

## Kulutus, hyvä elämä ja kestävä kehitys\*

Visa Heinonen

*Kuluttajaekonomian professori*

Taloustieteen laitos

Helsingin yliopisto

Onko nykyihmisen dilemma muotoiltava filosofi René Descartes'ia mukaillen seuraavasti: "Kulutan. Siis olen olemassa"? Kulutuksesta on tullut monien yhteiskuntatieteilijöiden mielestä keskeinen nyky-yhteiskuntaa rakenteista tekijä ja ihmisten elämän sisällön tärkeä osa siinä, missä aikaisemmin useimmat rakensivat identiteettiään sosiaalisen aseman, työn ja perheen kautta. Kulutus vaikuttaa siis ihmisten elämään ja arkipäivään niin makrotasolla, missä sillä on kansantalouden rattaita pyörittävä ja voiteleva roolinsa, kuin myös mikrotasolla jokapäiväisten kulutusvalintojen muodossa.

Tänä päivänä huimaavaa vauhtia kehittyvä teknologia on tehnyt mahdolliseksi tuotantoprosessin yhä jatkuvan äärimmäisen tehostamisen. Uudet hyödykkeet vanhenevat entistä nopeammin, ja samaan aikaan tehostuva suurten mittakaavojen tuotanto alentaa valmistuskustannuksia tuoden aiemmin ylellisyytenä pidetyt hyödykkeet yhä useampien ihmisten saataville. Tehokkaan tuotantokoneiston tuottama

runkaus ja hyvä ei kuitenkaan jakaudu ollenkaan tasaisesti eivätkä modernin talouden helteet tule kaikkien saataville globaalissa taloudessa. Taloustieteen Nobel-palkinnolla vuonna 1993 palkittu tutkija *Douglas C. North* totesikin palkinnonsaajien keskustelussa, etteivät nykymaailmamme perimmäiset ongelmat ole luonteeltaan teknisiä tai taloudellisia vaan ne ovat viime kädessä sosiaalisia. North on painottanut instituutioiden sekä ideologioiden entistä perusteellisempaa tarkastelua taloustieteellisessä tutkimuksessa.<sup>1</sup> Tieteen ja talouden yhteenliittymisestä kehittynyt moderni teknoysteemi määrää pitkälti planeettamme tulevaa kehitystä. Teknosysteemikin on kuitenkin riippuvainen ihmisten toiminnasta. Viime kädessä sosiaalisina ongelmina on pidettävä myös ympäristöongelmia, joiden ratkaisu riippuu valinnoistamme. Olemmeko valmiit satsaamaan vähemmän luontoa kuormittavaan tuotantoon kestävä kehityksen hyväksi?

Mitä on hyvä elämä? Esimerkiksi filosofi *Aristoteleen* mukaan hyvä elämä oli tasapainoi-

\* *Virkaanastujaisluento, 13.12.2000. Kiitän vaimoani filosofian tohtori Eeva Pyörälää hyvistä kommentteista.*

<sup>1</sup> North 1990, 111.

nen kokonaisuus, johon tuli sisältyä niin taloudenhoitoa, perhe-elämää ja elämän iloista nauttimista sekä itsensä kehittämistä kuin sosiaalista elämääkin. Hyvän ja onnellisen elämän ehtoina tulevat esiin terveys, ravinnon, suojan ja seksuaalisten perustarpeiden tyydytys, aistien käyttämisen ja ajattelun kehittämisen mahdollisuus, emotionaaliset siteet muihin ihmisiin ja mahdollisuus elää sekä suunnitella elämää ilman kohtuuttomia riskejä yhteisöllisesti niin perheessä kuin suuremmissakin sosiaalisissa yksiköissä.<sup>2</sup> Akateemikko *Georg Henrik von Wright* on kiteyttänyt hyvän elämän edellytyksiä onnistuneella tavalla. Hän kirjoittaa:

