

Kulutustutkimuksen lyhyt oppimäärä

by Kai Ilmonen ” Johan nyt on markkinat”

Kulutustutkimuksen suuntaukset

Ensimmäinen vaihe: Klassinen vaihe

- Simmel raha kulutuksen ja erilaisten laadullisten suhteiden välittäjänä.
- Kulutus suurkaupunkilaisuuden ilmentäjänä, muoti
- Veblenin trickle-down ilmiö
 - sopii nykyään moneen asiaan

Toinen vaihe:

- Marcell Maus, yleinen vaihdon ja lahjan teoria
- Populaarikulttuuri moderni elämä, suurkaupungin maleksija
- Adorno ja Horkheimer; kapitalistinen yhteiskunta päättyy umpikujaan alistamalla käyttöarvot vaihtoarvolle
- Haug tavar aestetiikka
- Tavaroiden keinotekoinen vanhentaminen
- Kulutus ilmentää arvoja ja tavoitteita

Kulutustutkimuksen seura 2010

Kolmas vaihe: omaksi sosiologian lohkoksi

- Kulutus on merkittävää yhteiskunnallista toimintaa, joka tarjoaa näköalapaikan yhteiskuntaan
- Bourdieu näkee erottelujen ruumillistuvan (habitus) ja sisäistyvän valintatapamuksiksi
- Kulutus kuvaa yhteiskuntien sisäisiä raja-aitoja
- Kulutus sosiaalisen identiteetin muodostuksessa, kulutuksen ruumiillisuus
- Empiirispainotteinen ruokaan ja ruokailuun keskittyvä keskittyvä sosiologia
- Lahja irrotetaan statuksesta
- Mihin tavarat ja niiden estetiikka vetoavat kuluttajissa
- Tyydyttämättömät halut drivereina.

Kulutustutkimuksen seura 2010

Kulutussosiologian nykysuuntia

- Mielenkiinto on markkinatutkimuksen tapaan kasvavassa määrin suuntautumassa kulutuksen kokemukselliseen puoleen ja samalla esine-henkilö-suhteeseen eli emotionaaliseen sidokseen.
- Tutkimuksen uusi suunta keskittyy ei-reflektiiviseen kuluttamiseen eli kulutusrutiineihin
- Kuluttamisen riskit ja luottamus
 - ”Tämä tutkimussuunta on luomassa teoreettisesti mielenkiintoisen jännitteen refleksiivisen ja ei-refleksiivisen toiminnan välille yleensäkin”
- Arkisiksi tulleiden informaation teknologisten tuotteiden, uusien supertavaroiden vaikutuksesta syntyvä ajan ja paikan kokemuksen muutos, virtuaalinen sosiaalisuus.
- Miten se muotoutuu ja heijastuu takaisin informaatioteknologiaan on sosiologialle haaste.

Kulutustutkimuksen seura 2010

Tavaran moniulotteisuus metodikysymyksenä

- Lefebvren arjen alajärjestelmät tuovat tarkasteluun muutakin kuin talous näkökulman. Alajärjestelmä edellyttää sitä tukevaa ja oikeuttavaa yhteiskunnallista organisaatiota ja eturyhmiä. Sillä pitää olla oma teksti, joka takaa julkisuuden (uusi alajärjestelmä esim. talo ja sisustaminen)
- Kulutusedellytykset ja niiden jakautuminen
- ”Päänsisäinen ostoneuvottelu”, jossa tavaran hintaa verrataan sen oletettuihin tavaraopillisiin, symbolisiin ja tuotannollisiin ominaisuuksiin.
- Koska kulutus sijoittuu talouden ja kansalaisyhteiskunnan saumaan, kulutusta ei voi ymmärtää yksistään taloudesta käsin
- Kulutus ja tavarat ovat yhteiskuntaa koossapitäviä voimia sen sementtiä
- Arjen alajärjestelmiä ei saa nähdä liikaa irrallisina. Kulutus toteutuu ainoastaan historiallisissa, sosiaalisissa, taloudellisissa ja ekologisissa yhteyksissään.
- Kuluttajan valintateorian differentiaation kehkeytyminen
 - ostamme rosamundaa emme perunaa

Kulutustutkimuksen seura 2010

Kuvio 4. Kulutusvalinnan prosessi

