

LUKSUSKULUTUS YHTEISKUNNALLISTEN JAKOJEN TUOTTAJANA

Historia ja nykyisyys

Minna Leppälä
Maisterintutkielma
Sosiologia
Yhteiskuntatieteiden ja
filosofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2020

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Tekijä Minna Leppälä	
Työn nimi Luksuskulutus yhteiskunnallisten jakojen tuottajana – Historia ja nykyisyys	
Oppiaine Sosiologia	Työn tyyppi Maisterintutkielma
Aika Syksy 2020	Sivumäärä 74
Ohjaaja Terhi-Anna Wilska	
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tehtävänä on selvittää, millainen yhteiskunnallinen rooli luksuksella on ja miten luksus ilmentää yhteiskunnassa esiintyviä jakoja ja sosiaalista erottautumista. Olen kiinnostunut erityisesti luksuksen ja yhteiskuntaluokan välisestä suhteesta.</p> <p>Tutkielmani keskeisenä tarkoituksena on problematisoida yksiselitteiseltä vaikuttava luksuksen käsite ja tuoda esiin sen syvempiä yhteiskunnallisia merkityksiä. Pyrin laajentamaan luksuksen määritelmää tarkastelemalla luksusta yhteiskunnallisena ilmiönä sen sijaan, että näkisin sen vain yhtenä kulutuksen muotona. Teoriaosuudessa tarkastelen historiallisen sosiologian ja käsitehistoriallisen näkökulman avulla luksuskäsityksessä ilmeneviä katkoksia ja jatkuvuutta siirryttäessä esimodernista moderniin yhteiskuntaan ja edelleen jälkimoderniin yhteiskuntaan. Käsittelem myös yhteiskuntaluokan merkitystä sosiaalisessa erottautumisessa sekä suomalaisen kulutusyhteiskunnan ominaispiirteitä.</p> <p>Tutkimuksen aineistoina toimivat Erika 2020- ja Suomi 1999–2019-kyselytutkimusten kvantitatiiviset aineistot, joita analysoin IBM SPSS Statistics 26 -tilasto-ohjelmistolla. Analyysimenetelminä käytän MCA-analyysia ja yksisuuntaista varianssianalyysia. Luon katsauksen siihen, mitä suomalaiset pitävät itselleen välttämättömyytenä ja millaisia kulutushaaveita suomalaisilla on. Tutkin lisäksi sitä, miten yleistä luksuskuluttaminen Suomessa on ja mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta parhaiten.</p> <p>Tutkimuksen perusteella luksuskulutuksen ei voida sanoa olevan Suomessa kovinkaan yleistä. Suomalaiset eivät myöskään merkittävästi eroa toisistaan luksuskulutuksen tason suhteen eivätkö myöskään sen suhteen, mieltävätkö he itsensä luksuskuluttajiksi. Vahvimmin luksuskulutusta selittävät tuloluokka, yhteiskuntaluokka ja ikäluokka.</p>	
Asiasanat luksus, ylellisyys, luksuskulutus, kulutusyhteiskunta, yhteiskuntaluokka	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	

Taulukkoluetelo

Taulukko 1. Luksusjaottelu Silversteinin ja Fiskin (2008, 56) mukaan

Taulukko 2. Erika 2020 -aineiston taustamuuttujien jakaumat

Taulukko 3. Suomi 2009 ja 2019 -aineistojen taustamuuttujien jakaumat

Taulukko 4. Mitkä seuraavista koet välttämättömyyksiksi itsellesi?

Taulukko 5. Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi niihin varaa?

Taulukko 6. ”Lomamatka kerran kuudessa kuukaudessa on välttämättömyys” sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan suhteen

Taulukko 7. ”Tekisin enemmän lomamatkoja, jos minulla olisi varaa” sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan suhteen

Taulukko 8. Luksuskulutus-muuttujien frekvenssit

Taulukko 9. ”Minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita” sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan suhteen

Taulukko 10. Yhteiskuntaluokan, koulutustason ja tulotason väliset korrelaatiot

Taulukko 11. Yhteiskuntaluokan suhde luksuskulutuksen yleisyyttä mittaaviin muuttujiin

Taulukko 12. Varianssianalyysin ANOVA-tilaus

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
1.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset.....	2
1.2 Historiallinen sosiologia ja käsitehistoria.....	3
1.3 Tutkielman rakenne.....	8
2 LUKSUSKÄSITYS MUUTOKSESSA.....	10
2.1 Klassisesta moderniin luksukseen.....	10
2.2 Ylellisyyslait luksuksen sääntelyssä.....	15
2.3 Luksus moderneissa talousteorioissa.....	18
2.4 Luksuskulutuksen erityispiirteet.....	21
2.5 Luksus nyky-yhteiskunnassa.....	24
2.6 Suomalainen kulutusyhteiskunta.....	25
3 LUKSUS JA YHTEISKUNTALUOKKA.....	30
3.1 Yhteiskuntaluokan historiaa.....	30
3.2 Maku ja muoti erottautumisen välineinä.....	32
3.3 Kerskakulutus.....	36
3.4 Demokraattinen luksus.....	39
3.5 Yhteiskuntaluokat ja maku Suomessa.....	42
4 AINEISTO JA METODOLOGIA.....	45
4.1 Käytettävät aineistot.....	45
4.2 Aineistojen edustavuus ja jakaumat.....	46
4.3 Käytettävät analyysimenetelmät.....	49
4.4 Tutkimuksen luotettavuus.....	51
5 TUTKIMUSAINEISTON ANALYYSI.....	53
5.1 Välttämättömyydet ja kulutushaaveet Suomessa.....	53
5.2 Lomamatkat välttämättömyytenä ja haaveena.....	55
5.3 Luksuskulutuksen yleisyys Suomessa.....	58
5.4 Kuka on luksuskuluttaja?.....	59
5.5 Yhteiskuntaluokka luksuskulutuksen selittäjänä.....	61
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	64
LÄHTEET.....	69

1 JOHDANTO

Luksus on ajankohtainen yhteiskunnallinen ilmiö, ja sillä on kulutusvalintoihin keskittyvää näkökulmaa laajempi merkitys sosiologisessa tutkimuksessa. Monissa luksustutkimuksissa tarkastelu on keskittynyt luksusbrändeihin ja luksustuotteiden määrittelyyn. Pyrin tutkielmassani laajentamaan tätä melko suppeana pitämäni luksuksen määrittelyä tarkastelemalla luksuskulutusta yhteiskunnallisena ja historiallisena ilmiönä sen sijaan, että näkisin sen vain yhtenä kulutuksen muotona. Luksuksella on hyvin pitkä historia, joka yllättää kaikessa moninaisuudessaan. Luksusta on pidetty niin hyveenä kuin paheenakin, ja sekä moraalisesti tuomittavana että taloudellisesti kannatettavana ilmiönä. Monet näistä kaukaa menneisyydestä juontuvista käsityksistä elävät edelleen tämän päivän luksuksessa.

Kulutusnäkökulman ja taloudellisen näkökulman ohella luksusta voidaan Berryn (1994, xi–xii) mukaan tarkastella esimerkiksi filosofisesta, historiallisesta, antropologisesta, teologisesta ja poliittisesta näkökulmasta. Luksus sopii mainiosti sosiologisen tutkimuksen kohteeksi, sillä luksusta tarkastelemalla voidaan tutkia yhteiskunnallisen järjestyksen ongelmaa sekä siirtymää esimodernista moderniin yhteiskuntaan, jotka kumpikin ovat keskeisiä sosiologian tutkimuskohteita. Nyky-yhteiskunnassa demokraattisen luksuksen paradoksi on hyvin näkyvä. Kun mikä tahansa voi olla luksusta, mikään ei enää todellisuudessa ole sitä. Luksus menettää yhä enemmän merkitystään, kun se liitetään yhä erilaisempiin hyödykkeisiin.

Suomen kielen perussanakirjassa luksuksen määritelmänä on ”ylellisyys, loisto”. Ylellisyys määritellään puolestaan seuraavasti: ”(liian, ylenpalttisen) loistelas, komea, suurellinen, mahtava, mukava; tuhlaileva; tavallisen elintason ylittävä”. Määritelmässä yhdistyvät niin luksuksen positiivisuus kuin negatiivisuuskin ja ero tavanomaiseen kulutukseen.

Yhteiskunnissa on aina esiintynyt eriarvoisuutta, jonka taustalla on yleensä yhteiskunnan luokkarakenne. Eksklusiivisuus ja erottautuminen on usein nähty tarkoituksenmukaisina yhteiskunnallisen aseman osoittamisessa. Erottautumisen ja yhdistymisen välinen jännite on havaittavissa myös luksuksessa. Demokraattisen luksuksen paradoksi ilmentää niin pyrkimystä tasa-arvoiseen asemaan ja yhtäläisiin oikeuksiin kuin erottumiseenkin.

1.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Saariston ja Jokisen (2010, 21–23) mukaan sosiologian tehtävänä on tutkia, miten inhimillinen toiminta on järjestynyt, miten tuo järjestys on mahdollinen ja miten se toimii. Sosiologiassa ei hyväksytä asioita luonnollisina vaan otetaan etäisyyttä tuttuihin ja itsestäänselviin ilmiöihin problematisoimalla ne. Tutkielmani keskeisenä tarkoituksena on problematisoida yksiselitteiseltä vaikuttava luksuksen käsite ja tuoda esiin sen syvempiä yhteiskunnallisia merkityksiä. Kulutusyhteiskunnan kehityksen vauhdittajana luksuksella on osansa modernin yhteiskunnan kehityksessä, ja luksus on myös auttanut luomaan ja ylläpitämään yhteiskunnallisia jakoja.

Tarkastelen tutkielmassani historiallisen sosiologian ja käsitehistoriallisen näkökulman avulla luksuskäsityksessä esiintyviä katkoksia ja jatkuvuutta esimodernin, modernin ja jälkimodernin yhteiskunnan välillä. Uskon luksuksen historiallisen tarkastelun auttavan ymmärtämään luksuksen asemaa nyky-yhteiskunnassa. Perehdyn tarkemmin myös luksuksen ja yhteiskunnan luokkarakenteen väliseen suhteeseen. Luon lisäksi katsauksen suomalaiseen kulutusyhteiskuntaan sekä yhteiskuntaluokkiin Suomessa, ja tutkin aineisto-osiossa suomalaista luksuskulutusta tarkemmin. Tutkielmassani yhdistyvät näin teoriaosuuden käsitteellinen ote ja aineisto-osuuden empiirinen ote.

Keskeisenä tutkimusongelmanani on luksuksen suhde yhteiskunnallisiin jakoihin ja se, miten luksus näitä jakoja mahdollisesti tuottaa ja ylläpitää. Tutkielmassani pyrin vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

Miten luksuskäsitys on muuttunut historian saatossa?

Millainen on luksuksen ja yhteiskuntaluokan välinen suhde?

Miten yleistä luksuskulutus Suomessa on?

Mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta Suomessa?

Tarkasteluni painottuu länsimaiseen, erityisesti eurooppalaiseen ja suomalaiseen, luksuskäsitykseen. Thorstein Veblenin (1899/2002) joutilasta luokkaa ja kerskakulutusta käsittelevän teorian lisäksi tarkasteluni keskiössä ovat Pierre Bourdieun distinktioteoria ja Georg Simmelin muotia käsittelevä teoria. Veblen käsittelee yksilön ja yhteiskunnan välistä suhdetta kerskakulutuksen kautta, kun taas Bourdieulla tärkeimmäksi yksilöitä toisistaan

erottaviksi yhteiskunnallisiksi tekijöiksi nousevat luokka-asemien määrittämät maut Simmelillä yksilöä ja yhteiskuntaa välittävänä tekijänä toimivat muoti ja raha. Veblen, Bourdieu ja Simmel eivät käsittele suoranaisesti luksusta tai sen asemaa yhteiskunnassa, mutta heidän esittämiensä teorioiden pohjalta pystytään tekemään välillisiä päätelmiä luksuksen asemasta teorioiden yhteiskunnallisissa konteksteissa.

Luksuksen historiallisessa tarkastelussa keskiössä ovat 1700-luvun ja 1800-luvun eurooppalaisessa yhteiskunnassa tapahtuneisiin muutoksiin keskittyvät teoriat sekä modernit amerikkalaiset kulutusteoriat. Varhaisimpia näkemyksiä luksuksesta ovat esittäneet muun muassa Platon ja Aristoteles, David Hume ja Werner Sombart, joita myös käsittelen lyhyesti. Laajimmin luksuksen historiaa ovat käsitelleet Christopher J. Berry (1994) ja John Sekora (1977), joiden teokset muodostavat luksuskäsitteen historiallisen tarkasteluni pohjan. Luksuksen historiallista muotoutumista tarkastelen myös muun muassa Norbert Eliasin (1939/2000), Colin Campbellin (1987) ja Chandra Mukerjin (1983) teosten pohjalta.

1.2 Historiallinen sosiologia ja käsitehistoria

Sosiologia on määritelmältään modernia yhteiskuntaa tutkiva tiede (ks. esim. Töttö 1989; Heiskala 1995). Sosiologinen tutkimus on sidottu omaan aikaansa eli moderniin myös historiallisia ilmiöitä tutkittaessa. Sosiologiassa ei pyritä yksittäisen tapahtumaketjun kuvaamiseen, vaan historiallisen tarkastelun tarkoituksena on löytää tutkittavaa ilmiötä koskevia yleisiä yhteiskunnallisia käytäntöjä, mikä auttaa hahmottamaan yhteiskunnassa tapahtuneita muutoksia. (Saaristo ja Jokinen 2010, 13–14.) Ruonavaara (2005a, 39–40) on lisäksi todennut, että yhteiskunnallista muutosta koskevan tutkimuksen on oltava vähintään historiatietoista (historically minded), vaikka se ei olisikaan suoranaisesti historiallista. Historiallisesta perspektiivistä tarkasteltuna ainutlaatuiselta näyttävän muutoksen taustalta voi paljastua pidempiaikainen kehityskulku. Ruonavaara korostaakin katkoksiensa ohella yhteiskunnallisten ilmiöiden jatkuvuutta.

Historiallinen sosiologia on Ruonavaaran määritelmän mukaan ”toiminnan sosiaalisen määräytymisen, yhteiskunnallisten rakenteiden ja ilmiöiden sosiaalisen konstruktion tutkimista menneisyyden yhteiskuntaa koskevalla aineistolla”. Esimerkkinä hän mainitsee

Weberin kapitalismin henkeä koskevan tutkimuksen. Ruonavaaran mukaan historiallisen sosiologian määrittelyn tekee osaltaan vaikeaksi se tosiasia, että kaikki sosiologinenkin aineisto koskee joko läheisempää tai kaukaisempaa menneisyyttä. Mikään aineisto ei pysty tavoittamaan todellisuutta ”tässä ja nyt”. Toisessa, edellä mainittua määritelmää rajoittavammassa tavassa määritellä historiallinen sosiologia korostuu tutkimuksen historiallinen ote tai lähestymistapa, jolle on ominaista ”metodinen epäluulo kaiken selittäviä yleisiä malleja kohtaan”. (Ruonavaara 2005b, 84–87.)

