiss 2003) ja sosiologiasta (Lehtonen 1999; Mäenpää 2005; Mäkelä 2002) on valmistunut useita väitöskirjoja, joissa laadullinen tutkimusote on ollut keskeinen. Kuluttajaekonomian oppiaineessa on päättymässä Helsingin yliopiston rahoittama tutkimushanke ”Nuoret kulttuurisen modernisaation eturintamassa”, joka on tuottanut lukuisia artikkeleita ja muutaman kirjan (esim. Autio 2005; Autio ym. 2002; Autio & Heinonen 2004; Heinonen 2003; Heinonen & Pantzar 2002; Peltonen, Kurkela & Heinonen 2003) sekä Minna Aution pian valmistuvan väitöskirjan suomalaisten nuorten kulutusmentaliteeteista.

Kuluttajatutkimuskeskuksessa on toteutettu lukuisia hankkeita, joista tuore kunnianhimoinen kansainvälinen Mika Pantzarin ja Elizabeth Shoven (2005) tutkimushanke on erittäin merkittävä. Samaisen tutkimuskeskuksen tutkijat Mari Niva ja Anna-Riitta Lehtinen valmistelevat kuluttajaekonomian oppiaineeseen väitöskirjoja. Edellinen tutkii kuluttajien suhtautumista funktionaalisiin elintarvikkeisiin ja jälkimmäinen suomalaisten nuorten velkaantumisongelmia. Taideteollisessa korkeakoulussa on tehty ja tekeillä laadullisia teollisen muotoilun tutkimuksia. Toni Ryyränen valmistelee väitöskirjaa kuluttajaekonomian alalle professori Pekka Korvenmaan tutkimushankkeessa aiheenaan matkapuhelinten esittäminen suomalaisessa mainonnassa ja lehtiartikkeliaineistossa.

Taloustieteiden näkökulmasta laadullisten tutkimusaineistojen ja -menetelmien hyödyntäminen on vasta alkuvaiheessa. Vieläkin törmää sellaiseen käsitykseen, että tutkijan suunnittelemat kyselylomakkeet, typologiat ja kategoriat ovat jollain tavoin tutkimuksen kohteena olevien ihmisten omia käsityksiä ja kokemuksia parempia, todempia tai aidompia. Monesti laadulliset tutkimukset torjutaan vieläkin viittaamalla ”pieniin otoskokoihin”, mielivaltaisiin asetelmiin tai moniselitteisiin tuloksiin. Näin siitä huolimatta, että laadullisen tutkimuksen metodikirjallisuutta on saatavissa runsaasti ja metodologinen keskustelu on vireää. Mikäli ihmistieteellinen ymmärtämisen haaste kuitenkin halutaan ottaa vakavasti, on rohjettava jalkautua kentälle, lähestyä tutkittavia ja monimutkaisia arkielämän ongelmia entistä

ennakkoluulottomammin ja ottaa myös uusien ja haasteellisten, jopa kokeilevien tutkimusasetelmien edellyttämiä riskejä. Ilman jonkinasteista metodologista ja teoreettista uskallusta rajojen ylityksiin syntyy harvoin mitään uutta ja kiinnostavaa tutkimusta. Myös vakavien ja haasteellisten tutkimusasetelmien vaatimat resurssit – aika, raha ja ihmiset – olisi saatava käyttöön.

Viime syksynä valtion sektoritutkimuslaitosten selvitysmies Jussi Huttunen kiinnitti huomiota kulutustutkimuksen haasteisiin nähden vaatimattomaan resursointiin maassamme. Kaikesta huolimatta tutkimus on tuottanut tuloksia, minkä olen yrittänyt tässä lyhyessä esityksessä tuoda esiin. Kulutustutkimuksen seura perustettiin vuonna 2001 alan tutkijoiden yhteiseksi, monitieteiseksi keskustelufoorumiksi. Toivokaamme, että kulutustutkimukseen ja tutkijakoulutukseen sekä erityisesti niiden resursseihin kiinnitettäisiin jatkossa entistä enemmän huomiota muuallakin kuin juhlapuheissa.

Viimeisenä asiana haluaisin nostaa esiin työrauhan. Hiljattain julkistetun Risc Monitor –asennetutkimuksen mukaan luovaan luokkaan kuuluu Suomessa ainoastaan 17 prosenttia väestöstä ja luku on pienenemään päin. Tulos ei ihmetytä. MDC Risc Internationalin toimitusjohtaja Ilkka Halava onkin arvostellut suomalaista johtamistapaa numerojohtamisen kulttuuriksi, ”joka syö luovan luokan tarvitsemaa happea” (Helsingin Sanomat 12.4.2005). Tänä kevään yliopistolla on viety hyvin tiukalla aikataululla kolme työlästä ja suurta byrokraattista hanketta, jotka liittyvät ydintehtäviin tutkimukseen ja opetukseen ainakin osaltaan vain välillisesti. Nämä ovat tutkinnonuudistus, tutkimuksen arviointi ja uuden palkkausjärjestelmän alustava sisäänajo. Henkilöstön henkistä ja fyysistä kapasiteettia koetellaan ankarasti. Tiukasta tilanteesta on selvitty kuten neuvostokansalaiset taannoin ankarasta arkipäivästä systeemin puristuksessa: hurtilla huumorilla. Tällä menolla yliopiston tutkijat ja opettajat kuitenkin muuttuvat lopullisesti paisuvan byrokratian marioneteiksi, jotka joutuvat hoitamaan virkaansa liittyvät päätehtävät ylivoimaisessa aikapaineessa laadusta tinkien. Toivottavasti kauhuskenaario ei toteudu, sillä yliopistoissa koulutamme asiantuntijoita sinne, missä kaikkien meidän arkipäivää koskevia ratkaisuja ja valintoja koko ajan tehdään. Globalisaation aikana kulutuksen tutkijoiden haasteet ovat mittavia.

