

KULUTTAMINEN HUOLENPITONA

Kulutuskeskeiset elämäntavat nimetään usein juurisyyksi suurten globaalien haasteiden, kuten ilmastonmuutoksen ja luonnon monimuotoisuuden vähenemisen, taustalla. Aiheen yhteiskunnallinen käsittely on painottunut kuitenkin ylikulutuksen varsinaisten syiden sijaan sen negatiivisiin seurauksiin. Ongelma on, että tällöin helposti menetetään näkökulma siihen, miksi me kulutamme. Tämän kysymyksen yhteydessä keskeistä roolia näyttävät, ehkä yllättäen, myös rakkaus ja myötätunto.

Ympäristökeskustelussa kuluttajuus liitetään usein materialismiin, yksilökeskeisyyteen sekä elämän kasvavaan merkityksettömyyteen. Ekosiaalisen sivistyksen näkökulmasta elämän on kuvattu köyhentyvän materiaalisen vaurauden kapea-alaisen ihannoinnin taannuttaessa ihmiskuntaa. Kulutuskulttuurissa aidosti merkityksellisten suhteiden – yhteyksien itseen, muihin ihmisiin, yhteiskuntaan, luontoon ja menneisyyteen – on sanottu välineellistyvän.

Kuluttajuus ei kuitenkaan typisty kulttuurin menettämiseen tai inhimillisen olemassaolon köyhtymiseen, vaan on ymmärrettävä itsessään autenttisenä kulttuurina: kokonaisvaltaisena elä-

mäntapana, jonka säännöistä ja lainalaisuuksista on nopeasti tulossa globaali standardi. Kulutuskulttuurin jäsenenä ihmiset tekevät samaa mitä ovat aina tehneet: etsivät yhteyttä itseen, toisiin ja maailmaan. Rakentavat merkityksiä ja kommunikoivat niistä keskenään. Haluavat tulla nähdyiksi, kuulluiksi ja arvostetuiksi – kokea ja jakaa rakkautta.

Hyvää etsimässä

Antropologi **Daniel Millerin** mukaan kuluttamisen perustavat syyt kiteytyvät nimenomaan sosiaalisiin suhteisiin ja näiden ylläpitoon. Suhteet itseen, muihin ihmisiin, luontoon ja menneisyyteen eivät ole niinkään välineellistyneet tai muuttuneet arvottomiksi, vaan kulutuskulttuurissa niitä muodostetaan ja vaalitaan kuluttamisen kautta – osana markkinavaltojen maailmaa.

Kuluttaminen kytkeytyy erottamattomalla tavalla yhteen aidosti merkityksellisten elämänsisältöjen kanssa, kuten perheestä huolehtimisen, rakkauden osoittamisen ja ystävyysarvostamisen. Huolenpito ja välittäminen eivät tapahdu jossain aineellisen maailman ulkopuolella, vaan toteutuvat yhteisinä ateriaina, lahjoina ja

huomionosoituksina, kunnioitusta osoittavana pukeutumisenä, lomamatkoina ja jaettuina kokemuksina. Korona-aikana toisen hyvinvointia saatetaan vaalia esimerkiksi maskien kuluttamisella ja terveydenhoitopalveluilla.

Pyrkimykset vastustaa pahaa ja edistää hyvää löytävät nykymaailmassa vastaavasti usein ilmauksensa tuotteiden maailman välityksellä. Myötätunnon osoittaminen esimerkiksi luontoa, eläimiä tai vähäosaisia kohtaan saattaa tarkoittaa luomu-, vegaani- tai Reilun kaupan tuotteita. Markkinat mahdollistavat paitsi myötätunnon konkreettisen todeksi elämisen myös omien arvojen viestimisen muille.

Merkityksellisen kuluttajuuden haaste

Kuluttamisen keskeinen merkityksellisyys – sen kytkeytyminen esimerkiksi juuri hyvän, rakkauten, huolenpidon ja myötätunnon ilmaisemiseen – tekee tästä ilmiöstä vaikeasti haastettavan. Samalla on kiistaton tosiasia, että jatkuvan kuluttamisen mielekkyys tulee haastaa.

Käytännössä globaalilla tasolla voidaan hahmottaa kaksi keskeistä ongelmakohtaa: 1) jatkuva ja alati kasvava kuluttaminen suhteessa rajalliseen planeettaan, ja 2) markkinat alati laajentuva ja jatkuvaan kuluttamiseen kannustavana järjestelmänä. Pääasiallisesti ongelmiin tunnutaan tarjottavan vastaavasti kahta ratkaisumallia: 1) kulutusvalinnan kasvattaminen entisestään tarjoamalla parempia vaihtoehtoja, ja 2) markkinoiden kasvattaminen entisestään mahdollistaen parempien vaihtoehtojen tarjoaminen.

Ongelman aiheuttajat tarjotaan myös sen ratkaisijoiksi. Nykyisyys päätyy kahlitsemaan tulevaisuutta. Tilanne edellyttää yhä vahvempaa ymmärrystä itse kuluttamisen juurisyistä: siitä mitä kuluttaminen meille oikeastaan tarkoittaa. Kyse ei useinkaan ole itsekkyydestä tai omahyväisyydestä, vaan myös huolenpidosta ja välittämisestä – hyväksytyksi tulemisesta omassa yhteisössä ja myös toisen arvon tunnustamisesta.

TEKSTI: **Mikko Kurenlahti**

Kirjoittaja on uskontotieteen väitöskirjatutkija, joka tutkii kuluttajuutta maailmankatsomuksellisenä haasteena.



“Kulutuskulttuurin jäsenenä ihmiset tekevät samaa mitä ovat aina tehneet: etsivät yhteyttä itsseen, toisiin ja maailmaan.”