Lähestymistapaani luksuksen käsitteelliseen tarkasteluun voidaan historiallisen sosiologian näkökulmasta kutsua kerronnalliseksi eli narratiiviseksi. Narratiivisuus merkitsee Ruonavaaran mukaan huomion kiinnittämistä ”ajassa kehittyviin tapahtumakulkuihin, joiden kautta tutkittava ilmiö tuli siksi, millainen se on”. Kerronnallisuuden ohella toinen historiallisen sosiologian keskeinen ominaisuus on kontekstuaalisuus, ja Ruonavaaran mukaan sosiologinen tutkimus ilman kontekstuaalisuutta ei ylipäättäänkään olisi mahdollista. Historiallinen konteksti tarkoittaa tutkimuksen kohteeseen liittyviä relevantteja olosuhteita, jotka tutkijan on itse pääteltävä. Yhteiskunnalliset olosuhteet ja kulttuuriset tilanteet määrittelevät pitkälti sen, millaisen sisällön ja merkityksen yhteiskunnalliset ilmiöt eri aikoina saavat. (Ruonavaara 2005b, 89–92.)

Myös Kaidesoja korostaa historiallisen sosiologian kontekstuaalisuutta. Hänen mukaansa sosiaalisia prosesseja ei voida ymmärtää, jos toimijat irrotetaan historiallisista, sosiaalisista ja kulttuurisista konteksteista. Historiallisen sosiologian tutkimuskysymysten painottuminen yhteiskunnallisiin muutoksiin korostaa tutkittavien sosiaalisten ilmiöiden ja niitä tuottavien sosiaalisten mekanismien kontekstuaalisuutta entisestään. Sosiaalisilla mekanismeilla Kaidesoja viittaa toimijoiden sosiaalisista suhteista, normatiivisista instituutioista, kulttuurisista merkityksistä ja käytössä olevista materiaalisista resursseista koostuvaan rakenteelliseen ympäristöön. Sosiaalinen toiminta ei koskaan tapahdu tyhjiössä, vaan toimijat jakavat keskenään myös toimintaansa ohjaavia samankaltaisia intressejä, toimintatapoja, ajattelumalleja ja kognitiivisia kehyksiä. (Kaidesoja 2018, 250, 259.)

Käsittehistoriassa kiinnostus kohdistuu siihen, miten käsitteitä luodaan, miten niille annetaan erilaisia merkityksiä ja miten niiden hallinnasta ja oikeasta käyttötavasta käydään kamppailua. Lähtökohtana on käsitteiden historiallisuus ja vähintäänkin potentiaalinen

kiistanalaisuus, ja tarkoituksena on kyseenalaistaa käsitteiden itsestään selviltä vaikuttavat tulkinnat. Käsitehistoriallisella lähestymistavalla on merkitystä paitsi menneisyyden myös nyky-yhteiskunnan ilmiöiden tutkimisessa, sillä sen avulla paikannetaan käsitteissä tapahtuneita katkoksia ja muutoksia. Käsitehistoriallinen tutkimus on keskittynyt pitkälti politiikan käsitteisiin kuten hallintaan, valtaan, valtioon ja yhteiskuntaan. (Hyvärinen, Kurunmäki, Palonen, Pulkkinen ja Stenius 2003, 10–11.)

Käsitteet ovat historiallisesti pysyvämpiä ja yleisemmän tason merkityksiä kuin sanat, termit ja merkitykset. Käsitteitä on aiemmin pidetty yleisesti muuttumattomina, mutta nykyisin käsitteiden nähdään syntyvän ja katoavan kielen ja ajattelun muuttuessa. Käsitteissä on kuitenkin laadullisia eroja, ja jotkut käsitteet voivat pysyä pitkään hyvinkin muuttumattomina. Käsitehistoriassa vallitsee erimielisyys siitä, voidaanko käsitteiltä löytää muuttumatonta ”kovaa ydintä”, jolloin vain sen historialliset tulkinnat vaihtelisivat. Käsitteet ymmärretään kuitenkin aina tietyn kulttuuriympäristön ja kieliyhteisön tuotteina. (Väyrynen 2017, 91–92.)

Käsitehistoriallisesta näkökulmasta luksuksen käsitettä voidaan tarkastella suhteessa poliittisen käsitteeseen. Schmittin (2015, 42–43) mukaan mistä tahansa käsitteestä tulee poliittinen suure silloin, kun se on riittävän voimakas ryhmittelemään ihmiset ystäviin ja vihollisiin. Ryhmittelyn perustana voivat olla esimerkiksi uskonnolliset, taloudelliset tai moraaliset vastakohdat. Schmitt mainitsee esimerkkinä luokan käsitteen, josta tulee taloudellisen suureen sijaan poliittinen suure, kun ”luokkataistelu” otetaan tosissaan ja luokkavastustajaa kohdellaan vihollisena, jota vastaan taistellaan. Luksuksen voidaan ymmärtää olevan poliittinen käsite siinä mielessä, miten se ilmentää yhteiskunnallisia jakoja ja mahdollisesti myös tuottaa ja ylläpitää niitä. Luksus voidaan myös liittää luokkien välillä käytävään taisteluun, jolloin se määrittyy luokka-aseman kautta.

Luksus

Luksukselle on mahdotonta antaa täsmällistä ja tyhjentävää käsitteellistä määritelmää, sillä muiden yhteiskunnallisten ilmiöiden tapaan se on sidoksissa historialliseen ja sosiaaliseen kontekstiinsa. Luksusta voidaan lähestyä tarkastelemalla miten siihen on suhtauduttu ja millaisia merkityksiä siihen on liitetty eri aikoina. (Zanda 2011, 1.) Luksusta tutkittaessa tarkastelun kohteena ovat siis aina luksuksen käsitteelliset merkitykset ja määritelmät,

jotka vaihtelevat sekä ajallisesti että eri kulttuurien ja yhteiskuntien kesken. Luksuksen määrittelystä on kaikissa yhteiskunnissa käyty kamppailua, ja se on yhteydessä muun muassa yhteiskunnassa vallitsevan legitiimin maun määrittymiseen.

Luksus on sosiaalinen konstruktio ja kulttuurisesti määrittyvä käsite, ja sillä on myös vahvoja subjektiivisia merkityksiä. Se, mikä on jollekin välttämättömyys, voi olla toiselle ylläilyä. Yksinkertaisimmillaan luksus merkitsee kaikkea mikä on tarpeetonta. Sekora (1977, 23) paikantaa luksuksen keskiöön välttämättömyyden ja hierarkian käsitteet, joihin liittyy ajatus materiaalisten (= välttämättömyys) ja persoonallisten (= hierarkia) rajojen ylittämisestä. Tarpeiden ja halujen välinen ero liittyy myös usein luksuksen määrittelyyn. Berryn (1994, 33–35) mukaan vähimmäistoimeentulon taso määrittyy sosiaalisesti, ja yhteiskunnat ovat nostaneet etusijalle eri tarpeita eri aikoina. Tietyn hyödykkeen merkitys yksittäiselle ihmiselle riippuu sen asemasta yksilön omien halujen joukossa.

Luksus jaetaan ajallisessa tarkastelussa yleisesti klassiseen ja moderniin luksukseen. Klassisella luksuksella viitataan luksuskäsitykseen, joka vallitsi antiikin Kreikassa ja Roomassa sekä keskiajalla ja joka pysyi keskeisiltä osiltaan hyvin samanlaisena modernin yhteiskunnan kehittymiseen saakka. Antiikissa luksus ilmeni sekulaarisena ja poliittisena ongelmana. Keskeisessä asemassa oli luksuksen turmelevuus, joka kohdistui ihmisen ja yhteiskunnan luonnolliseen ihanteeseen. Antiikin jälkeen kristinuskon merkitys luksuksen määrittelyssä kasvoi, ja luksuksen turmelevuus sai uskonnollisia piirteitä. Luksus nostettiin perisyntin asemaan, mikä hallitsi luksuskustelua aina 1700-luvulle saakka. (ks. esim. Sekora 1977; Berry 1994; Ahern 2017.)

Luksusta on kaikissa yhteiskunnissa pidetty sekä hyödyllisenä että haitallisena ilmiönä. Antiikin yhteiskunnissa luksus oli yhtä kiistanalainen ja ongelmallinen käsite kuin se on nykyäänkin (Scott 2011). Luksusta on kautta historian pidetty sekä idässä että lännessä moraalisesti tuomittavana niin uskonnollisin kuin maallisinkin perustein, ja ylläilyslait on nähty välttämättömänä keinona luksuksen vastaisessa taistelussa. (Zanda 2011, ix–xi.) Luksus käsitetään negatiivisessa merkityksessään lähes aina jonain vieraana ja ulkoisena, joka uhkaa horjuttaa vakiintunutta yhteiskunnallista järjestystä. Antiikin Roomaan turmelevan luksuksen katsottiin tulleen idästä, joko Kreikasta tai Aasiasta. Keskiajan Englannissa taas paheksuttiin ranskalaista ylläilyä ja italialaisissa kaupunkivaltioissa kaikkea niiden omien rajojen ulkopuolista luksusta. (Zanda 2011, 8–10.)

Suhtautuminen luksukseen muuttui radikaalisti siirryttäessä esimodernista yhteiskunnasta moderniin yhteiskuntaan. Siirtymä merkitsi monille teoreetikoille maailman kääntymistä pääläelleen. (Sekora 1977, 63–64; Hunt 1996, 12–14.) Luksuskulutuksen laajenemisen yhteydessä on perusteltua kiinnittää huomiota myös materialismin ja kapitalismin kehitykseen, sillä ne vaikuttivat suuresti siihen muutokseen, joka suhtautumisessa luksukseen modernin kynnyksellä tapahtui. Merkittävin käänne luksuskäsityksessä tapahtui siirryttäessä varhaismodernista moderniin yhteiskuntaan, kun kansantaloudelliset ja kaupalliset merkitykset ottivat moralismin paikan luksuskeskustelun keskiössä. Luksuskäsityksen muutoksella oli kauaskantoisia seurauksia, ja tuon tapahtumaketjun onkin katsottu kuvastavan siirtymää moderniin yhteiskuntaan. (Zanda 2011, 2.)

Yhteiskuntaluokka

Luokka on yksi vanhimmista ja kiistellyimmistä sosiologian käsitteistä. Nykyisen merkityksensä luokan käsite sai 1700- ja 1800-lukujen vaihteen Englannissa, kun termi 'class' korvasi termit 'ranks' ja 'order' yhteiskunnallisten jakojen kuvaajana. Sosiologiassa luokkatutkimusta on tehty 1900-luvun alusta lähtien, ja sen merkitys on edelleen suuri. Luokkatutkimuksen keskiössä ovat yhteiskunnan valtasuhteet. Sosiologinen luokkatutkimus on jakautunut pääosin marxilaiseen ja weberiläiseen perinteeseen. Marxilaisessa luokkateoriassa painotetaan tuotantosuhteiden eli omistuksen ja vallan merkitystä, ja keskeisinä luokkina ovat tuotantovälineet omistava porvaristo ja palkkatyötä tekevä työväenluokka. Keskiluokkaa Marx ei juurikaan käsitellyt. Weberiläisessä luokkateoriassa sen sijaan keskeisessä asemassa ovat yksilön materiaaliset resurssit eli ammatti, tulot ja koulutus. Weber erotti toisistaan neljä luokkaa eli työväestön, pikkuporvariston, sivistyneistön ja etuoikeutetut luokat. Luokka-asema määrittää sen, millaiset mahdollisuudet tarpeidensa tyydyttämiseen markkinoita hyväksi käyttäen yksilöllä on. (Melin 1999, 21–22; Melin 2010, 211–212.)

Melinin (2010, 212–213, 220, 226) mukaan yhteiskuntaluokan käsitteellä voidaan viitata yksilön subjektiiviseen näkemykseen omasta asemastaan tai luokan objektiiviseen asemaan yhteiskunnan jakosuhteiden järjestelmässä. Luokan käsitteen kautta voidaan myös tarkastella yhteiskunnallisten suhteiden vaikutusta yksilön asemaan sekä eriarvoisuuden historiallista rakentumista analysoimalla yhteiskunnallista muutosta. Luokkatutkimuksessa voi esiintyä myös normatiivisia kannanottoja. Luokkatutkimusta on arvosteltu siitä, ettei se

pääse hienostuneiden luokkarakennemallien esittämistä pidemmälle. Melinin mukaan luokkarakenne on kuitenkin vain tutkimuksen lähtökohta, josta edetään uusiin analyyseihin. Hän näkee yhteiskunnallisten jakojen sosiologisen tutkimuksen merkityksen korostuneen entisestään modernin yhteiskunnan eriytyessä 2000-luvulla yhä enemmän.

Melinin mukaan 1990-luvun lopulla muutokset yhteiskuntien rakenteessa olivat hitaampia kuin luokkateorioissa hahmotellut muutokset. Siirtymää talonpoikaisesta yhteiskunnasta teollisuustyön hallitsemaan yhteiskuntaan ja lopulta keskiluokkaiseen palveluyhteiskuntaan ei ollut havaittavissa ainakaan Suomessa. 2000-luvun vaihteessa luokan käsitteen ja koko luokkatutkimuksen merkityksestä käytiin laajaa keskustelua, ja uusien sosiaalisten jakojen nähtiin heikentävän luokkateorian kykyä selittää yhteiskunnallisia jakoja ja eriarvoisuuden prosesseja. Melinin mukaan ennusteet luokan merkityksen heikkenemisestä ovat kuitenkin perustuneet hyvin yksinkertaiseen näkemykseen luokka-analyysistä. Ihmisen taloudellisen olemisen edellytykset määrittyvät hänen mukaansa edelleen merkittävässä määrin luokkaseman pohjalta. (Melin 1999, 22–23; Melin 2010, 213–215.)

1.3 Tutkielman rakenne

Tutkielmani koostuu kuudesta luvusta. Toisessa luvussa perehdyn luksuskäsityksessä tapahtuneisiin muutoksiin ja niiden syihin siirryttäessä esimodernista yhteiskunnasta moderniin yhteiskuntaan ja edelleen postmoderniin eli jälkimoderniin yhteiskuntaan. Tarkasteluni kattaa aikavälin antiikin Kreikasta ja Roomasta aina nykypäivään saakka. Kiinnitän erityisesti huomiota luksuskäsityksessä tapahtuneeseen murrokseen esimodernin ja modernin yhteiskunnan vaihteessa sekä siihen, miten luksusta on käsitelty moderneissa talousteorioissa. Perehdyn myös tarkemmin kerskakulutukseen luksuskulutuksen yhtenä ilmenemismuotona. Luvun loppuun tarkastelen lähemmin suomalaisen kulutusyhteiskunnan syntyä ja ominaispiirteitä.

Kolmannessa luvussa siirryn tarkastelemaan yhteiskuntaluokan ja luksuksen välistä suhdetta. Aloitan tarkastelun perehtymällä yhteiskuntaluokan historiaan, minkä jälkeen tarkastelen makua ja muotia sosiaalisen erottautumisen välineinä sekä niiden yhteyttä luksukseen. Perehdyn tarkemmin myös ylellisyyslakeihin, koska ne havainnollistavat luksuksen ja yhteiskuntaluokan välistä yhteyttä erityisen hyvin. Tämän jälkeen käsittelen

luksuksen demokratisoitumista, joka on hyvin ajankohtainen ilmiö nyky-yhteiskunnassa mutta ollut osana luksuskeskustelua jo hyvin pitkään. Päätän luvun luomalla katsauksen suomalaisen yhteiskunnan luokkarakenteeseen ja suomalaiseen makuun.

