

KULUTTAJAT HYVINVOINTIPOLITIIKASSA

Keijo Rahkonen, Yhteiskuntapolitiikan laitos, Helsingin yliopisto

Hyvät kuulijat,

Minun on ensiksi todettava, että annettu otsikko ei ehkä aivan vastaa esitykseni sisältöä, olkoonkin että välillisesti käsittelen myös hyvinvointipolitiikkaa. En rupea nyt kuitenkaan otsikkoani uudelleen nimeämään.

Pyrin sanomaan jotain lähinnä kahdesta teemasta, jotka tämän seminaarin kutsussa nostettiin muun muassa seminaarin keskustelun aiheiksi. Ensinnäkin: (1) Mikä on kuluttajatutkimuksen asema tällä hetkellä tiede- ja tutkimuskentässä? Käsittelen tätä ennen muuta kulutussosiologian kannalta. Ja toiseksi: (2) Mikä voisi mielestäni olla kuluttajatutkimuksen – puhuisin mieluummin kulutustutkimuksesta – rooli ja mahdollisuudet yhteiskunnallisessa keskustelussa? Silmäsin myös Valtioneuvoston viime toukokuussa 2004 hyväksymää – sangen sanoisinko virkamiesmäistä – Kuluttajapoliittista ohjelmaa vuosille 2004–2007 (KTM 2004), mutta en tässä nyt käsittele niinkään kuluttajapolitiikkaa kuin akateemista kulutussosiologista tutkimusta, jolla toki on relevanssia myös kuluttajapolitiikan kannalta.

Kun aloin miettiä mielessäni alustavasti aihettani, ensimmäiseksi tuli mieleen aloittaa puheenvuoroni toteamalla että (ainakin) kulutussosiologian voisi nyt 2000-luvulla sanoa olevan lähinnä *passé*. En tarkoita että se olisi ollut vain jokin muotiaalto, vaan tämän asianlaidan on todennut parikin sosiologikollegaa, jotka itse ovat tehneet ja seuranneet kulutussosiologista tutkimusta. Ainakaan mitään merkittäviä uusia avauksia tai huomattavia keskustelua herättäneitä tutkimuksia ei ole ilmestynyt viime aikoina. Kuinka ollakaan sain pian tämän jälkeen viestin Euroopan sosiologiyhdistyksen ESA:n kulutussosiologian työryhmän koordinaattorilta viestin, joka koski ensi syyskuussa Puolassa järjestettävää Euroopan sosiologikongressia. Koordinaattori kertoi, että kulutussosiologian työryhmään oli tullut ennätyselliset yli kuusikymmentä abstraktitarjousta – mukaan lukien oma abstraktini, ja on joukossa useita muitakin Suomesta. Tämä viittaisi siihen, että tutkimuksellinen kiinnostus kulutussosiologiaa kohtaan on pikemminkin kasvamassa kuin hiipumassa. Ehkä voitaisiin puhua sen vakiintumisesta.

Mennäkseni nyt varsinaiseen asiaan. Kerron ensiksi omasta intressistäni. Olen juuri käynnistyneen kulutussosiologisen tutkimusprojektin johtaja. Projektin aiheena on kulttuuripääoma ja kulttuurinen kulutus sekä sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa. Sille on myönnetty Helsingin yliopiston tutkimusvaroista kolmevuotinen tutkimusmääräraha (yhteensä 110.000 euroa) vuosiksi 2005–2007. Lyhyesti sanoen tutkimushankkeen tarkoitus on tuottaa Suomea koskevaa kattavaa ja luotettavaa sekä kansainvälisesti vertailukelpoista tietoa kulttuuripääomasta, sen jakautumisesta ja nykyisin vallitsevista sosiaalisen eroista sekä analysoida näiden erojen taustalla vaikuttavia strukturoivia tekijöitä Suomessa. Tässä tarkoituksessa tutkimuksessa sovelletaan kriittisesti Pierre Bourdieun jo klassisessa teoksessaan *La Distinction* (1979) kehittämää tarkastelutapaa. Haemme vastauksia näihin kysymyksiin sekä kvalitatiivisten että tilastollisten tutkimusaineistojen analyysillä. Tarkoituksena on myös – sikäli kuin rahoitus sen mahdollistaa; olemme hakemassa lisärahoitusta Suomen Akatemialta – uuden edustavan survey-aineiston keruu, – tai ei oikeastaan uuden, sillä Suomesta ei ole ennestään tarjolla sellaisia vartavastisia aineistoja, joilla näitä kysymyksiä voitaisiin tutkia riittävän systemaattisesti ja täsmällisesti. Kyseessä on samalla kansainvälinen vertailututkimus, jossa on tutkimuspartnereina ovat tutkimusryhmät Britanniasta (Manchesterin yliopisto ja Open University) ja Ruotsista (Upsalan yliopisto). Vertailuasetelma mahdollistaa siis vertailun yhtäältä perinteiseen eurooppalaiseen luokkayhteiskuntaan; toisaalta voimme myös tarkastella, missä määrin sangen homogeenisina pidetyt Pohjoismaat eroavat toisistaan.