Voisimme sanoa, että ihmisen paras käsittää kaikeen, mikä on hänelle hyväksi ja mikä tekee hänelle hyvää. Näillä ehdoilla hän viihtyy ja on onnellinen. Ihminen voi hyvin eläessään sopuoinnassa onnenmahdollisuuksiensa kanssa tietystä historian tilanteesta. Tosiasia, että ihminen on historiallisen tilanteensa funktio, merkitsee, että hänen onnensa ehdot muuttuvat aikojen kuluessa. Se mitä ihminen voi pyytää ja odottaa elämältä teollisuusyhteiskunnassa on jotakin muuta kuin maatalousvaltaisissa oloissa omavaraisine yksikköineen. Jotta jokaisella ihmisellä olisi samat mahdollisuudet saavuttaa oma parhaansa, täytyy tietyn tasapainon vallita yhteiskunnan laitostetun järjestyksen ja hyvän elämän edellytysten välillä.<sup>3</sup>

Kulutussyhteiskunnan kehitys on tärkeä painopiste kuluttajaekonomian opetuksessa ja tutkimuksessa. Jotta voisimme arvioida tulevan kehityksen suuntaa, meidän on syytä olla perillä tähänastisen kehityksen päälinoista. Suomalaisen kulutussyhteiskunnan kehityksestä 1900-luvulla aina nykyhetkeen asti on viime ai-

koina ilmestynyt ja lähiaikoina ilmestymässä tutkimuksia, jotka korvaavat puutteita ja tämentävät näkemyksiä varsinkin sotien jälkeisen ajan yhteiskunnallisesta kehityksestä. Maamme on noussut viimeksi kuluneen sadan vuoden aikana köyhästä periferiasta hyvinvoinnin ja taitotiedon kärkimaihin koko maailmassa. Miten se on ollut mahdollista ja mikä on ollut kulutuksen rooli kehityksessä? Haastava kysymys on se, mikä on yleisesti kulutuksen merkitys kansakuntien vaurastumisen prosessissa?

Koko maapallon ja ihmiskunnan tulevaisuuden kannalta ympäristöön ja kulutukseen liittyvät kysymykset ovat kohtalon kysymyksiä. Ekologisesti kestävä kulutuksen mallit tarjoavat suuria haasteita myös tutkimukselle. Kulutuksen ympäristövaikutuksia voidaan lähestyä niin yksittäisten kuluttajien ja kotitalouksien näkökulmasta kuin myös yleisemmästä makro-näkökulmasta. Millaista on ekologisesti kestävä kulutus ja mitä se edellyttää tuotteilta ja kuluttajilta? Miten kuluttajat ja kotitaloudet voivat omilla valinnoillaan vaikuttaa kulutuksen ohjaamiseen kestävä kehityksen toteutumista palvelemaan suuntaan?

Nykypäivän kuluttaja elää nopeasti muuttuvassa mediaympäristössä. Kotitietokoneet ja matkapuhelimet ovat yleistyneet huimaa vauhtia, digitaalitelevisio tekee tuloaan ja uudet tallennetyypit sekä internet muuttavat audiovisuaalisen kulttuurin kulutustottumuksia. Tarjolle tulee aivan uudenlaisia kulutusmahdollisuuksia. Myös mainonta on osa tätä nopeasti kehittyvää mediaympäristöä. Median kulutus ei tänä päivänä ole kaikilta osin enää materiaalista, vaikkakin sähköiset mediat asettavat suuria tarpeita energiantuotannolle. Osa modernista palvelutuotannosta tapahtuuakin tietoverkkoja hyväksi käyttäen. Sähköisen kaupankäynnin ja muun asioinnin tutkiminen onkin tärkeä haas-

<sup>2</sup> Sihvola 1994, 46.

<sup>3</sup> Von Wright 1981, 165, kurs. alkup.

te kuluttajaekonomialle. Minkälaisia etuja ja ongelmia liittyy sähköiseen asiakkuuteen kuluttajan näkökulmasta? Tietoverkoissa tapahtuvan asioinnin tutkimus on sisällöllisesti ja metodisesti haasteellinen laajeneva tutkimusalue.