Teoriaosuuden jälkeen siirryn neljännessä luvussa käsittelemään varsinaista tutkimusaineistoa. Tulosten analysoinnista koostuvan viidennen luvun jälkeen esitän lopuksi tutkielman teoreettisten sekä aineistollisten osuuksien pohjalta tekemäni johtopäätökset sekä pohdinnan tiivistetysti luvussa kuusi. Aloitan aineisto-osuuden *Suomi 1999–2019 – kulutus ja elämäntapa* -aineiston käsittelyllä. Kysely on toteutettu viiden vuoden välein vuodesta 1999 lähtien, ja sen tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten elämäntapoja ja kulutustottumuksia. Sisällytän tarkasteluun vuodet 2009 ja 2019. Luon aineiston perusteella katsauksen siihen, mitä suomalaiset pitävät itselleen välttämättömyytenä ja millaisia kulutushaaveita suomalaisilla on. Valitsen tarkasteluun tutkimusongelmani ja tutkimuskysymysteni kannalta olennaiset muuttujat ja sosiodemografiset tekijät. Päätän aineiston käsittelyn tarkastelemalla yhteiskuntaluokan yhteyttä analyysin pohjalta määrittämiini keskeisiin muuttujiin.

Pääaineistonani on *Erikoiskaupan tulevaisuuskuva vuoteen 2020* -hankkeen osana Jyväskylän yliopiston toimesta kerätty valtakunnallinen Erika 2020 -kyselyaineisto. Kyselyssä on kartoitettu suomalaisten kulutuskäyttäytymistä sekä mielipiteitä ja asenteita erilaisia kulutustrendejä kohtaan tutkimushetkellä ja lähitulevaisuudessa. Aineiston perusteella tarkastelen sitä, miten yleistä luksuskuluttaminen Suomessa on ja mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta parhaiten. Sisällytän analyysiin luksusta koskevasta kyselyosiosta tutkimusongelmani ja tutkimuskysymysteni kannalta keskeiset muuttujat sekä selitysvoimaisimmat taustamuuttujat. Tarkastelen lisäksi erikseen yhteiskuntaluokan yhteyttä analyysin perusteella määrittämiini keskeisiin muuttujiin.

2 LUKSUSKÄSITYS MUUTOKSESSA

2.1 Klassisesta moderniin luksukseen

Antiikin Kreikassa ihannoitiin järjestystä ja harmoniaa. Luksuksen uskottiin synnyttävän kaaosta, sillä luksuksen sokaisema ihminen ei erottanut turhia haluja välttämättömistä tarpeista. Rajattomat vietit koettiin uhkana yhteiskunnan yhtenäisyydelle, joten nautintojen ja onnellisuuden tavoittelua haluttiin rajoittaa. Vietit olivat kuitenkin erottamaton osa ihmisyyttä, joten luksuksen hävittäminen kokonaan ei ollut mahdollista. Vietit pyrittiin kuitenkin tukahduttamaan ja ihmisten käyttäytymistä hallittiin muun muassa ankarilla laeilla. (Sekora 1977, 29–30; ks. myös Knuutila 2017.)

Sotilaallisuus, maskuliinisuus ja urheus olivat arvossaan antiikin kulttuureissa. Luksus sen sijaan edusti ruumiillisten nautintojen lisäksi helppoa elämäntapaa, epämiehekkyyttä ja pelkuruutta, ja sen uskottiin johtavan moraaliseen rappioon. Luksuksen läpäisemää yhteiskuntaa pidettiin sairaana ja tulehtuneena. Aristoteles ja Platon olivat luksuksen kriitikkoja ja pitivät luonnon universaaleja lakeja yhteiskunnan perustana. Aristoteleen mukaan yhteiskunnan alimmat luokat olivat suurimmassa vaarassa sortua luksukseen, minkä hän pelkäsi johtavan kumouksellisuuteen. Vastaavasti Platon näki demokratian uhkana yhteiskunnalliselle järjestykselle, sillä se levitti luksukseen liitettyjä arvoja ja sai ihmiset tavoittelemaan lain- ja luonnonvastaisia haluja. Platon uskoi hallitsemattoman demokratian johtavan tyranniaan, jota hän piti luksuksen äärimmäisenä ilmentymänä. (Berry 1994, 54–62; Sekora 1977, 31–33; Ahern 2017, 608–612; ks. myös Ober 2003.)

Platonin poliiksen idea perustui kolmen perustarpeen eli ravinnon, asumisen ja vaatetuksen tyydyttämiseen, mikä takasi kansalaisten tyytyväisyyden ehkäisten puutetta, köyhyyttä ja konflikteja. Tarpeet ylittävä haluaminen ei palvellut mitään tarkoitusta. Välttämättömyyden rajan ylittäminen johti moraalisesti rappioituneeseen ylellisyyden kaupunkiin, jossa halut lisääntyivät eikä toiminnan päämääränä ollut enää luonnollisten tarpeiden tyydyttäminen. Välttämättömän rajan ylitettyään halu riistäytyy ihmisen hallinnasta, ja rauhanomaisen yhteiselon tilalle tulevat kilpailu ja konfliktit. Harmonian käsite on kuitenkin mahdollinen vain, kun sen vastakohtana on ristiriita. Ylellinen kaupunki mahdollistaa oikeudentajun ja inhimillisyyden kehittymisen. (Berry 1994, 45–53.)

Ateenalainen demokratia, joka sai alkunsa noin vuonna 508 eaa, osoittautui kuitenkin kestäväksi järjestelmäksi. Antiikin kulttuureissa vallitsevana hallintomuotona oli aristokratia, jossa yhteiskunta jakautui kahteen selkeästi toisistaan erottuvaan ryhmään: jalosukuisiin, varakkaisiin ja joutilaisiin miehiin (*kaloskagathos*) sekä tavallisiin, köyhiin ja työtä tekeviin miehiin (*poneros*). 800-luvulla eaa aristokratian auktoriteetti alkoi kuitenkin murentua eliitin menettäessä hegemonista asemaansa. (Ober 2003, 2–9.)

Demokratiideaalin mukaisesti myös luksuksen haluttiin hyödyttävän kaikkia ateenalaisia. Rikkauksia käytettiin monumenttien rakentamiseen, sotalaivaston ylläpitoon ja näyttäviin tapahtumiin. Demokraattisen luksuksen ja kansalaisten tasa-arvon ihanne oli kuitenkin ristiriidassa yhteiskunnassa vallitsevien varallisuuserojen kanssa. Luksustuotteita oli kyllä laajasti saatavilla, mutta monet niistä olivat vain harvojen etuoikeus. Luksusta myös pidettiin toimivana sosiaalisen erottautumisen keinona ja eliitin aseman ilmentäjänä, eikä sitä haluttukaan kieltää. Luksuksesta ei tullutkaan Ateenan demokratiakehityksen kohtalonkysymys, vaan sen kohtaloksi koituivat lopulta ulkopuoliset valloittajat. (Braund 1994, 41–43; ks. myös Scott 2011.)

Rooman valtakunnassa luksuksen poliittinen merkitys kasvoi. Myös Roomassa arvostettiin stoalaista ihannetta yksinkertaisesta ja vapaasta elämästä rajallisine tarpeineen. Nautinnonhakuisuuden, ahneuden ja kunnianhimon uskottiin heikentävän hyveellisyyttä. Tarpeettomien halujen tavoittelu nähtiin nyt kuitenkin universaalina ongelmana, joka koski koko yhteiskuntaa ylimpiä luokkia myöten. Roomalaisten moralistien mukaan luksus oli saanut levitä vapaasti sukupolvien ajan, ja kritiikki valtaapitävien ylellisiä elämäntapoja kohtaan kasvoi. Ulkoisella sotilaallisella uhalla nähtiin olevan suotuisia sosiaalisia ja poliittisia vaikutuksia, sillä se ylläpiti valppautta ja järjestystä, joiden heikkenemisen rauhan aikana uskottiin johtavan moraalien löyhtymiseen. (Berry 1994, 63–68, 84–85; Sekora 1977, 33–35.)

Rooman valtakunta on ehkä tunnetuin esimerkki luksuksen roolista kansakuntien nousussa ja tuhossa. Luksus yksittäisenä tekijänä ei kuitenkaan riitä selittämään Rooman tuhoa, vaan siihen johtivat useat eri syyt kuten muutokset valtarakenteissa ja taloudellinen taantuma (Kahlos 2016, 251–258). Luksuksen on arvioitu saapuneen Roomaan 200-luvun eaa alussa, ja se nähtiin yleisesti jonain vieraana ja ulkopuolisena. Luksuksen tunkeutumista roomalaiseen yhteiskuntaan kutsuttiin muun muassa sairaudeksi, rutoksi, infektioksi ja

mielenvikaisuudeksi. (Zanda 2011, 8–10.) Ennen ylellisyyttä Rooman valtakunta nähtiin korostuneen hyveellisenä. Yltäkylläisyydestä ja vauraudesta seurasi roomalaisten historioitsijoiden mukaan lähes väistämättä ylettömyys ja tuhlaavaisuus ja sen myötä moraalinen, sosiaalinen ja poliittinen rappio. Kunnianhimo, ylpeys, ahneus ja ylellisyys syrjäyttivät oikeudenmukaisuuden, rehellisyyden, ahkeruuden ja maltillisuuden. (Sekora 1977, 36–38; Zanda 2011, 7–11; Ahern 2017.)

Moralismilla oli keskeinen rooli roomalaisen identiteetin rakentumisessa, ja se määritteli mitä roomalaisuus ja erityisesti roomalaiseen eliittiin kuulumisen merkitsivät. Moraali oli erottamaton osa kaikkea yhteiskunnan toimintaa. Sensorit toimivat moraalin ylläpitäjinä, ja sensuuri koski sekä julkista että yksityistä elämää. Moraalinen sensuuri kohdistui lähinnä yläluokkiin, sillä he toimivat esikuvana kansalle. Luksus oli sensuurin kohteena 200-luvulta eaa alkaen, ja ylellisyystuotteita myös verotettiin. (Zanda 2011, 7, 36–45.)

Ihmisen syntiinlankeemusta voidaan pitää luksuksen arkkityyppinä. Kielletyn puun hedelmä edustaa myöhemmän luksuskäsityksen kannalta keskeistä välttämättömän ja tarpeettoman välistä rajaa, jonka itse Jumala on asettanut. Rajan ylitystä pidettiin rikkomuksena Jumalaa vastaan. Luksus oli kristillisen määritelmän mukaan paitsi tarpeetonta ja turhaa myös jotain, mitä ihmisellä ei ollut oikeutta tavoitella. Hyveellisyyden katsottiin riippuvan ihmisen maallisesta asemasta. Varakkuus teki rajan ylittämisen mahdolliseksi altistaen ihmisen luksuksen houkutukselle, kun taas köyhyyden ja ahdingon uskottiin pitävän ihmismielen kurissa. (Sekora 1977, 23–25, 39–41.)

Kristinuskon opeissa yltäkylläisyys ja vauraus asetettiin vastakkain kristillisten hyveiden kuten pidättäytymisen ja paastoamisen kanssa. Vaurauden ja moraalisen rappion yhteyttä alettiin kuitenkin kyseenalaistaa 400-luvulta lähtien, koska niukkuus ja puute eivät olleet johtaneet hyveellisyyteen ja pidättyväisyyteen. 800-luvulla vaurauden tuomitsemisen korvasi teoria, jonka mukaan Jumalaa vastaan syntiä tehneitä kansoja rangaistiin, kun taas Jumalan lakia noudattavat kansat kukoistivat. Muun muassa Rooman valtakunnan tuhoa pidettiin osoituksena Jumalan rangaistuksesta, ja sitä sekä muita isoja mullistuksia pidettiin varoituksena myöhemmille kansoille. (Ahern 2017, 609–612.)

Luksusta pidettiin kristinuskon vaikutuksesta pitkään paheena, ja paheet samastettiin synteihin. Maltillisuuden ja siveyden vastakohtana luksus oli perisynti, joka johti muihin

paheisiin. Luksus aiheutti moraalista sokeutta ja itserakkautta, ja sen uskottiin tuhoavan kaikki hyveet. Luksuksen samastaminen perisyntiin juurrutti sen roolin koko ihmiskuntaa piinaavana vitsauksena. (Berry 1994, 87–98; Sekora 1977, 26.) Keskiajalla luksus yhdistettiin erityisesti seksuaaliseen himoon, yhteen seitsemästä kuolemansyynnistä. Modernista luksuskäsityksestä yhteys kuolemansynteihin on jäänyt pitkälti pois (Ahern 2017; Berry 1994, 88.)

Myöhemmällä keskiajalla luksuskritiikki maallistui, ja laajempien yhteiskunnallisten ongelmien tilalle nousivat yksilötason seuraamukset. Nautinnonhalun nähtiin johtavan maallisen omaisuuden ja aseman himoitsemiseen. Luksuksen rooli jokapäiväisessä elämässä kasvoi, ja se tuomittiin Euroopassa entistä laajemmin. Luksus myös liitettiin yhä vahvemmin naiseuteen. Jo antiikissa vallalla ollut näkemys luksuksen feminiinisyydestä säilyi pitkälle renessanssiin saakka ja on edelleen nähtävissä erityisesti taiteessa. (Sekora 1977, 42–47.) Myös Killerby (2002, 11) toteaa, että Aristoteleen näkemys naisesta harkintakyvyttömänä ja sääntelyä tarvitsevana on vaikuttanut paljolti siihen, miten luksuksen ja naiseuden välinen suhde keskiajalla ja renessanssissa ymmärrettiin.

Keskiajalla kaupankäynti keskittyi kuitenkin edelleen suurimmaksi osaksi arkipäiväisiin tuotteisiin tai korkeintaan vaatimattomaan luksukseen. Esimerkiksi Englannissa enemmistö kansasta kuului alimpiin luokkiin, eikä aateliston osuus varallisuudesta ollut merkittävä. Luksustuotteiden markkinat alkoivat laajentua Englannissa aristokratian kasvun ja vaurastumisen myötä 900- ja 1000-luvuilla. Eksoottisten ulkomaisten hyödykkeiden kasvavaa tuontia ja ylipäätään lisääntyvää kiinnostusta kulutushyödykkeitä kohtaan pidettiin varhaismodernissa Euroopassa laajalti harmittomana ja talouskasvun kannalta suotuisana kuitenkin vain niin kauan, kuin ne vetosivat suhteellisen pieneen kuluttajaryhmään. Kysynnän laajentuessa aristokratian ulkopuolelle luksuksen vastustus kuitenkin lisääntyi, ja luksuskulutuksen nähtiin vääristävän sosiaalista hierarkiaa, nostavan hintoja ja suosivan ulkomaisia hyödykkeitä. (Dyer 2011, 217–236.)

Kulutuskulttuuri muodosti uhan uskonnolle, koska se edusti hedonismia, spontaanisuutta ja ekspressiivisyyttä sekä narsismia ja itsekkyyttä. Kulutuksen etiikka oli ristiriidassa puritanismin vaalimien askeettisuuden, maltillisuuden ja säästäväisyyden kanssa. Kristillisen etiikan korvannut kuluttamisen etiikka ihannoit hetkessä elämistä, itseilmaisua, kehollisuutta, pakanallisuutta, vapautta sosiaalisista velvoitteista, kaukaista eksotiikkaa ja

elämän stilisointia. Muodollisen uskonnollisuuden heikentymisestä huolimatta henkisyys ei kuitenkaan ole kadonnut kulutusyhteiskunnasta. Postmodernissa kulutuskulttuurissa mikä tahansa voi saada pyhän aseman. (Featherstone 1991, 113–114, 121.)