Kirjallisuus:

Ahlqvist, Kirsti & Anu Raijas, toim. (2004a): *Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki, Tilastokeskus.

Ahlqvist, Kirsti & Anu Raijas, toim. (2004b): *Erilaisia kulutusuria Suomessa*. Helsinki, Tilastokeskus.

Autio, Minna (2005): Morality of Spending in Finnish Youth Consumer Culture. *International Journal of Consumer Studies*. Ilmestyy.

Autio, Minna & Visa Heinonen (2004): To consume or not to consume? Young people's environmentalism in the affluent Finnish society. *Young – Nordic Journal of Youth Research* 12(2): 137-153.

Autio, Minna, Ilppo Eresmaa, Visa Heinonen, Virpi Koljonen, Petri Paju & Terhi-Anna Wilska (2002): *Pakko riittää. Näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulutukseen*. *Julkaisuja* 24. Helsinki, Nuorisotutkimusverkosto ja Nuorisotutkimusseura.

Falk, Pasi (1994): *The Consuming Body*. Melksham, Sage.

Gronow, Jukka (1997): *Sociology of Taste*. Padstow, Routledge.

Gronow, Jukka & Alan Warde, eds. (2001): *Ordinary Consumption*. Bodmin, Routledge.

Heinonen, Visa (2003): "James päällä joka säällä" – Suomalaisen nuorisomainonnan historiaa. Teoksessa *Nuoruuden vuosisata. Suomalaisen nuoruuden historia (toim. Sinikka Aapola & Mervi Kaarninen)*, 455-479. *SKS:n Toimituksia* 909. Jyväskylä, SKS ja Nuorisotutkimusverkosto.

Heinonen, Visa & Mika Pantzar (2002): 'Little America': The Modernization of the Finnish Consumer Society in the 1950s and 1960s. In *Americanisation in 20th Century Europe: Business, Culture, Politics, Vol.2 (eds. Matthias Kipping & Nick Tiratsoo)*, 41-59. France, Centre de Recherche sur l'Histoire de l'Europe du Nord-Ouest, Université Charles de Gaulle - Lille 3.

Ilmonen, Kaj (1993): *Tavaroiden taikamaailma. Sosiologinen avaus kulutukseen*. Jyväskylä, Vastapaino.

Kilpiö, Kaarina (2005): *Kulutuksen sävel. Suomalaisen mainoselokuvan musiikki 1950-luvulta 1970-luvulle*. Jyväskylä, Like.

Kortti, Jukka (2003): *Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit. 60-luvun suomalainen televisiomainonta*. *Bibliotheca Historica* 80. Helsinki, SKS.

Lehtonen, Turo-Kimmo (1999): *Rahan vallassa. Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki*. Helsinki, Tutkijaliitto.

- Moisander, Johanna (2001): *Representation of Green Consumerism: A Constructionist Critique. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis A-185*. Helsinki School of Economics.
- Mäenpää, Pasi (2005): *Narkissos kaupungissa*. Helsinki, Tammi.
- Mäkelä, Johanna (2002): *Syömisestä rakenne ja kulttuurinen vaihtelu*. Kauhava, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Pantzar, Mika & Elizabeth Shove, eds. (2005): *Manufacturing Leisure: Innovations in happiness, well-being and fun. National Consumer Research Centre, publications 1:2005*. Helsinki.
- Peltonen, Matti, Vesa Kurkela & Visa Heinonen, toim. (2003): *Arkinen kumous. Suomalaisen 60-luvun toinen kuva. SKS:n Toimituksia 849*. Jyväskylä, SKS.
- Räsänen, Pekka (2003): *In the Twilight of Social Structures: A Mechanism-Based Study of Contemporary Consumer Behaviour. Turun yliopiston julkaisuja, B-263*. Turku.
- Römer-Paakkanen, Tarja (2002): *Family Entrepreneurship in a Retail Chain – The Grocer's Household-Enterprise Complex. Department of Economics and Management, Publications No. 33, Consumer Economics. University of Helsinki*.
- Sarantola-Weiss, Minna (2003): *Sohvoryhmän läpimurto: kulutuskulttuurin tulo suomalaisiin olohuoneisiin 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa*. Helsinki, SKS.
- Sulkunen, Pekka, John Holmwood, Hilary Radner & Gerhard Schulze, eds. (1997): *Constructing the New Consumer Society*. London, Macmillan Press.
- Timonen, Päivi (2002): *Pyykillä – arkinen järkeily ja ympäristövastuullisuus valinnoissa*. Kerava, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Uusitalo, Liisa (1986): *Environmental Impacts of Consumption Patterns*. Aldershot, Gower.
- Uusitalo, Liisa, toim. (2002): *Kuluttaja virtuaalimarkkinoilla*. Helsinki, Edita.
- Uusitalo, Liisa (2004): Kulutustutkimuksen ongelmat ja tutkimustapa muuttuvat. Teoksessa *Ihante ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen (toim. Kirsti Ahlqvist & Anu Rajjas)*, 5-22. Helsinki, Tilastokeskus.
- Valtonen, Anu (2004): *Rethinking Free Time: A Study on Boundaries, Disorders, and Symbolic Goods. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis A-236*. Helsinki School of Economics.
- Wilska, Terhi-Anna (1995): *Born to be Consumers? Consumption Patterns of Young People between 1981 and 1990. Publications of Turku School of Economics, Serie D-4:1995*. Turku.
- Wilska, Terhi-Anna (2002): Me, A Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today's Finland. *Acta Sociologica*, vol. 45:3, 195-210.