Kulutuksen pelkistäminen yksilön valinnan ongelmaksi on melkoisen yksipuolinen näkemys moniulotteisesta ilmiöstä. Kuluttajatutkimuksen klassikot *Thorstein Veblenistä* ja *Georg Simmelistä* lähtien ovatkin korostaneet kulutusta sosiaalisena kommunikaationa. Tällainen näkemys edellyttää rikkaampaa kuluttajakuvaa kuin mikä on edelleen vallitsevana valtavirtataloustieteessä. Näkemys kuluttajasta puhtaasti rationaalisia valintoja tekevänä toimijana sulkee pois kulutuksen merkitysulottuvuudet, jotka kuitenkin näkemykseni mukaan ovat tärkeitä ja modernissa hyvinvointiyhteiskunnassa kenties korostumassa. Kulutuksesta nauttimiseen on suhtauduttu pitkään pidättyväisesti tai jopa kielteisesti. Arkipäivän pienet suloiset nautinnot voivat kuitenkin olla tärkeitä hyvinvointimme kannalta. Viime kädessä kuluttajan käyttäytymisen motivaatioperusta on empiirinen kysymys, mitä esimerkiksi hyvinvoinnin taloustieteen moderni klassikko *Tibor Scitovsky* painotti jo 1970-luvulla teoksessaan *The Joyless Economy*.<sup>4</sup> Scitovsky rakentaa optimistisen visionsa kulttuuripalveluiden kasvulle kulutukselle. Taiteen, tieteen, koulutuksen ja monilla muilla inhimillisen luovuuden alueilla tuotettavat kulttuuripalvelut ovat verrattain ympäristöystävällisiä. Tällainen kehitys voisi merkitä myös talouskasvun painotumista laadulliseen suuntaan määrällisen kasvun sijasta. Kestävä kehitys maapallolla ei voi perustua uusiutumattomia luonnonvaroja

hyödyntävään loputtomaan ja kiihtyvään määrälliseen kasvuun. Yhdysvaltalainen tutkija *Ju-liet Schor* onkin teoksessaan *The Overspent American* kehottanut yhdysvaltalaisia miettimään vakavasti kiihtyvällä tahdilla etenevän globalisaation, talouden tehostamisen ja hillittömän kilpailun varjopuolia yhteiskuntajärjestyksen ja elämän laadun kannalta.<sup>5</sup>

Kulutukseen sosiaalisena kommunikaationa liittyy myös talousantropologian klassinen tutkimuskohde lahjainstituutio. Historioitsija *Stephen Nissenbaum* on tuonut voimakkaasti esiin joulun lahjainstituutioineen modernin kulutusyhteiskunnan kätilönä 1800-luvun Yhdysvalloissa.<sup>6</sup> Vastavuoroisen lahjojen antamisen ja vastaanottamisen avulla erityisesti naiset ylläpitävät laajaa sosiaalista verkostoa. Pitkään taloustieteellisessä tutkimuksessa annettuna otettu ihmiskuva kuluttajasta rationaalisena valitsijana rikastuu merkittävästi, jos kuluttajan motiivien empiirinen tutkimus ja sen tulokset otetaan vakavasti. Kulutuksen merkitys sosiaalisena kommunikaationa tai jälkimeriaalien arvojen myötä kasvava huoli maapallon tulevaisuudesta saattavat paljastua yhä tärkeämmiksi myös kulutusta ohjaileviksi tekijöiksi. Lisäksi myös mainontaa on perusteltua tutkia sosiaalisena kommunikaationa. Mainonta on erottamaton osa modernia kulutus- ja mediakulttuuria.

Suomessa puhutaan nykyään paljon väestön ikääntymisestä. Ikääntyvien hyvinvointi onkin tärkeä tutkimuskohde myös kulutuksen näkökulmasta. Miten ikääntyville voidaan tarjota hyvinvoinnin kannalta välttämättömät palvelut? Tämä koskee mitä suurimmassa määrin

<sup>5</sup> Schor 1999.

<sup>6</sup> Nissenbaum 1996.