Luksustuotteiden kysynnän kasvu on nähty osana modernille yhteiskunnalle ominaista kulutuskeskeistä elämäntapaa eli materialismia. Materialismin synty voidaan ajoittaa näkökulmasta riippuen 1400-luvun Euroopan ja 1900-luvun Amerikan välille, mutta modernin kulutuksen katsotaan vakiinnuttaneen asemansa teollisessa ja jälkiteollisessa yhteiskunnassa. Mukerji (1983, 1–8) kuitenkin toteaa, että massakulutus sai alkunsa Euroopassa jo varhaismodernilla ajalla eli 1400- ja 1500-luvuilla. Euroopassa ei tuolloin ollut vallalla pelkästään Weberin kuvailema protestanttisen etiikan askeettinen rationalismi vaan ilmapiiri oli myös hedonistinen. Mutta vaikka omaisuuden kartuttamista esiintyi jo varhaisissakin yhteiskunnissa, tarpeet ylittävä kulutus on ollut mahdollista myös muille kuin eliitille vasta parin vuosisadan ajan. (Mukerji 1983, 167–169, 243–245.)

Kulutussyhteiskunnan syntyä Ranskan näkökulmasta tarkastellut Williams (1982, 2–4) toteaa, että massakulutuksen leviäminen erityisesti 1800- ja 1900-lukujen vaihteessa muokkasi universaaleja historiallisia kulutustapoja radikaalisti. Rajallisesta saatavuudesta siirryttiin loputtomaan uutuuksien virtaan ja vaihtotaloudesta ja omavaraisuudesta rahan ja luoton käyttöönottoon. Hyödykkeet eivät toki olleet kaikkien saavutettavissa, mutta tavarapaljous loi sen mielikuvan. Entiseen ei ollut enää paluuta, koska perinteiset kulutusmallit eivät enää tarjonneet riittävää tyydytystä. Kulutusvallankumous aiheutti myös ristiriitoja henkilökohtaisissa ja sosiaalisissa arvoissa. Moraalisia ongelmia ei syntynyt, kun kulutus oli mahdollista vain pienelle osalle kansasta ja enemmistön toimintaa määrittivät luonnollinen niukkuus ja kyseenalaistamattomat sosiaaliset traditiot.

Kulutusvallankumous mullisti myös englantilaista yhteiskuntaa 1700-luvulta lähtien. Aiemmin perintönä saadut tavarat olikin nyt mahdollista hankkia itse. Kulutusta eivät enää ohjanneet tarpeet vaan muoti, ja elinikäiset hankinnat korvautuivat lyhytikäisillä ja uusittavissa olevilla tuotteilla. Saatavuus parani huomattavasti, kun markkinoiden ja kiertävien kauppiaiden tilalle syntyi laajeneva kauppapaikkojen verkosto. Tarjonnan kasvaessa moninkertaiseksi entisestä luksuksesta tuli kohtuullisuutta ja kohtuullisuudesta välttämättömyyttä. Samanaikainen tulojen kasvu mahdollisti modin mukaisen kulutuksen yhä useammille. (McKendrick, Brewer ja Plumb 1983, 1.)

Maxine Berg on tarkastellut erityisesti luksuksen roolia modernin kulutuskulttuurin muodostumisessa 1700-luvun Englannissa. Kulutusvallankumouksen sijaan hän puhuu tuotevallankumouksesta, jota hän pitää ennen kaikkea brittiläisenä, koska hänen mukaansa suurin osa globaaleilla markkinoilla myytävistä korkealaatuisista tuotteista valmistettiin siihen aikaan Englannissa. Tuotevallankumouksen myötä syntyi myös uuden luksuksen käsite, joka viittasi moderniin keskiluokkaiseen luksukseen erotuksena vanhalle elitistiselle ja turmelevalle luksukselle. Ammattilaisista, kauppiaista, teollisuudenharjoittajista ja käsityöläisistä muodostuva kasvava keskiluokka omaksui nopeasti uudet muodikkaat ja vaatimatonta luksusta edustavat kulutushyödykkeet osaksi arkeaan. (Berg 2005, 5–7, 15.)

Perinteisten porvarillisten arvojen mukainen kurinalainen työnteko ja askeettinen elämäntapa eivät sopineet moderniin käsitykseen vapaa-ajasta luovana ja emotionaalisena kokemushakuisuutena. Kulttuurin muutoksen myötä myös kuluttaminen sai myönteisiä merkityksiä. Kulutuksen ja yhä kasvavassa määrin myös kulttuurin ylijäämä suunnattiin muun muassa lahjoihin, juhliin, karnevaaleihin ja kerskakulutukseen, mikä mahdollisti jatkuvan tuotannon kasvun. (Featherstone 1991, 21–23.)

2.2 Ylellisyyslait luksuksen sääntelyssä

Ylellisyyslakeja säädettiin jo varhaisissa yhteiskunnissa. Maininnat antiikin Kreikan ensimmäisistä ylellisyyslaeista ovat Spartasta, jossa laeilla pyrittiin rajoittamaan naisten korujen, kosmetiikan, parfyymien ja värjättyjen vaatteiden käyttöä. Spartalaisia naisia syytettiin luksuksen leviämistä, ja muun muassa Aristoteles piti heidän ylellistä elämäänsä osasyynä Spartan tuhoon. 500-luvulla eaa Ateenassa säädettiin juhla- ja surumenoja sekä naisten vaatetusta koskevia ylellisyyslakeja, ja 400-luvulta eaa alkaen hautajaislakeja esiintyi myös muualla Kreikassa. (Killerby 2002, 9–12.) Kreikkalaiset ylellisyyslait levisivät laajalle ja ne olivat hyvin johdonmukaisia ja yhteneviä. Hautajaislakien tavoitteena oli ennen kaikkea rajoittaa aristokraattisten sukujen välistä kilpailua, sillä julkisena tapahtumana hautajaiset tarjosivat keinon suvun vaikutusvallan ilmaisemiseen. (Zanda 2011, 30–33.)

Rooman valtakunnassa ylellisyyslakeja säädettiin 400-luvulta eaa lähtien aina 300-luvulle jaa saakka. Ensimmäiset lait koskivat hautajaisia, mutta suurimmaksi osaksi laeilla

säädeltiin ruoan kulutusta. Rajoitukset liittyivät esimerkiksi päivällisille kutsuttavien vieraiden lukumäärään, tarjottaviin ruokiin ja päivällisten kustannuksiin. Naisten pukeutumista ja käytöstä säädeltiin roomalaisen kansalaisihanteen mukaisesti, mutta vielä merkittävämpiä olivat miesten ulkonäköä ja pukeutumista koskevat lait. Ylellisyyslakeja ei juuri noudatettu, eikä niiden rikkomisesta myöskään seurannut yleensä rangaistusta. Lait olivat lähinnä osoitus tietynlaisen käyttäytymisen leimaamisesta ja tuomitsemisesta. Rooman keisarikunnassa ylellisyyslait menettivät kannatustaan, ja ne lakkautettiin lopulta kokonaan. (Killerby 2002, 12–16; Dari-Mattiacci ja Plisecka 2010, 7–11.)

Dari-Mattiaccin ja Pliseckan (2010, 4–6) mukaan Rooman ylellisyyslakien taustalla oli taloudellisen ja poliittisen vallan jakautumisen aiheuttama epätasapaino. Poliittinen valta oli Rooman perinteisellä yläluokalla eli senaattoreilla, jotka eivät olleet oikeutettuja harjoittamaan liiketoimintaa. Rooman laajentuminen 100-luvulla eaa avasi ritariluokalle mahdollisuuden varallisuutensa kartuttamiseen ja sosiaaliseen nousuun. Senaattorit pyrkivät rajoittamaan ritariluokan varallisuuden ilmaisua ja poliittista vaikutusvaltaa ylellisyyslaeilla. Killerby (2002, 16–17) huomauttaa, että senaattorit, joilla ei ollut varaa tai halua tuhлата mutta jotka eivät myöskään halunneet erottua epäsuotuisasti kollegoistaan, pyrkivät säätelemään laeilla myös oman asemansa edellyttämää kulutusta. Lakien avulla pyrittiin luultavasti myös säilyttämään senaattoriluokan yhtenäisyys.

Kristillisessä kirkossa pyrittiin myös säätämään ylellisyyslakeja. Uuden testamentin Paavalin kirjeistä löytyy naisten pukeutumista, koristautumista ja käyttäytymistä koskevia sääntöjä. Luksusta vastustavat säännökset koskivat lähes yksinomaan naisia, ja niillä oli laaja kannatus kristinuskon piirissä. Kirkolla ei kuitenkaan ollut valtaa toimeenpanna määräyksiä ennen kuin siitä tuli Rooman keisarikunnan pääuskonto vuonna 337. Sen jälkeenkin kirkon ylellisyyslakeja sovellettiin ainoastaan papistoon, ja määräykset olivat puhtaasti moraalisia. Niissä ei puututtu maallikoiden ylellisiin tapoihin, eikä luksustuotteita juuri ollutkaan muiden kuin aatelisten ja kirkon saatavilla. (Killerby 2002, 17–21.)

Antiikin kulttuurien jälkeen ylellisyyslakeja säädettiin kristillistä kirkkoa ja 800-luvun alun muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta varsinaisesti uudelleen vasta 1200-luvulla. Italiassa 1100-luvulla tapahtunut kaupallinen vallankumous sekä luksustuotteiden tarjonnan ja kysynnän lisäys johtivat moniin yhteiskunnallisiin ongelmiin. Ongelmien ratkaisemiseksi kymmenissä Italian kaupungeissa säädettiin satoja ylellisyyslakeja 1200-luvulta alkaen

aina 1700-luvulle saakka. Lait eivät kuitenkaan olleet järin tehokkaita, eivätkä ne sopineet kovin hyvin luksuskulutuksen säätelemiseen. Lait eivät voineet kattaa kaikkea mahdollista kulutusta, joten niitä pystyttiin kiertämään monin tavoin. Luksuskulutusta ei myöskään haluttu tuomita kokonaan, sillä luksuksella nähtiin olevan myös positiivisia sosiaalisia, poliittisia ja moraalisia vaikutuksia. (Killerby 2002, 1–7.)

Muualla Euroopassa ylellisyyslait yleistyivät 1300-luvulta lähtien. Lait olivat poliittinen keino kontrolloida ihmisten haluja, mutta ne ilmensivät myös moraalista paheksuntaa luksusta kohtaan. Varhaismodernit ylellisyyslait kohdistuivat erityisesti pukeutumiseen, sillä arvokkaista materiaaleista valmistetut vaatteet olivat selkein ja näkyvin keino sosiaalisen aseman ilmaisemiseen. Laeilla pyrittiin hillitsemään myös muuta kuin vain luksustuotteiden kulutusta, ja rajoitusten kohteena olivat muun muassa ruoka, hautajais- ja häämenot sekä lahjat. (Berry 1994, 76–78; Phillips 2007, 23; Killerby 2002, 2.)

Englannissa säädetyt ylellisyyslait poikkeavat selvästi Italiasta ja monista muista Euroopan maista. Englannissa ylellisyyslait kohdistuivat lähes yksinomaan miesten pukeutumiseen. Syynä oli todennäköisesti se, että yhteiskunnallinen hierarkia oli miesten hallitsema, ja naisen asema ja toiminta olivat riippuvaisia miehestä. Miehen tuli siis tietää paikkansa sosiaalisessa hierarkiassa ja toimia sen mukaisesti. Naiset mainittiin ylellisyyslaeissa vain sivulauseessa, ja heidän pukeutumiseensa sovellettiin miehen aseman mukaisia säädöksiä. Vuonna 1478 naisia koskevat rajoitukset poistuivat laeista kokonaan. (Phillips 2007, 22–24, 27–28.)

Englannin ylellisyyslakien kohteena oli ylempi keskiluokka eli ritarit, säätyläismiehet ja porvaristo. He olivat laatimassa itseään koskevia ylellisyyslakeja ja tekivät myös lakialoitteet. Laeilla pyrittiinkin paitsi suitsimaan yletöntä tuhlausta ja vahvistamaan sosiaalista hierarkiaa myös estämään korkean yhteiskunnallisen aseman edellyttämän kulutustason nousu liian korkeaksi, ettei se olisi johtanut kasvojen menetykseen. Toisin kuin antiikin kulttuureissa ja Italiassa, Englannissa lakeja noudatettiin laajasti. Yhteiskunnan ylimpiä ja alimpia luokkia lait eivät juuri koskettaneet. Yläluokan pukeutuminen oli pitkälti vapaata, ja heille oli sallittu pröystäilevän ja uusimman muodin mukaisen pukeutumisen lisäksi myös moraalittomana pidetty seksuaalinen ja skandaalinomainen vaatetus. (Phillips 2007, 24–31.)

2.3 Luksus moderneissa talousteorioissa

Wahnbaeck (2004) on perehtynyt luksuskäsitteessä tapahtuneisiin muutoksiin ja etenkin valistuksen ajan luksuskäsitykseen. Mandeville esitti teoksessaan *The Fable of the Bees; or, Private vices, publick benefits* (1714), että kukoistavien yhteiskuntien salaisuus piilee niiden kansalaisten itsekkäissä pyrkimyksissä, jotka Mandevillen mukaan hyödyttävät yhteiskuntaa kokonaisuudessaan. Paheet olivat välttämättömiä yhteiskunnan vauraudelle ja hyvinvoinnille. Hyveellisuuden vaade johti ainoastaan köyhyyteen ja tyytymättömyyteen. Englannissa, jossa hyveellisyys oli arvossaan ja luksusta ja sen turmelevuutta pelättiin, Mandevillen teoria sai raivoisan vastustuksen. (Wahnbaeck 2004, 20–21.)

Ranskassa Mandevillen jäljissä seurasivat muun muassa Melon ja Voltaire. Melon totesi, että pyrkimykset vastustaa luksusta olivat turhia, koska luksus oli lähtemätön osa yhteiskuntaa ja ainoa vaihtoehto oli sopeutua siihen. Luksus oli välttämätön modernissa yhteiskunnassa, koska se tarjosi työtä ja kannusti myös tekemään työtä kerskakulutuksen mahdollistamiseksi. Luksuskulutus nopeutti myös rahan kiertoa, koska se houkutteli kuluttamaan. Voltaire puolestaan oli kiinnostunut luksuksen kulttuurisista hyödyistä eikä niinkään moraalisisista tai taloudellisista seurauksista. Hänen runonsa vaikuttivat kuitenkin paljon asenneilmaston muuttumiseen luksukselle suotuisammaksi. (Wahnbaeck 2004, 27–31.)

Luksukseen ei kuitenkaan modernillakaan ajalla suhtauduttu pelkästään positiivisesti, vaan esimerkiksi Rousseau kritisoi kaupallisuuden ja rahan keskeistä asemaa modernissa yhteiskunnassa. Hänen ajatuksiaan käytettiinkin moraalisenä kritiikkinä luksuksen utilitaristisia perusteluita vastaan. Rousseau uskoi tarpeettomaan luksukseen keskittyvän tuotannon ja kulutuksen vievän alaa tärkeämmältä taloudelliselta toiminnalta. Hume erotti hyveellisen ja paheellisen luksuksen toisistaan. Paheeksi luksus muuttui silloin, kun sitä tavoiteltiin hyveiden kuten anteliaisuuden ja hyväntekeväisyyden kustannuksella. Luksus ja hienostuneisuus lisäsivät ihmisten onnellisuutta, mutta paheellisena luksus ei ollut hyödyllistä. (Wahnbaeck 2004, 33–43; ks. myös Rousseau 1988; Rousseau 2000; Hume 1889; Hume 2006, 161–177.)