Palaan tähän hankkeeseen vielä esitykseni lopuksi. Mutta nyt muutama sana kulutussosiologiasta Suomessa. Rajaan siis aiheeni sosiologiseen kulutustutkimukseen, enkä ole edes pätevä keskustelemaan koko kulutustutkimuksen laajasta kentästä.

Nähdäkseni voidaan perustellusti sanoa että viimeisen parin vuosikymmenen aikana kulutussosiologia on Suomessa vakiintunut yhdeksi sosiologian erikoisalaksi, vaikka sen sisällä onkin useita erilaisia tutkimussuuntauksia, joita Visa Heinonen esityksessään jo osittain käsitteli. Mutta vielä 1990-luvun alussa esimerkiksi Kaj Ilmonen – jolla on ollut merkittävä rooli tässä kehityksessä – joutui teoksensa *Tavaroiden taikamaailma: Sosiologinen avaus kulutukseen* alussa puolustelemaan valintaansa tarkastella kulutusta omalakisena ilmiönä, joka ”ei siis ole pelkkä arkinen trivialiteetti ja tuotannon jatke. Kaukana siitä!” (Ilmonen 1993, 12-13; vrt. myös s. 46.)

Vaikka varsinainen kulutussosiologian nousukausi oli 1990-luvulla (esim. Ilmosen 1993 lisäksi Gronow 1990, Toivonen 1993, Falk 1994, Noro 1995a, Gronow 1997, Falk & Mäenpää 1997, Lehtonen 1999 jne.), kulutussosiologisen keskustelun juuret ovat 1980-luvulla, idut jo 1970-luvun Marxin tarveeteoreettisissa tulkinnoissa (Ilmonen 1985) ja jälkimarxilaisen kauden itsekritiikissä (esim. Baudrillard 1973; engl. 1975). Yksi tärkeimmistä 1980-luvun keskustelun virittäjistä oli Pierre Bourdieu ja erityisesti hänen *La Distinction* –teoksensa (ilm. ranskaksi 1979; engl. 1984), joka on Suomessa herättänyt viime vuosikymmeninä keskustelua enemmän kuin mikään muu ranskalaisen sosiologin tutkimus. Tosin kun J. P. Roos sen tuoreeltaan esitteli Sosiologia-lehdessä 1980 (Roos 1980, 70), hän kiinnitti huomiota ensisijaisesti Bourdieun Ranskaa koskeviin empiirisiin tuloksiin – olkoonkin että hän oikein ennakoii siitä tulevan ”101 prosenttisesti klassikko”. Pian virisi laajempi teoreettinen keskustelu (esim. Sulkunen 1982) Bourdieun käsitteistä ja ajatuksista habituksesta, mausta, makuluokista (vulgaari, hyvä kulttuuritahto, legitiimi) ja niitä strukturoivista pääomista, eritoten kulttuuripääomasta. Hieman myöhemmin testasimme Roosin kanssa Bourdieun ajatuksien (mausta, makueroista, kulttuuritahdosta jne.) soveltuvuutta pienessä tutkimuksessa niin kutsutusta uudesta keskiluokasta Suomessa (Roos & Rahkonen 1985 ja 2000; vrt. myös Rahkonen, Roos & Seppälä 1989). Samanikaisesti heräsi laajempi keskustelu Sosiologia-lehdessä Bourdieun teorioiden ”ranskalaisuudesta” (Alapuro 1988 ja 1997) ja ylipäänsä soveltuvuudesta Suomeen (Mäkelä 1985).

Yhtään systemaattista Bourdieun teorioiden empiiristä sovellutusta ei kuitenkaan Suomessa ole tehty. Mielenkiintoista kyllä, ikään kuin Bourdieu-renessanssin merkkinä, Ranskassa on äskettäin ilmestynyt laaja yli 700-sivuinen, Bourdieun *Distinctionia* kriittisesti simuloiva Bernard Lahiren tutkimus kulttuurin kulutuksesta *La culture des individus* (Lahire 2004); vastaavasti Britanniassa on viime vuonna käynnistynyt iso tutkimusprojekti, jossa vahvana teoreettisena vaikuttajana on ollut Bourdieun *Distinction* – ja joka siis on yksi projektimme tutkimuspartneri. Kyseisen projektin johtajina on eräitä tämän hetken johtavia alan tutkijoita, kuten professorit Tony Bennett, Mike Savage ja Alan Warde.