<sup>4</sup> Scitovsky [1976]1992.

myös niin kaupan rakennemuutoksen ja alan keskittymisen myötä haasteeksi tulevaa lähikauppojen häviämistä kuin myös muun palvelutuotannon muuttumista. Pystyvätkö ikääntyvät ihmiset asumaan kodeissaan, jos etäisyys lähimpiin palvelupisteisiin kasvaa koko ajan kuten esimerkiksi haja-asutusalueella tapahtuu? Ongelman ratkaisuksi on tarjottu modernia tietotekniikkaa. Verkkopalveluiden käyttäminen edellyttää kuitenkin sellaisia valmiuksia, joita kaikilla vanhuksilla ei yksinkertaisesti ole. Tutkimuksissa on havaittu, että palvelutilanteiden inhimillinen vuorovaikutus on usein yksin asuville vanhuksille äärimmäisen tärkeää. Muita tutkimuksen kannalta kriittisiä ikäryhmiä ovat esimerkiksi lapset ja nuoret, joiden kulutusta Suomessa ei vielä kovin paljon ole tutkittu. Kauppa kohdistaa kuitenkin näihin suhteellisen uusiin kuluttajaryhmiin suuria odotuksia. Kohtaavatko odotukset ja käytettävissä olevat resurssit? Saavatko nuoret kodeistaan ja koulusta riittävästi tietoa ja valmiuksia kyetäkseen hallitsemaan omaa talouttaan ja kasvaakseen vastuullisiksi kuluttajiksi? Tulevatko kulutukseen liittyvät eettiset ja ekologiset kysymykset riittävästi esille? Otetaanko lapset erityisryhmänä oikealla tavalla huomioon kulutusyhteiskunnassa? Lasten tulevaisuus ei voi olla yksinomaan kotien seinien sisällä hahmoteltava asia, vaan myös koko yhteiskunnalla on osa vastuuta. Eväitä hyvään elämään tarjotaan toivottavasti matkan varrella monesta suunnasta.

Kun kansantaloustieteen klassikko *Alfred Marshall* asetti taloustieteen tehtäväksi köyhyyden poistamisen maailmasta, voisi tämän päivän kuluttajaekonomian tavoitteena pitää hyvinvoinnin ja hyvän elämän ehtojen lisäämisen tutkimusta. Sanotun suuntaisia päämääriä asettivat kotitaloustutkimuksen uranuurtajanaiset kuten *Ellen Swallow Richards* tai *Charlotte*

*Perkins Gilman* 1800- ja 1900-luvun vaihteen Yhdysvalloissa ja 1920- ja 1930-luvulla *Laura Harmaja* Suomessa sekä kulutustutkijat *Hazel Kyrk* ja *Elizabeth Hoyt* Yhdysvalloissa. Kotitalouksien menojen mitoittaminen käytettävissä olevien tulojen mukaan on kotitalous- ja kulutustutkimuksen klassinen tutkimusongelma. Miten ajoittaisesta työttömyydestä ja toimeentulo-ongelmista kärsivät sosiaaliryhmät pääsevät osallisiksi kulutusyhteiskunnan materiaalisesta hyvästä, kun monien yhteiskuntien sisällä voidaan nähdä enemmän tai vähemmän voimakkaita eriarvoistumistendenssejä? Historian kuluessa kasvavat toimeentuloerot ovat monesti johtaneet ennen pitkää yhteiskuntarauhan järkkymiseen. Sen ei luulisi olevan kenenkään edun mukaista. Empatian kyky ja taito tarkastella asioita joskus myös toisen ihmisen näkökulmasta ovat tärkeitä sosiaalisia ominaisuuksia, jotka tuntuvat toisinaan unohtuvan nykyajan kilpailua korostavassa ilmapiirissä. Kuitenkin suurin ihmisiä ja ihmisryhmiä toisiinsa yhdistävä tekijä on ollut ja on aina oleva rakkaus. Ihminen tuntevana olentona ei ole ollut vieras edellä mainitsemilleni naistutkijoille.

Globalisaatio on ollut viime vuosien suuri keskustelunaihe myös tieteessä niin kuin yleisemminkin julkisessa keskustelussa. Eettinen näkökulma tulee väistämättä esiin globalisoitumisen seurauksia pohdittaessa. Millaisia seurauksia on eriarvoistumisella, joka on yksi tämän päivän kehityssuunta niin monien maiden sisällä kuin myös kansainvälisesti? Nobel-palkinnon saanut intialainen taloustieteilijä *Amartha Sen* on korostanut köyhyyden ja ympäristöongelmien välistä yhteyttä. Nälkäräjällä eläville ihmisille huoli jokapäiväisestä leivästä on paljon polttavampi kuin kysymys maapallon ja ekosysteemin tulevaisuudesta. Teollistuneissa ja jälkiteollisen yhteiskunnan maissa kuluttajia