Williams (1982, 40–47) toteaa, että 1700-luvulla aatelineen syntyperä ei enää riittänyt selittämään kulutuksessa ilmeneviä etuoikeuksia. Voltairen ja Rousseauin välisten

erimielisyyksien keskiössä oli kysymys siitä, edistikö vai heikensikö luksus sivistystä. Voltaire korosti yläluokkaisen luksuksen roolia sivistyksen leviämisen edellytyksenä, kun taas Rousseau ylenkatsoi luksusta poliittisen tyrannian välineenä. Voltairen näkemys lopulta voitti, ja eniten luksuksen yleistymisestä hyötyi porvaristo eivätkä niinkään hoviaatelisto tai tavallinen kansa.

Wahnbaeckin (52–54) mukaan Smithillä on keskeinen merkitys eurooppalaisessa luksuskeskustelussa, koska teoksissaan *Kansojen varallisuus* (1776) ja *Moraalituntujen teoria* (1759) hän veti aiemmin esitetyt teoriat yhteen. Smith hylkäsi Mandevillen ajatukset itsekkyydestä ja turhamaisuudesta toiminnan keskeisinä motiiveina ja intohimoista yksiselitteisen paheellisina. Smith piti välttämättömyytenä paitsi kaikkea elintärkeää myös kulttuurisesti määrittäneitä asioita, joita ilman kukaan kunnioitettava ihminen ei voisi olla. Määritelmän ulkopuoliset asiat edustivat luksusta, mutta Smith korosti, ettei hän millään tavalla paheksunut luksustuotteiden kohtuullista käyttöä. Painottamalla luksuskulutuksen kohtuullisuutta hän pystyi ohittamaan luksuksen moraaliset argumentit ja keskittymään sen taloudellisten vaikutusten pohdintaan. Smith korosti säästäväisyyden ja pääomien kartuttamisen roolia talouskasvussa, koska ne lisäsivät tulevia kulutusmahdollisuuksia. (ks. myös Smith 1790/2003; Smith 1776/2015.)

Weber esitti kuuluisassa teoksessaan *Protestanttinen etiikka ja kapitalismin henki* (1980/1905), että moderni länsimainen kapitalismi kehittyi kapitalismin hengestä eli moraalisesti latautuneesta talouseetoksesta, jossa rahan ansaitseminen nähtiin työn kautta toteutuvana kutsumuksena. Weber (1980/1905, 19) piti ihmisen taipumusta rationaaliseen käyttäytymiseen taloudellisten ehtojen ohella keskeisenä edellytyksenä kapitalismin hengen muodostumiselle.

Suurimpana esteenä kapitalismin hengen kehittymiselle Weber (1980/1905, 42–44, 57–59, 78–81) piti traditionalismiksi nimittämäänsä normisidonnaista elämäntyyliä, koska se ei tarjonnut kannustimia rahan ansaitsemiseen ja maallisen aseman kohentamiseen. Työ oli koettava itsetarkoituksena tai Weberin sanoi kutsumuksena, mikä ei kuitenkaan ollut ihmiselle luontaista. Kutsumuksen juuret Weber paikantaa protestantismiin, jossa maallisten velvollisuuksien täyttäminen ammatin ja työnteon kautta merkitsi elämistä Jumalan tahdon mukaan. Munkkimaista askeesia ei pidetty arvokkaana elämänä. Toinen keskeinen tekijä Weberin teoriassa on kalvinilainen predestinaatio-oppi eli oppi

armonvalinnasta, jonka mukaan vain osa ihmisistä pelastuu ja osa tulee kirotuksi. Kalvinismissa työ nähtiin Jumalan tahdon toteuttamisena, ja sen uskottiin edistävän Jumalan kunniaa. Ihminen ei voinut tietää kuuluiko hän valittujen joukkoon, mutta väsymätöntä työntekoa pidettiin parhaana tapana saada siitä varmuus.

Vaikka rikkauksista nauttiminen ei protestanttisen asketismin mukaisesti ollut hyväksyttyä, omaisuuden kartuttamiseen ahkeralla työnteolla jopa kannustettiin. Omistamista pidettiin arveluttavana, koska se mahdollisti joutilaisuuden, jolla oli paikkansa vasta tuonpuoleisessa. Ajan haaskaus oli synneistä suurin, koska lyhyt ja arvokas elinaika tuli käyttää Jumalan palvelemiseen. Omaisuutta ei ollut sallittua kuluttaa, varsinkaan mihinkään tarpeettomaan, vaan sitä piti varjella ja kasvattaa. Protestantismi legitimoivatontavoittelun mutta kahlitsi kulutuksen ja erityisesti luksuskulutuksen. Yhteiskunnan maallistuessa uskontoon perustuvien oppien taloudelliset vaikutukset kasvoivat ja saivat ilmauksensa erityisesti porvarillisena ammattietoksena, joka edellytti siveellistä elämää ja maltillista rahankäyttöä. Omaisuuden epätasa-arvoisen jakautumisen katsottiin myös johtuvan Jumalan kaitsemuksesta. (Weber 1980/1905, 116, 126–131.)

Tötön (1991, 118–119) mukaan Weberin kapitalismin hengen teorian on virheellisesti ymmärretty pyrkivän selittämään kapitalismin historiallista alkuperää, vaikka se nimensäkin mukaisesti keskittyy modernin kapitalismin yhteen osatekijään. Esimerkiksi Mukerji (1983, 131–132) on todennut, että kapitalismi ei voinut syntyä protestanttisen etiikan seurauksena, jos materialismin ja sen myötä kapitalismin katsotaan saaneen alkunsa jo renessanssin aikaan. Hänen mukaansa protestantiselle materialismille ominainen voitontavoittelun legitimointi oli kyllä uutta, mutta laajamittaista kulutusta ja kaupankäyntiä esiintyi jo varhain. Weber (1980/1905, 14) ei tätä kiistäkään vaan korostaa länsimaisen kapitalismin eroavuuksia aikaisempiin kapitalismin muotoihin nähden.

Werner Sombart on todennut kapitalismin edellyttävän säästäväisyyden ja ahkeruuden lisäksi hedonistista kuluttajaa, jonka tarpeet eivät noudata perinteisiä säätyrajoja. Lisäksi luksushyödykkeillä oli keskeinen rooli kapitalismin kehityksessä, koska niiden mutkikas valmistusprosessi vaati eksoottisia ja kalliita raaka-aineita. Kapitalismin hengellä on silti osansa myös Sombartin teoriassa, ja hän paikansi sen 1300-luvun renessanssiajan Italiaan. Henki muuttui kuitenkin nopeasti laskelmoivaksi porvarishengeksi, ja eteni muiden Euroopan maiden kautta lopulta 1800-luvun lopulla Yhdysvaltoihin. Vaikka kapitalismin

henki merkitsikin Weberille ja Sombartille eri asioita, he näkivät modernin kapitalismin kehityksen hyvin samalla tavoin. (Töttö 1991, 49–50, 173–174, 195; Armitage ja Roberts 2016, 8–11; ks. myös Sombart 1983.)

Campbell (1987, 99–105) kritisoi sitä, että Weber piti kuluttamista ilmiönä, jota ei tarvinnut selittää. Hän huomauttaa myös, että koska Weber ei käsitellyt puritanismin myöhempää kehitystä, hänen teoriansa ei sovellu modernin kulutusetiikan selittämiseen. Campbell itse uskoi kulutuksen hengen kehittyneen romanttisen etiikan pohjalta. Hänen mukaansa romantismi oli merkittävä tekijä modernin kuluttajuuden muodostumisessa, ja keskeisessä roolissa olivat uusriikkaat, jotka omaksuivat sekä protestanttisen etiikan että kulutuseiikan toimintansa pohjaksi. Campbellin mukaan moderneissa kulutusteorioissa tarpeiden ja halujen analyysi korvattiin moralisoinnilla, minkä johdosta moderni kulutus on usein nähty merkityksettömänä ja irrationaalisenä haluamisena. Modernia kulutusta on pidetty ennen kaikkea luksuskulutuksena, jossa luksus on nähty korostuneen tarpeettomana ja nautinto ja välttämättömyys toisilleen vastakkaisina. (Campbell 1987, 2–8, 58–65.)

2.4 Luksuskulutuksen erityispiirteet

Appadurai (1986, 38) ehdottaa luksuksen ja välttämättömyyden välisen ongelmallisen jaottelun tilalle luksuksen ymmärtämistä retorisenä ja sosiaalisena hyödykkeenä ja erityisinä ruumiillistuneina merkkeinä. Luksukseen liittyvä välttämättömyys on pohjimmiltaan poliittinen. Luksusta erityisenä kulutuksen muotona kuvaa rajoittuminen eliitin käyttöön, hankinnan vaikeus, kyky välittää monimutkaisia sosiaalisia viestejä, oikeanlaisen käytön vaatima tietämys ja niiden käytön liittyminen kuluttajan persoonaan. Nämä ominaisuudet voivat liittyä mihin tahansa hyödykkeeseen, mutta tietyssä kontekstissa tietyt hyödykkeet edustavat tyypillistä luksusta, ja näitä hyödykkeitä voidaan kutsua löyhästi luksushyödykkeiksi. Kaikissa yhteiskunnissa on esiintynyt kysyntää luksukselle, mutta vasta 1800-luvun Euroopassa luksus vapautui poliittisista rajoituksistaan. Luksusta rajoittavat ylellisyyslait ja sen leviämistä edesauttava muoti ilmentävät suuren erottelukyvyn omaavia hyödykkeitä koskevan yhteiskunnallisen sääntelyn vastakkaisia päitä.

Luksushyödykkeet eroavat laadullisesti massatuotannosta, mutta perustavanlaatuisista eroa eri tasoisten kulutushyödykkeiden välillä ei kuitenkaan ole. Luksukseksikin laskettavat asiat liittyvät viime kädessä ihmisen fyysisiin perustarpeisiin, joita ovat ruoka, asuminen, vaatetus ja vapaa-aika. Luksusta ei lähtökohtaisesti voidakaan pitää tarpeettomana tai ylimääräisenä, eikä se ole myöskään pelkistettävissä eräänlaiseksi jäännöskategoriaksi, joka voitaisiin lisätä välttämättömyyskategorian päälle. (Berry 1994, 5–8.) Braudel (1973, 121–243) on tutkinut laajasti luksuksen ja välttämättömyyden eroa ruoan, asumisen ja vaatuksen kategorioissa osana materiaalisen kulttuurin muotoutumista 1400-luvulta 1800-luvulle saakka myös Euroopan ulkopuolella. Braudel toteaa, että länsimaissa esimerkiksi ruokailutapojen sivistyneisyys saattoi hyvinkin olla idän kulttuureista jäljessä vielä 1400- ja 1500-luvuilla, jolloin modernisaatiokehitys oli lännessä aluillaan.

Luksukseen liittyy läheisesti myös tarpeiden ja halujen välinen jako. Tarvepohjaisesta kysynnästä, joka on luonnostaan rajallista, poiketen luksustuotteiden kysyntä on rajatonta. Luksustuotteiden tarjonta ei koskaan ylitä niiden kysyntää, koska niillä on lukemattomia eri käyttötarkoituksia. Tarvepohjainen kysyntä on intensiivistä, mutta tarpeet tulevat yleensä helposti ja nopeasti tyydytetyiksi, jolloin kysyntä laskee. Mitä kauempana perustarpeista kulutusta ohjaavat arvot sen sijaan ovat, sitä muuttumattomampaa kysyntä on, mikä on havaittavissa etenkin luksuskulutuksessa. Kun yhä useammat hyödykkeet ovat ostettavissa rahalla, hinnasta tulee arvostuksen pohja. Ilmaisten tai hyvin halpojen hyödykkeiden kysyntä ei ole kovin suurta, mutta hinnan noustessa haluttavuus yleensä nousee samassa suhteessa, kunnes hyödykkeen vetovoima on suurimmillaan. Jos hinta nousee niin paljon, että hyödyke ei ole enää yksilön ulottuvilla, halu kääntyy laskuun ja muuttuu lopulta inhoksi. (Simmel 1990, 251, 266, 279.)

Leibenstein (1950, 189) erottaa kulutuskysynnän suhteen toisistaan bandwagon-efektin, snobiefektin ja Veblen-efektin. Bandwagon-efekti viittaa kysynnän kasvamiseen sillä perusteella, että muutkin käyttävät kyseistä tuotetta. Sitä luonnehtii muun muassa halu olla muodikas tai tyylikäs ja halu kuulua joukkoon. Snobiefekti puolestaan viittaa kysynnän vähenemiseen sen perusteella, että muutkin käyttävät samaa tuotetta. Sitä luonnehtii eksklusiivisuus ja halu erottua joukosta. Veblen-efekti viittaa kerskakulutukseen, jossa kysyntä kasvaa korkean hinnan perusteella.

Luksustuotteiden kysyntään vaikuttaa myös niiden suhteellinen niukkuus. Niukkuus määrittyy suhteessa hyödykkeiden kokonaismäärään, mutta hyödykkeeltä vaaditaan myös erottuvuutta ja yksilöllisyyttä. Harvinaiseksi koetun hyödykkeen hankintaan liittyy vaivannäköä, uhrauksia, pettymyksiä ja epämukavuutta. Hyödykkeitä ei Simmelin mukaan olekaan vaikea hankkia sen vuoksi, että ne olisivat harvinaisia, vaan niitä pidetään harvinaisina, koska niitä on vaikea hankkia. (Simmel 1990, 72–73, 100.)

Kulutus yhdistetään haaskaukseen, liiallisuuteen ja rahan tuhlaukseen. Vauraalla yhteiskunnalla on varaa kuluttaa yli tarpeidensa ja olla välittämättä tuottamattomasta ylijäämästä. Kohtuuttomuudesta tulee arvostuksen perusta. Yltäkylläisyydessä ei ole kyse pelkästään tavaroiden määrästä, vaan olennaista on niukkuuden ja puutteen näkyvä kieltäminen. Kohtuuttomuus korvaa riittävyuden, ja kuluttamista luonnehtii tuhlaavaisuus. (Baudrillard 1998, 25–30, 37–47.)

Baudrillard (1998, 51–53, 66–68) kiistää Galbraithin näkemyksen, jonka mukaan kasvu merkitsi vaurautta ja vauraus demokratiaa. Galbraithin mukaan runsauden yhteiskunnassa epätasa-arvon ongelma ratkaistiin yhtäläisillä mahdollisuuksilla, mutta tuo yltäkylläisyys kätkee tasa-arvon ongelman alleen korvaamalla todelliset ongelmat kulutuspohtinnoilla ja äärimmäisen köyhyyden uusilla ongelmilla. Kasvu on keino ylläpitää hierarkkista sosiaalista rakennetta. Baudrillardin mukaan runsauden yhteiskunnassa materiaalien ja kulttuuristen tarpeiden tyydyttäminen ei ole helpottunut, koska inhimilliset tarpeet jäävät tuotannon vaatimusten varjoon. Primitiivisten yhteiskuntien kollektiivinen tuhlaavaisuus ja ylenpalttisuus edustivat todellista vaurautta, mutta runsauden yhteiskunnassa ihminen on tuomittu loisteliaaseen köyhyyteen. (ks. myös Galbraith 1969.)