Distinction on saanut osakseen myös kritiikkiä. Eritoten Bourdieun luokkasosiologista teoriaa – lisäksi hänen johtopäätöksensä perustuvat aineistoihin, jotka olivat 1960-luvulta – oli pidettiin jo 1980-luvulla vanhakantaisena yksilöllistymisteesin kannalta; yksilöllistyminen kehityksen katsottiin johtaneen ”luokkien ja kerrostumien tuolle puolen”, kuten Ulrich Beck

sen esitti ”riskiyhteiskunnassaan” (Beck 1986). Tuolloin ilmestyi myös Gerhard Schulzen (1992) jättiteos ”elämisyhteiskunnasta”, *Die Erlebnisgesellschaft: Kulturosoziologie der Gegenwart* (1992). Se oli eräänlainen vastaveto Bourdieulle, ”anti-Bourdieu”, jossa luokkia tarkasteltiin horisontaalisina ryhminä. Lisäksi *Distinctionia* on kritisoitu – paitsi muodin mekanismien sivuuttamista – keskittymisestä maun analyysissa yksinomaan korkeakulttuuriin ja siten populaarikulttuurin laiminlyönnistä (Shusterman 1992). Itse asiassa edellä mainitussa Lahiren tuoreessa tutkimuksessa yksilöllistyminen ja populaari- samoin kuin nuorisokulttuuri otetaan aivan erikseen ja erityisellä painolla huomioon.

Jos sivuutamme tässä kulutussosiologiaan liittyneen keskustelun muodista (esim. Noro 1991 ja Ilmonen 1993, 265-287) ja jo varhaisemmin kiinnostusta herättäneet *cultural studies* – vaikutteiset tavaroiden symbolisia merkityksiä koskeneet analyysit (vrt. esim. Willis 1978), toinen 1990-luvun kulutussosiologisen keskustelun tärkeä teema koski niin sanottua hedonistisen kuluttajan – tai shoppailijan – figuraa. Ajatus modernista hedonismista ja hedonistisesta kuluttajasta nousi esiin hieman Bourdieu-keskustelua myöhemmin 1980-luvun lopulla ja osittain sen kritiikiksi (vrt. luokkamaku vs. kollektiivinen maku, Gronow 1997), ennen kaikkea Colin Campbellin teoksen *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* (1987) ilmestymisen jälkeen (esim. Ilmonen 1993, 100-109). Yksi Campbellin keskeisiä ideoita oli traditionaalisen ja modernin hedonismin välisen eron tähdentäminen; kun traditionaalinen nautiskelija etsi nautintoja, modernille nautiskelijalle on tyypillistä itse nautintojen sijasta nautintojen etsiminen ja loputon ”uutuuksien nälkä”.

Yleisen tason keskustelu hedonistisesta kuluttajasta ja shoppailusta (esim. Falk & Campbell 1997; Gronow & Warde 2001) kävi tämän jälkeen vilkkaana, mutta empiirisesti ajatellen kulutussosiologiset johtopäätökset jäivät melko laihoiksi ja lähinnä joidenkin – sinänsä mielenkiintoisten – kvalitatiivisten tapaustutkimusten varaan (esim. Lehtonen 1999). Toisaalta myöskään tutkimustulokset eivät aina antaneet aihetta vahvoihin johtopäätöksiin. Esimerkiksi Arto Noro on monesti muistellut (esim. Noro 2003), kuinka pettynyt tunnelma Helsingin yliopiston kulutussosiologian seminaarissa oli, kun Pasi Mäenpää raportoi siellä ensimmäisistä löydöistään yhdessä Pasi Falkin kanssa tekemässä lottovoittajatutkimuksessa (Falk & Mäenpää 1997): ”Eihän ne osaa lainkaan kuluttaa...”

Jos nyt voidaan puhua jossain määrin kulutussosiologisen tutkimuksen heikentymisestä, osasyi siihen oli varmaankin 1990-luvun lama – ja leipäjonot! Toisaalta Suomessa kulutusta

ja vallankin puhetta mausta ja elämäntyyleistä on usein pidetty hieman kevytmielisinä aiheina – ja lähinnä ns. markkinatutkimuksen intressissä olevina – vaikka kulutus koskee kaikkia kansalaisia ja on yksi keskeinen sosiaalisten ja valtasymbolisten erojen ilmentymä. Samaa voidaan sanoa kulttuuripääomasta, jota voidaan tarkastella myös sosiaalisen eksklusion ja inklusion kannalta. Kulttuuripääoma, kulttuurinen maku ja kulttuurinen tieto sekä osallistuminen generoivat myös sosiaalista eksklusiota, syrjäytymistä. Kyse on silloin yleisemmin sanoen juuri kulttuurisesta kulutuksesta syrjään jäämisestä. Mainitsemassani tutkimushankkeessamme olemme kiinnostuneet nimenomaan siihen liittyvistä sosiaalisista mekanismeista. Yhtäältä kulttuurinen osallisuus, toisaalta kulttuurinen syrjäytyminen ovat – väittäisin – yhä keskeisempiä tekijöitä sosiaalisen syrjäytymisen mekanismeista puhuttaessa. Samoin ne ovat minusta sekä relevantteja että ajankohtaisia aiheita puhuttaessa kuluttajista ja hyvinvointipolitiikasta.