kiinnostaa yhä enemmän, onko heidän ostamansa tuotteet tuotettu eettisesti hyväksyttävällä tavalla ja olosuhteissa. Globalisaation uhkakuvat ovat yleisesti tunnettuja. ”Väestöräjähdykseen” yhdistettynä esimerkiksi sosiologi Zygmunt Baumanin ja taloustieteilijä John Galbraithin pessimistisin värein maalailema kasvavien alueellisten ja globaalien toimeentuloerojen maailma vaarantaa koko ihmiskunnan tulevaisuuden. Lienee aika miettiä vakavasti kansainvälisen kehityksen hallitsemisen mahdollisuuksia maiden rajat ylittävällä yhteistyöllä ja sopimuksilla.

Ajatelllessani kuluttajaekonomian oppiaineen tulevaisuutta, mieleeni tulee vahvasti suurena haasteena humanistisen taloustieteen mahdollisuus. Humanismi on antiikin Kreikasta periytyvä ja renessanssiajalla kukoistanut historiallisessa kehityksessä muotonsa saanut aatesuunta, jossa ihmisarvo asetetaan keskeiselle sijalle. Jotkut renessanssin humanistit ennustivat ihmisen valtakunnan tuloa, jossa vapaudutettiin luonnonvoimien ja yliluonnollisten mahtien kahleista. Akateemikko Georg Henrik von Wright on kirjoittanut:

Humanismin, joka todella asettaa ihmisen keskeiselle sijalle, täytyy meidän päivinämme korostaa voimakkaammin ihmisten välistä solidaarisuutta kuin yksilön itsetoteutusta. Näitä kahta tavoitetta, solidaarisuutta ja itsetoteutusta, ei kuitenkaan voida jyrkästi erottaa toisistaan. Solidaarisuuden päämääränä voi olla vain, että kaikkien yhteisön jäsenten olot ovat hyvät.<sup>7</sup>

Olemme viimeisen runsaan kymmenen vuoden aikana nähneet yksilön vapautta jyrkäs-

ti rajoittaneiden poliittisten järjestelmien perikadon. Ihmisoikeudet eivät kuitenkaan vieläkään toteudu kaikkialla toivottavalla tavalla. On olemassa myös erilaisia hiljaisia arkipäivän ”pakkoja”, jotka estävät ihmisiä elämästä hyvää elämää itse toivomallaan tavalla. Ennen kaikkea on tultu yhä tietoisemmiksi ekosysteemin tasapainon säilymisen välttämättömyydestä ihmisten tulevaisuuden kannalta. Tänä päivänä meidän tulee asettaa lähtökohdaksi ihmisarvon lisäksi myös muiden lajien kunnioitus. Hyvän elämän toteutumismahdollisuudet eivät voi olla ristiriidassa kestäväen kehityksen kanssa. Molemmat asiat vaikuttavat toisiinsa. Kysymys kuuluukin, miten ihmiselämän kannalta välttämätön kulutus ja elämäämme rikastavat pienet turhuudetkin voidaan sovittaa yhteen hyvän elämän ja kestäväen kehityksen suurten tavoitteiden kanssa? □

## Kirjallisuus

- Nissenbaum, Stephen (1996): *The Battle for Christmas*. New York, Alfred A. Knopf.
- North, Douglass C. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. New York, Cambridge University Press.
- Schor, Juliet (1999): *The Overspent American. Why we want what we don't need*. New York, HarperPerennial.
- Scitovsky, Tibor ([1976]1992): *The Joyless Economy. The Psychology of Human Satisfaction*. New York, Oxford University Press.
- Sihvola, Juha (1994): *Hyvän elämän politiikka. Näkökulmia Aristoteleen poliittiseen filosofiaan. Tutkijaliiton julkaisusarja 76*. Helsinki, Tutkijaliitto.
- Wright, Georg Henrik von (1981): *Humanismi elämänasenteena*. Keuruu, Otava.

<sup>7</sup> Von Wright 1981, 165–166.