Luksuskulutukseen liitetään usein myös nautinnonhalu. Baudrillard ei kuitenkaan näe kuluttamista ylipäätään nautintona vaan puhtaasti sosiaalisena toimintana, jolla ei ole aitoa yksilöllistä merkitystä. Kulutus nykymuodossaan ei hänen mukaansa liity tarpeisiin tai hyödyllisyyteen millään tavalla. Kuluttaminen on institutionalisoitua toimintaa ja jokaisen kansalaisen tehtävä, ja myös nautinto ja tyydytys voidaan nähdä velvollisuuksina. Ihmisen on ylläpidettävä kulutustaan, koska muuten hän on vaarassa tyytyä siihen mitä hänellä on ja muuttua epäsosiaaliseksi. Nautinnon imperatiivi, joka ilmenee tarpeiden vapautumisena, yksilöllisyyden toteuttamisena ja yltäkylläisyytenä, tekee kuluttajasta levottoman ja ajaa häntä eteenpäin. (Baudrillard 1998, 76–86.)

2.5 Luksus nyky-yhteiskunnassa

Vuosituhanen vaihteessa luksuskulutus kasvoi neljä kertaa muuta kulutusta nopeammin Amerikassa, eivätkä muut länsimaat tulleet kaukana perässä. Luksuksen käsite on menettänyt merkitystään, kun yhä useampia tuotteita markkinoidaan luksuksena. Melkein jokaisesta tuotekategoriasta – autoista pulloitettuun veteen – löytyy ylimpänä luksusbrändi. 2000-luvun kulutusyhteiskunnan luonteeseen kuuluu myös ajatus siitä, että jokainen on oikeutettu luksuksen tarjoamiin nautintoihin, mikä on hämärtänyt käsitettä entisestään. (Twitchell 2002, xiv–xv, 2–7.) Ricca ja Robins (2012, 1–9) toteavat luksuksen olevan paitsi puhki kulunut myös liian suhteellinen ja moraalisesti latautunut käsite. He ovatkin ottaneet käyttöön termin ”meta-luxury”, jossa korostuvat tieto, päämäärä ja ajattomuus.

Danziger (2005, xii–xv) toteaa, että nykykuluttajat kaikilla tulotasoilla haluavat enemmän luksusta ja ovat myös valmiita maksamaan siitä. Yritykset joutuvat jatkuvasti parantamaan tuotteitaan ja luomaan lisää luksusarvoa tuotteilleen, palveluilleen ja brändeilleen. Danzigerin mukaan tämän päivän luksuskuluttajat etsivät kokemuksia, joita arvostetaan enemmän kuin puhdasta materialismia. Haaveilu on olennainen osa luksuskokemusta, ja luksuskulutuksella pyritään täyttämään toiveita ja unelmia ja parantamaan elämänlaatua. Kun luksushaaveesta tulee todellisuutta, se menettää lumonsa ja siitä tulee tavanomaista, mikä saa yksilön haluamaan entistä ylellisempää ja erityisempää. Luksus on aina saavuttamattomissa, eikä siinä olekaan kyse fyysisestä tai materiaalisesta todellisuudesta. Luksus tekee elämästä palkitsevampaa, mukavampaa ja nautinnollisempaa.

Danzigerin mukaan luksuksen muutos kerskakulutuksesta kokemukselliseen luksukseen alkoi vuonna 1984 ja saavutti 2000-luvun alussa huippunsa. Jako vanhaan ja uuteen luksukseen merkitsi siirtymää tuotteen ominaisuuksiin perustuvasta statuksesta ja arvostuksesta kuluttajan omaan kokemukseen perustuviin elämyksiin ja tunteisiin. Tämän päivän luksuskuluttajat ovat Danzigerin mukaan asenteiltaan ja vaikuttimiltaan hyvin homogeeninen ryhmä huolimatta sukupuolesta, iästä tai edes tulotasosta. Luksuskuluttajien tavoissa on ainoastaan aste-eroja, ei laatueroja. Danziger toteaa, että nykypäivän luksuskuluttajat eivät ole kiinnostuneita kulutuksen näkymisestä ulospäin, ja uusi luksus yhdistetäänkin usein massatuotettuihin edullisempiin premium-tuotteisiin. Nykykuluttajat ovat myös omaksuneet demokraattisen luksuksen ideaalin, jonka mukaisesti luksus on tarkoitettu kaikille ja se myös merkitsee kaikille eri asioita. (2005, 7–8, 18–19, 74–75.)

Myös Silverstein (2008, 5–9) korostaa kuluttajien ja uutta luksusta edustavien tuotteiden välistä tunnesidettä. Uuden luksuksen on kuitenkin oltava myös teknisesti edistynyt ja ominaisuuksiltaan ylivertainen, ja myös brändi ja yrityksen arvot ovat olennaisia. Uuden luksuksen taustalla on Silversteinin mukaan korostunut yhteiskunnallinen emotionalismi, pitkäaikaiset demografiset ja kulttuuriset muutokset, käytettävissä olevien tulojen kasvu ja naisten aseman merkityksen korostuminen. Amerikkalaiset nykykuluttajat ovat myös aiempaa koulutetumpia, valistuneempia, seikkailunhaluisempia ja tarkkanäköisempiä. Taulukossa 1 on esitetty uuden, tavanomaisen ja vanhan luksuksen erot Silversteinin ja Fisksen (2008, 56) mukaan.

TAULUKKO 1. Luksusjaottelu Silversteinin ja Fisksen (2008, 56) mukaan

	Uusi luksus	Tavanomainen luksus	Vanha luksus
Vaikutus	Sitouttava	Mitäänsanomaton	Etäinen
Saavutettavuus	Mahdollinen	Laajalle levinnyt	Eksklusiivinen
Hinta	Premium	Edullinen	Kallis
Laatu	Käsiteollisuus	Massatuotanto	Käsityö
Sosiaalinen perusta	Arvopohjainen	Mukautuva	Elitistinen

Yeoman (2011) on todennut, että yhteiskunnan vaurastuessa luksuksen määritelmä muuttuu. Materialismin tilalle luksuksen keskiöön ovat nousseet aika ja haaveilu, mikä on tehnyt luksuksesta saavutettavampaa ja demokraattisempaa. Vaatimattomamman ja edullisemmän luksuksen ja premium-tuotteiden asema on vahvistunut erotuksena korkeamman tason luksukseen, joka on joutunut turvautumaan korkeampaan hinnoitteluun ja autenttisuuden säilyttääkseen eksklusiivisuutensa. Yeomanin mukaan kulutuksessa laatu korvaa yhä useammin määrän, ja näkyvän varallisuuden merkitys on vähentynyt. Tuhlailevaan kulutukseen suhtaudutaan yhä torjuvammin. Lisääntyvä yhteiskunnallinen tietoisuus näkyy luksuskulutuksessa myös muun muassa ekologisuutena, älykkyytenä sekä terveellisinä ja eettisinä elämäntapoina. (ks. myös Yeoman ja McMahon-Beattie 2014.)

2.6 Suomalainen kulutusyhteiskunta

Suomessa on perinteisesti ihailtu puritanismia ja työntekoa. Protestanttinen etiikka ja kapitalismin henki rantautuivat suomalaiseen yhteiskunnalliseen keskusteluun 1700-luvulla hyödyn aikakaudella ja levisivät uskonnollisten herätysliikkeiden myötä 1800-luvulla. Heinosen mukaan eliitti pyrki muokkaamaan kansan tapakulttuuria, mikä ilmeni

esimerkiksi kotitalousneuvonnassa. Kansanvalistusta ja sivistystyötä pidettiin tärkeinä keinoina parantaa väestön taloudellisia ja sosiaalisia oloja, ja sen taustalla oli fennomaanien eli suomalaisuusaatteen kannattajien liike. Agraariset arvot ja talonpoikaisuus olivat valistuksessa keskeisessä asemassa, ja myös kirkolla oli siinä merkittävä rooli. Säätyläistö paheksui rahvasta kulttuuria ja oli huolestunut kansan sivistymättömyydestä ja huonoista tavoista. (Heinonen 1998, 15–22.)

Teollistuminen, maatalouden rakennemuutos, metsätalouden kasvu, taloudellinen kasvu ja kaupungistuminen olivat 1800- ja 1900-luvun vaihteen suuria yhteiskunnallisia muutoksia. Samoihin aikoihin Suomeen syntyi myös yhtenäiset kotimaanmarkkinat, liikenne- ja kauppayhteydet kehittyivät, julkinen sektori kasvoi ja yhteydet kansainväliseen talouteen lisääntyivät. Rahatalous laajeni myös maaseudulle 1870-luvulta lähtien, ja palkat nousivat vuosisadan vaihteen molemmin puolin nopeasti. 1900-luvun alussa tulonjako oli kuitenkin hyvin epätasaista. Suurliikemiehet ja virkamiehet kuuluivat yhteiskunnan hyvinvoivaan eliittiin, ja heillä oli varaa muun muassa palvelijoihin, lomailuun ja koulutukseen. Alempi keskiluokka tuli toimeen, mutta heidän elämänsä ei ollut yleistä. (Heinonen 1998, 44–48.)

Suomalainen kulutus alkoi muuttua rahatalouden läpimurron myötä 1870-luvulta lähtien. Kaupankäynnin laajentuessa uudet kulutustavarat tulivat vähitellen myös maaseutuväestön saataville. 1860- ja 1910-luvun välisenä aikana vaatteiden osuus kulutuksesta kaksinkertaistui, ja muodin mukana levisivät myös modernistiset ja antitraditionalistiset virtaukset. Kahvin ja sokerin kulutus kasvoivat vuosisadan vaihteessa nopeimmin, kun kahvista tuli arkijuoma. Sosiaalisten ryhmien väliset erot kulutuksessa olivat suuria, mutta elintason nousu tasoittui 1890-luvulta ensimmäiseen maailmansotaan asti, kun alueittaiset ja toimialoittaiset palkkaerot kaventuivat. Kulutusyhteiskunnan kehitys oli Suomessa pitkään hitaampaa kuin monissa muissa teollistuvissa maissa. (Heinonen 1998, 48–52.)

Maailmansotien välisen ajan nopeiden muutosten myötä kaupunkilaistuva väestö siirtyi pois talonpoikaisesta elämäntavasta. Kulutustavat erosivat toisistaan Helsingin ja muun maan välillä, ja varsinkin virkistys- ja huvittelumenot olivat Helsingissä muuta maata suuremmat. Kaupunkien keskiluokan asuminen muuttui mukavammaksi, ja 1930-luvun lopulla elintason nousu näkyi kulutuksen voimakkaana kasvuna. Kotitalousopetuskomitea oli jo 1910-luvun alussa huolestunut tavallisen kansan parissa yleistyneestä ”hienostelusta” ja ”kaupunkilaisvaikutuksen” leviämisestä maaseudulle erityisesti ruokataloudessa.

Heinosen mukaan huoli oli kuitenkin ylimitoitettua, koska ylellisyystavarat olivat kalliita ja niitä oli saatavilla lähinnä suurimmista kaupungeista. (Heinonen 1998, 59–63, 76–77.)

Ikonen (1992, 45–55) on tarkastellut ylellisyystuotteiden kulutusta Suomessa sääty-yhteiskunnan murtumisen aikoihin eli vuosina 1840–1870. Kulutus oli melko vähäistä ja liittyi todennäköisesti suurilta osin juhliin. Ylellisyystuotteiden kulutus painottui ylimpiin luokkiin, mutta suurin osa kulutuksesta muodostui kuitenkin tavanomaisista tuotteista. Ikonen lukee ylellisyydeksi ei-välttämättömät ja usein kalliit tuontitavarat kuten alkoholin, kahvin, sokerin ja tupakan. Kahvi ja sokeri yleistyivät nopeasti ja olivat 1800-luvun lopulla jo kaikkien yhteiskuntaluokkien ulottuvilla. Ylemmät yhteiskuntaluokat kokivat, että Suomessa syntyi 1800-luvun lopulla uusia kulutusluokkia, joiden kulutus ylitti säätyrajat.

Heinosen (1998, 378–379) mukaan weberiläinen protestanttinen työetiikka on ollut Suomessa sen verran vahva, että campbellilainen kulutuksen henki puuttui kulttuuristamme pitkään kokonaan. Näyttävää, runsasta ja liiallista kulutusta on pidetty sopimattomana ja tuomittavana. Kotitalousjärjestöt pitivät kulutusta välttämättömänä ihmisten hyvinvoinnille, ja tärkeintä oli epävarmuudesta ja puutteesta vapautuminen. Kulutuksen luovasta potentiaalista, elämyksellisyydestä ja nautinnollisuudesta ei juuri puhuttu.

Toisen maailmansodan jälkeisen taantuman ja säännöstelyn jälkeen kulutus alkoi jälleen 1950-luvulla kasvaa. Suomalaisessa talouspolitiikassa korostettiin säästämistä ja investointeja, mutta myös kulutuksen roolia pyrittiin lisäämään ja kulutusta haluttiin tukea sosiaalisilla tulonsiirroilla. Lisääntyvän palkkatyöläistymisen myötä yhä suurempi osa kansasta oli riippuvainen kulutustavaramarkkinoista ja niiden jakelukanavista. Väestön koulutustaso nousi, ja lisääntyvä vapaa-ajan kulutus takasi markkinoiden kasvun. Säännöstelyn purkamisen myötä uusia kulutustavaroita tuli kuluttajien saataville, ja mainonta kaupungeissa lisääntyi. Massakulutuksen aikakausi alkoi Suomessa 1950- ja 1960-luvuilla mullistaen ihmisten elämän. Kotitalouksien vaurastuminen näkyi muun muassa kestokulutushyödykkeiden ja autojen myyntiluvuissa sekä lisääntyvänä ulkomaanmatkailuna. Siirtymä kohti runsauden yhteiskuntaa oli alkanut myös Suomessa. (Heinonen 1998, 241–255.)

Loikkanen (1990, 151–158) on myös tarkastellut suomalaisten kotitalouksien kulutuksessa 1950-luvulta lähtien tapahtuneita muutoksia. Tulotason noustessa elintarvikkeiden ja

vaatetuksen osuus kulutusmenoista supistuu tehden tilaa uusille tavaroille ja palveluille. Liikenteen sekä virkistykseen, kulttuurin ja koulutuksen osuudet ovat selvästi kasvaneet etenkin 1960-luvun puolivälin jälkeen. Mielenkiintoinen on myös ”muiden tavaroiden ja palveluiden” osuuden nousu, sillä siihen sisältyvät paitsi terveydenhuoltopalvelut myös muun muassa ravintola- ja kahvilamenot, hotellit, valmismatkat ja luksukseksikin luokiteltavat kellot ja korut. Kulutusmenoissa ei Helsingin ja muun Suomen välillä enää vuoden 1985 vertailussa löydy kovin suuria eroja muiden kuin edellä mainittujen muiden hyödykkeiden sekä elintarvikkeiden osalta. Erot esimerkiksi virkistysmenoissa ovat paljolti tasoittuneet.

1980-luvulle tultaessa välttämättömän kulutuksen osuuden pienentyessä ja kohtuullisen asumis- ja kulutustason tullessa yhä laajemman väestönosan ulottuville suomalaista kulutusyhteiskuntaa voitiin luonnehtia runsauden yhteiskunnaksi. Talouskasvu oli vakaata, työttömyys oli alhaista ja aineellinen hyvinvointi kohentui. Kestokulutushyödykkeistä esimerkiksi televisio, jääkaappi, pyykinpesukone ja lankapuhelin löytyivät jo lähes joka kodista. Auton omistus laajeni kahteen kolmasosaan kotitalouksista vuoteen 1990 mennessä, ja ravintolassa käynti sekä matkailu, myös kaukomatkailu, lisääntyivät. 1990-luvun laman aikana vaatteiden ja kestokulutustavaroiden hankintaa, ravintolassa käyntiä sekä matkailua vähennettiin. Laman jälkeen 1990-luvun puolivälissä koettiin kuitenkin jälleen ennätyskellisiä kasvuvuosia. Globalisaation myötä kulutuskeskusteluun on noussut uusia huolenaiheita kuten vähemmistöjen oikeudet ja ympäristökysymykset. Vuosituhannen vaihteessa yhä suurempi osa kulutuksesta oli median välittämää. 2000-luvulla on nähty siirtymä modernista kulutusyhteiskunnasta jälkimoderniin elämysyhteiskuntaan, jossa korostuu luovien kansalaisten itsensä toteuttaminen. (Heinonen 2005, 61–68.)

Uusitalon (2008, 189) mukaan markkinaideologia ja taloudellinen tehokkuus ovat nousseet keskeisiksi yhteiskuntaa määrittäviksi tekijöiksi myös Suomessa, ja yksityisen kulutuksen merkitys on entisestään kasvanut. Kulutuksen symboliset merkitykset ovat myös nousseet keskeiseen asemaan. Uusitalon mukaan Suomessa tapahtui 2000-luvun vaihteessa rajua muutos, jota edelsi vuosikymmenien hiljainen vallankumous. Suomessa amerikkalaisen kulutuskulttuurin elementit omaksuttiin jopa innokkaammin kuin muualla maailmassa. Kulutuksen rooli yhteiskunnallisen tasa-arvon ja menestymisen osoittimena ei kuitenkaan Suomessa ole ollut yhtä merkittävä kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa. Uusitalo myös

korostaa, että Euroopassa demokratia ei tarkoita ensisijaisesti yhtäläisiä kulutusmahdollisuuksia eikä tasa-arvoa mitata kulutuksen kautta.

Jaatinen (2007) on tarkastellut luksuskulutusta ökyilynä, jota luonnehtii huomionkipeä törsäys eli rahan näyttävä kuluttaminen, ja jolla on kiinteä suhde mediaan. Suomen kielen perussanakirjassa ökyn määritelmä on ”mahtava, vauras, suuri”. Puhekielessä ökyilyllä on kuitenkin selvä negatiivinen kaiku, mikä ilmenee myös esimerkiksi termin ”ökyrikas” englanninkielisessä käännöksessä ”filthy rich”. Ökyilystä alettiin puhua Suomessa 2000-luvun alussa, kun taloustilanne parani ja media esitteli suomalaista ökyelämää. Öky ei välttämättä tarkoita huippulaadukasta tuotetta, johon luksuksella tavallisesti viitataan, vaan ökyssä korostuu hinnan lisäksi koko ja näyttävyys. Ökyily voi näkyä esimerkiksi asumisessa, pukeutumisessa tai ajoneuvoissa, ja erilaiset statussymbolit ja merkkituotteet ovat keskeisessä asemassa. Ökyn vastakohtana ei ole köyhä vaan saita. Ökyilevää ihmistä luonnehtii himo rahan hankkimiseen ja sen kuluttamiseen, ja keskeisessä asemassa ovat julkiset tai julkisuuteen tulleet rahankäyttötavat. Ökyilyä on pidetty muun muassa syntinä, sivistymättömyytenä sekä yhteiskunnallisesti moraalittomana ja ekologisesti arveluttavana toimintana.

3 LUKSUS JA YHTEISKUNTALUOKKA

3.1 Yhteiskuntaluokan historiaa

Luokkakulttuurit alkoivat Mukerjin mukaan muodostua myöhäisellä keskiajalla, kun koulutus yleistyi ja oppineisuus irtautui perinteisestä yhteiskunnallisesta asemasta. Raha oli tärkein kouluttautumisen ja sen vaatiman vapaa-ajan mahdollistava tekijä, ja koulutuksen yleistyessä Eurooppaan syntyi elitistisen kulttuurin erityismuoto, varallisuuden kulttuuri. Modernissa yhteiskunnassa erot sosiaaliluokkien välillä kasvoivat edelleen. Peter Burken mukaan vielä 1500-luvulla populaarikulttuuri tarkoitti yhteisesti jaettua kulttuuria, sosiaalisesta asemasta riippumatta. 1800-lukuun mennessä eliitin maailmankuva oli kuitenkin eriytynyt alemmista luokista ja populaarikulttuurista tullut eliitille vastakkaista massakulttuuria. (Mukerji 1983, 39–40, 67–68.)

Ranskan hovi oli vielä varhaismodernilla ajalla Euroopan vaikutusvaltaisin. Aristokratian muusta kansasta erottavat hienostuneet käytöstavat, maku ja kieli levisivät Pariisista kaikkiiin eurooppalaisiin hoveihin. Se teki näkyväksi yhteiskunnan hierarkkisen rakenteen, jonka mukaan ihmisen paikka suhteessa sekä ylä- että alapuolella oleviin määrittyi. Aateliston valta-asema heikentyi Ranskassa 1500- ja 1600-luvuilla aateliston sisäisten jakojen suurentuessa ja porvariston ja kuninkaan vallan vahvistuessa. Rahan määrän kiihtynyt kasvu myös laski aateliston omaisuuden arvoa. 1600-luvulla porvariston asema oli jo verrattavissa aatelistoon. Juuri ennen Ranskan vallankumousta tarpeettomana pidetyn aateliston etuoikeudet poistettiin kokonaan. (Elias 1939/2000, 189–190, 331–334.)

Saksalainen keskiluokka oli vielä 1600- ja 1700-luvuilla köyhää verrattuna Ranskaan ja Englantiin, sillä maa oli kolmikymmenvuotisen sodan jäljiltä raunioina. Pikkukaupunkien porvarit olivat korvanneet entiset vauraat kauppiat, eikä luksukseen ollut varaa. Hoveissa jäljiteltiin Ludvig XIV:n tapoja ja käytettiin ranskaa, josta tuli myös ylimmän porvariston statussymboli. Saksalaisen aateliston ja keskiluokan välillä vallitsi selvä jako, eivätkä aristokraattiset kunnialle perustuvat arvot ja porvarilliset saavutuksille perustuvat arvot juuri sekoittuneet keskenään. Aatelisto korosti syntyperän merkitystä etuoikeutetun aseman perusteena. Se muodosti esteen varallisuuteen perustuvalla sosiaalisella liikkuvuudella, mikä erotti Saksan muista länsimaista. (Elias 1939/2000, 11, 17–20.)

Porvarillisten arvojen levitessä aristokraattinen eetos muuttui myös Ranskassa. Aristokratian olemassaolo perustui perinteisesti ansaitsemattomiin tuloihin, joiden varassa eläminen oli arvostettua ja myös edellytys yläluokkaan kuulumiselle. Nyt yläluokankin odotettiin kuitenkin tekevän työtä elääkseen. Aateliston hienostuneen käytöksen ja maun erottelukyky heikkeni kunnianhimoisen porvariston pyrkiessä jäljittelemään niitä, mikä pakotti aateliston jalostamaan tapojaan yhä pidemmälle. Elias mukaan ylemmän luokan tapojen levitessä alemman luokan keskuuteen ylempi hallitsee aluksi jäljittelemään pyrkivää alemmää luokkaa. Alemman luokan sosiaalinen valta kuitenkin lisääntyy, mikä pakottaa ylemmän luokan vetäytymään ja vahvistamaan ryhmien välisiä eroja lisäten siten yhteiskunnan kontrasteja ja jännitteitä. (Elias 1939/2000, 424–430.)

Riippuvuussuhteiden lisääntyessä ja valtamonopoliin muuttuessa yhteiskuntaluokkien väliset jännitteet kuitenkin pienenevät. Modernilla ajalla yläluokkien toiminnasta tuli yhä kahlitumpaa porvariston ajaessa etujaan entistä kovemmin. Se lisäsi aateliston tuntemaa vastenmielisyyttä kaikkea porvarillista ja vulgaaria kohtaan ja kasvatti aateliston pyrkimystä sosiaaliseen kontrolliin. Länsimaisen yhteiskunnan sivilisoitumiskehitys vähensi merkittävästi sekä luokkien että yksilöiden välisiä eroja. Yläluokkaiset distinktiot, mutta myös alemmille luokille tyypilliset piirteet levisivät kaikkiin yhteiskuntaluokkiin. Käytöstapojen sekoittuminen, erilaistuminen ja monimuotoistuminen ovat Eliasille sivilisoitumisen merkittävimpiä piirteitä. (Elias 1939/2000, 383–387, 422–424.)

Kulutushyödykkeet tekivät sosiaalisen hierarkian näkyväksi. Tuotteiden räätälöinti tietyille ryhmille vahvisti sosiaalista stratifikaatiota ja muodosti eroja ylä- ja alaluokkien estetiikkaan ja elämäntyyliin. Kaupankäynnin kasvaessa uudenlaiset materiaalit ja tyyli tulivat kuitenkin yhä useampien saataville, mikä uhkasi sosiaalisen stratifikaation perusteita. Perinteisen arvojärjestelmän tilalle tärkeimpänä sosiaalisen aseman osoittajana tuli uusi makujärjestelmä ja sen määrittämät erot pukeutumisessa. Eliitin pukeutuminen kuitenkin määritteli hyväksyttävät tyyli- ja makukriteerit. (Mukerji 1983, 30–31, 243–244.)

Modernissa yhteiskunnassa ylempien luokkien jäljittely yltyi Veblenin (1899/2002, 64–71) mukaan etenkin kaupungeissa entisestään. Kauneuden ja mukavuuden kaltaiset arvot määrittyivät kulutuksen kautta, ja joutilasluokka määritteli säädyllisen elämäntavan mukaiset kulutusnormit. Kulutuksen mittapuuna oli aina juuri ja juuri ulottumattomissa oleva yläpuolisen luokan kulutusihanne. Kerran omaksutusta kulutustasosta oli Veblenin

mukaan lähes mahdotonta luopua, mutta tason nostaminen kävi helposti, jos yksilöllä vain oli keinot siihen. Itsesuojeluvaisto teki elämän perusedellytyksiin kuuluvista hyödykkeistä luopumisesta hankalaa, mutta kerskakulutuksessa kyse on kilpailunhalusta, jota Veblen pitää voimakkaimpana taloudellisena vaikuttimena. (ks. myös Riukulehto 1994, 61–62.)

Baudrillard (1998, 59–61) pitää kuluttamista luokkainstituutiona, koska ihmiset eivät ole kuluttajina taloudellisesti tasa-arvoisia ja koska vain osa kuluttajista hallitsee kulutuksen sosiaalisen logiikan. Kuluttamisessa ei hänen mukaansa ole kyse tarpeiden tyydyttämisestä ja käyttöarvosta, vaan sosiaalisten merkkien tuottamisesta ja manipuloinnista. Kuluttaminen on pyrkimystä erottautumiseen, ja se myös määrittää yksilön paikan yhteiskunnassa. erottautumista pidetään vapautena, vaikka kuluttajat pikemminkin pakotetaan olemaan erilaisia. Kulutuksen sosiaalisen luonteen vuoksi erottautumispyrkimyksellä ei myöskään ole loppua eikä se tulekaan koskaan päätökseensä.

3.2 Maku ja muoti erottautumisen välineinä

Maku ja muoti ovat keskeisiä yhteiskuntaluokkien välisiä eroja tuottavia ja ylläpitäviä sosiaalisia konstruktioita. Muodin ja maun tuottamiin luokitteluihin perustuu myös se, mitä yhteiskunnassa milloinkin pidetään luksuksena. Bourdieun (1984, 226–227) mukaan sosiaaliset erot tulevat kaikkein selvimmin esiin etenkin kulttuurituotteisiin liittyvässä ylellisyyskulutuksessa, koska se edellyttää sekä taloudellista että kulttuurista pääomaa. Bourdieu piti taideteosta distinktion ruumiillistumana. Ylellisyystuotteista kilpaillaan paitsi luokkien välillä myös hallitsevan luokan sisällä.

Bourdieu (1984, 466–469) viittaa maun käsitteellä omaksuttuihin taipumuksiin tehdä eroja ja arvostaa asioita. Yksilön habitukseen sisältyvät luokittelumallit ohjaavat käyttäytymistä tiedostamatta, joten makua ei voi yksiselitteisesti pitää osoituksena yksilön arvoista. Maku on sosiaalisen orientoitumisen väline ja antaa yksilölle käsityksen paikastaan yhteisössä. Kaikki yhteiskunnan jäsenet tuntevat erontekojen periaatteet, mikä tekee yhteiset merkkijärjestelmät mahdollisiksi. Asioiden näennäinen vastakkaisuus perustuu sosiaaliseen järjestykseen eli hallitsevan eliitin ja hallitun massan suhteeseen.

Sosiaalinen identiteetti perustuu siis eronteille. Yksilöiden habitus tuottaa erilaiset sosiaalisina merkkijärjestelminä toimivat elämäntyyli, jotka ilmenevät distinktiivisistä preferensseistä koostuvina makuina esimerkiksi sisustuksessa ja pukeutumisessa. Bourdieun mukaan maku määrää yksilön käyttäytymistä enemmän kuin hänen tulotonsa. Makunsa asettamissa rajoissa yksilö voi valita erilaisten tyylien järjestelmästä haluamansa kokonaisuuden. Tarjonta asettaa maulle rajoituksia, mutta mauissa tapahtuvat muutokset muokkaavat myös tuotannon kenttää. Bourdieu erottaa kolme maun osa-aluetta: legitiimin maun, joka yleistyy koulutustason noustessa; keskiluokalle ominaisen hyvän kulttuuritahdon sekä työväenluokalle ominaisen viihteellisen maun, jonka yleisyys on koulutustasoon verrattuna käänteinen. (Bourdieu 1984, 16, 172–175, 230–231.)

Maut ovat taloudellisten ja sosiaalisten tekijöiden määrittämiä. Maku määrittyy ja sitä puolustetaan negatiivisesti torjumalla muut maut. Maku voidaankin nähdä muita makuja kohtaan tunnettuna vastenmielisyytenä ja suvaitsemattomuutena. Maku on Bourdieulle keskeinen erotteleva tekijä, sillä kaikki, mitä yksilöllä on ja kaikki mitä hän on muiden silmissä, perustuu makuun. Ainoastaan niiden, jotka hallitsevat legitiimit tavat ja kykenevät määrittelemään arvostuskriteerit, ei tarvitse huolehtia siitä milta heidän käytöksensä muiden silmissä näyttää. (Bourdieu 1984, 56, 95.)

Yhteiskuntaluokkien väliset erot ilmenevät kaikkein selvimmin kulttuurisessa pääomassa. Erot kulttuurisessa kompetenssissa tulevat parhaiten esiin jokapäiväisissä valinnoissa kuten sisustuksessa ja pukeutumisessa. Kulttuurisen kompetenssin merkitys näkyy erityisesti uusrikkaiden elämäntyyli, koska he eivät hallitse uusien olosuhteiden määrittämää välttämätöntä kulutusta, jota he ovat tottuneet paheksumaan. Kerskakulutus, tuhlaaminen ja muu tarpeeton kulutus ovat taloudellisen vallan ilmauksia, ja ne ilmentävät sosiaalista pääomaa. Kulutuksessa esiintyvät erot perustuvat ylellisyyden maun ja välttämättömyyden maun väliseen vastakkaisuuteen. Ylellistä makua luonnehtii taloudellisen vallan mahdollistama vapaus ja mukavuus. Yksilöt, joiden elämä perustuu välttämättömyydelle, joutuvat sen sijaan sopeuttamaan makunsa sen mukaiseksi. Välttämättömyyden maulle on ominaista käytännöllisyys, soveliaisuus ja turhuuksien vieroksuminen. (Bourdieu 1984, 374–384.)

Bourdieuun mukaan kyky soveltaa puhdasta estetiikkaa arkipäiväisissä valinnoissa erottaa yhteiskuntaluokat selvimmin toisistaan. Työväenluokan estetiikka määrittyy negatiivisesti

hallitsevan luokan estetiikan vastakohtana. Ainoastaan hallitseva luokka kykenee luomaan esteettisiä periaatteita, minkä vuoksi hallittujen luokkien rooli jää symbolisessa taistelussa passiiviseksi. Hallitut luokat pystyvät kuitenkin varaamaan itselleen oman symbolisesti eksklusiivisen alueensa arvostamalla eri asioita, tai eri tavalla samoja asioita, kuin hallitsevat luokat. (Bourdieu 1984, 40–41, 251, 282.)

Arvokkaina pidetyt ominaisuudet menettävät merkityksensä, kun ne leviävät yhä laajemmalle ja erityisesti alempien luokkien keskuuteen. Kaikki yhteiskunnalliset ryhmät pyrkivät säilyttämään erot alempiin luokkiin nähden, ja kilpailu on voimakkaimmillaan toisilleen läheisimpien ryhmien kesken. Kilpailun myötä luokkien olosuhteet muuttuvat, mutta suhteelliset erot luokkien välillä säilyvät. Jatkuva erottautuminen on kuitenkin mahdollista vain, jos kulttuurisia hyödykkeitä tai niiden uusia käyttötapoja on tarjolla rajattomasti. (Bourdieu 1984, 161–164, 230.)

Bourdieu on kritisoitu oletettavan erottautumisen johtavan hierarkkisuuuteen ja merkitysten ja arvojen määrittävän suljetuilla tai vakailta kentillä. Nyky-yhteiskunnat ovat kuitenkin dynaamisia, ja kentät ovat pikemminkin avoimia ja alttiita nopeille muutoksille. Nyky-yhteiskunnassa esiintyy useita osittain päällekkäisiä kilpailun ja vertailun alueita, joilla vallitsee erilaiset logiikat ja arvostuskriteerit. Bourdieun näkemys taloudesta perustui itsekkäälle laskelmoinnille, mikä myös osaltaan rajoittaa teorian sovellusmahdollisuuksia. Bourdieu myös aliarvioi moraalisten preferenssien merkityksen korostaessaan kulttuurisia ja sosioekonomisia resursseja ja sivuutti distinktiiviset kansalliset kulttuurit maun taustalla vaikuttavina tekijöinä. (Lury 2011, 94–95, 98.)

Myös muoti on luokkaerottelun tuote, joka yhdistää samassa asemassa olevia ja erottaa heidät muista luokista. Yhteiskuntaluokkien muodit eroavat toisistaan, ja ero pyritään myös säilyttämään. Alemmille luokille helpoin tapa pyrkiä sosiaalisessa hierarkiassa ylöspäin on jäljitellä ylempien luokkien muoteja. Ylemmät luokat hylkäävät muodit heti niiden levittyä alempien luokkien keskuuteen ja joutuvat omaksumaan aina uusia muoteja. Modernissa yhteiskunnassa muodin kantajana on keskiluokka, jonka elämäntyyliä luonnehtivat vaihtelunhalu, levottomuus ja ristiriitaisuus. Alimpia ja ylimpiä luokkia leimaa konservatiivisuus, joka on alimmissa luokissa pääasiassa tiedostamatonta. Ylimpien luokkien konservatiivisuus ja arkaaisuus ovat sen sijaan hyvin näkyviä, koska muutokset horjuttaisivat niiden saavuttamaa valta-asemaa. (Simmel 1986, 26–31, 67–69.)

Simmelin (1986, 38–48) mukaan muodin olemus on juuri siinä, että se on käytössä vain osalla ihmisistä. Kaikkien ryhmien keskuuteen levinyttä muotia ei voi enää kutsua muodiksi, koska sen erottelukyky on hävinnyt. Muodin luonteeseen kuuluu pyrkimys rajattomaan laajenemiseen, mikä johtaa ristiriitaan ja muodin tuhoutumiseen. Sillä hetkellä, kun muoti saavuttaa pyrkimyksensä, sen on kuoltava. Muodin viehätys perustuukin juuri samanaikaiseen uutuuteen ja katoavuuteen.

Simmel kehitti trickle-down-teorian käsitellessään muodin vaihteluita ja eroja yhteiskuntaluokkien välillä. Hallitut luokat tekevät uusia statusvaatimuksia jäljittelemällä ylempiä luokkia, mikä tapahtuu omaksumalla heidän pukeutumistyyliinsä. Hallitsevat luokat vastaavat tähän erottautumalla alemmista luokista aina uudelleen omaksumalla uusia muoteja. Jäljittelyn ja erottautumisen kierteestä tulee itseään ylläpitävä muutoksen kehä, joka ajaa muotia eteenpäin. Jäljittely ja erottautuminen tapahtuvat aina välittömässä läheisyydessä olevien ryhmien kesken. Nimestään huolimatta prosessi ei etene ylhäältä alas vaan alhaalta ylös, koska muutospaine tulee alemmista luokista. Keskiluokan rooli sekä jäljittelevänä että erottautuvana luokkana jää myös Simmelin teoriassa tarkemmin määrittelemättä. (McCracken 1988, 93–94.)

Myöhäisellä keskiajalla pukeutuminen oli merkittävä osa aineellista kulttuuria, ja se noudatti sosiaalisten ryhmien rajoja. Pukeutumistavat säilyivät pääosin muuttumattomina ja alueellisina aina 1300-luvulle saakka, jolloin kansainväliset tavaravirrat synnyttivät ensimmäiset muodit. Vaihtelevat muodit olivat eliitin distinktiivinen piirre, jota alempien luokkien on katsottu pyrkivän imitoimaan. Mukerji kuitenkin toteaa, että puritanismin valtakaudella aristokratian pukeutumisessa oli havaittavissa selviä keskiluokkaisia vaikutteita. Muotivirtaukset eivät aina välttämättä kulkeneet ylhäältä alas, vaan ajoittain myös keskiluokalla oli valtaa niiden määrittelyssä. Muodin keskus vaihteli sen mukaan, mihin kauppa ja tavaravirrat sekä kulttuuriset innovaatiot keskittyivät. 1500-luvulla muodin keskuksena oli Italia, jonka paikan Espanja myöhemmin otti. 1600-luvulla keskus siirtyi Hollantiin ja sieltä Ranskaan. (Mukerji 1983, 170–179.)

Uudesta keskiluokasta muodostui yhteiskuntien vaurastuessa tärkeä kulttuurin välittäjä, ja sen keskuudessa kiinnostus symbolisia tuotteita kohtaan oli suuri. Uuteen keskiluokkaan kuului etenkin symbolisten hyödykkeiden tuottajia, jotka olivat kiinnostuneita erityisesti identiteetistä, ulkonäöstä, elämäntyyleistä ja uusista kokemuksista ja nostivat esimerkiksi

urheilun, muodin ja populaarikulttuurin arvostusta. He toivat uudenlaisen elämäntyylin laajemman yleisön ulottuville, minkä seurauksena erottelut ja symboliset hierarkiat populaarikulttuurin ja korkeakulttuurin välillä alkoivat murtua. Uusi keskiluokka pyrki nostamaan älyllisten taitojen, symbolisten tuotteiden ja kulttuurisen pääoman sosiaalista arvostusta suhteessa taloudelliseen pääomaan. (Featherstone 1991, 43–45.)

3.3 Kerskakulut

Thorstein Veblen nosti kerskakulutuksen (*conspicuous consumption*) laajan yleisön tietoisuuteen teoksellaan *The Theory of the Leisure Class* (1899). Teoksessa hän tarkastelee modernissa yhteiskunnassa vallitsevien maku- ja kunniallisuus-kriteereiden syntyä joutilasluokan instituution pohjalta. Luokkajärjestelmä oli vahva muun muassa feodaaliajan Euroopassa, jossa luokat erottuivat toisistaan etenkin työnjaollisesti. Kunnia, arvokkuus ja silmiinpistävä tuottamattomuus luonnehtivat joutilaille yläluokille soveltuvia tehtäviä, joihin liitettiin antiikistakin tuttu urhoollisuus. Sellaisia olivat esimerkiksi hallinto, sodankäynti, uskonnolliset menot ja urheilu. (Veblen 1899/2002, 17–22.)

Kerskakulutus ei kuitenkaan ollut uusi ilmiö, ja esimerkiksi Mandeville, Hume ja Smith olivat jo aikaisemmin tarkastelleet näyttävän kulutuksen ilmenemismuotoja (Mason 1998, 2–11). Kerskakulutuksen edellyttämä joutilasluokka alkoikin Veblenin mukaan kehittyä jo kivikauden jälkeisessä barbaarisessa kulttuurissa, jolloin statusperustaisesta sosiaalisesta arvohierarkiasta tuli yleisesti hyväksytty sosiaalinen normi. Kerskakulutuksen varsinainen kehitys alkoi modernin varallisuuskulttuurin myötä, joka ajoittuu Veblenin teoriassa myöhäiselle keskiajalle. (Riukulehto 1994, 95–98.) Joutilasluokan edun mukaista oli pitää olosuhteet ennallaan ja vastustaa muutosta, mikä johti koko yhteiskuntajärjestelmän jäykkyyteen. Kerskakulutus oli Veblenille feodaalisen ajan jäännös, joka ei soveltunut moderniin yhteiskuntaan, koska se vaikutti negatiivisesti yhteisön hyvinvointiin. (Riukulehto 1994, 42–46, 101–102; Veblen 1899/2002, 105–115.)

Riukulehto (2002, 10) huomauttaa, että suomalaisen keskusteluun 1960-luvulla vakiintunut termi ”kerskakulutus” ja Veblenin käyttämä termi ”conspicuous consumption” eivät täysin vastaa toisiaan. Edellisellä viitataan yksilön kerskumiseen kulutuksellaan, kun taas jälkimmäisessä keskeisessä asemassa ovat ulkopuolisten muiden silmiinpistävästä

kulutuksesta tekemät huomiot. Veblenin mukaan ”conspicuous consumption” ei viittaakaan kuluttamisella leuhkimiseen vaan sosiaaliseen koodiin, joka velvoittaa yksilön kuluttamaan näyttävästi yli varojensa. Toiminnan motiivina on kuitenkin termistä riippumatta kulutuksen avulla saavutettava arvostus. Kerskakulutus ei edellytä ylellistä elintaso, vaan arvostuksen ja statuksen hankkimiseen tähtäävä kuluttaminen ja tuhlaus ovat mahdollisia kaikille varallisuustasosta riippumatta. Kerskakulutusteoriassa ei siis käsitellä luksusta tai ylellisyyttä suoranaisesti vaan välillisesti varakkaan, tai ainakin näennäisesti varakkaan, elintason edellytysten kautta.

Vebleniläisen statukseen ja kunnioitukseen tähtäävän kerskakulutuksen kohteena olivat harvinaiset, kalliit ja näkyvät esineet. Yhteiskunnassa, jossa sosiaalisesta arvostuksesta oli tullut superarvo, kaikki joutuivat tahtomattaankin tarkkailemaan toisiaan. Toinen keskeinen kerskakäyttäytymisen muoto on joutilaisuus. Kerskajoutilaisuuden arvostus perustuu siihen, että ihmisellä on varaa laiskotella, kun muiden on tehtävä töitä. Se merkitsi siis työstä pidättäytymistä ja sellaisia tehtäviä, jossa tärkeintä ei ollut tuottavuus. (Riukulehto 1998, 68–69; Riukulehto 1994, 53.)

Modernissa varallisuuskulttuurissa yhteiskunnan eriytyessä, yksilöiden vieraantuessa toisistaan ja asutuksen keskittyessä kaupunkeihin kulutuksesta tuli joutilaisuutta tehokkaampi varallisuuden ilmaisija. Kerskakulutuksen oli kohdistuttava turhuuksiin, sillä välttämättömyshyödykkeiden kulutusta ei pidetty ansiokkaana. Huomiota herättävän tarkoituksettomasta joutilaisuudesta sen sijaan tuli vähitellen paheksuttavaa. (Veblen 1899/2002, 56–61; ks. myös Riukulehto 1994, 61–64.) Riukulehto (1994, 51–53) määrittelee kerskakulutuksen ”kohtuuttoman ylellisten hyödykkeiden ja tarpeettomien liikanaisuuksien” kulutukseksi. Sitä pidettiin monissa kulttuureissa haitallisena. Varhaisissa kulttuureissa kerskakulutusta vastustettiin lähinnä moraalista syistä, mutta myöhemmin moraalisen vastustuksen rinnalle tuli myös taloustieteelliset perustelut. Liiallisen kulutuksen nähtiin muun muassa heikentävän talouden tuotantokykyä.

Korkealuokkaisten ruokien ja harvinaisten koriste-esineiden kuluttaminen oli jo varhain kiellettyä muilta kuin korkeassa arvossa pidetyiltä miehiltä. Modernissa varallisuuskulttuurissa ylellisyystuotteet olivat sallittuja vain joutilasluokan keskuudessa, ja alempien luokkien ylellisyyskulutusta saatetaan paheksua vielä nyky-yhteiskunnassakin. Hyödykkeiden oikeanlainen kuluttaminen vaati asiantuntijuutta, johon vain joutilasluokalla

oli edellytyksiä. Joutilas yksilö kulutti yli toimeentulonsa ja tarpeidensa, ja kulutus keskittyi kaikkein korkealaatuisimpiin tuotteisiin sekä uutuuksiin, joita arvostettiin niiden tehokkuuden, paremmuuden ja kehittyneisyyden vuoksi. Vaurauden osoittamiseksi järjestettiin myös juhlia, joissa muut kuluttivat ylenpalttisesti joutilaan yksilön puolesta. Alempiarvoisista joutilasluokan edustajista saattoikin muodostua sijaiskuluttajien kaarti, jonka tunnusmerkkeihin kuuluivat esimerkiksi univormut, arvomerkit ja virkapuvut. (Veblen 1899/2002, 48–52.)

Riukulehto korostaa, että joutilasluokkateoriaa tulkittaessa on otettava huomioon Veblenin ajattelun arvositoumat ja yhteiskunnallinen konteksti. Vebleniä on arvosteltu muun muassa moralismista, evolutionismista ja elitismistä, mutta Riukulehto löytää Veblenin ajattelusta myös moralismia ja elitismia vastustavia piirteitä. Joutilasluokkateorian kontekstina oli 1800-luvun lopun Yhdysvallat eli niin sanottu pintakiillon aika, jolloin väestönkasvu oli nopeaa ja siirtolaisten määrä lisääntyi. Yhteiskunnallinen asema ei perustunut sukutaustaan, nimeen tai syntyperään, vaan varallisuus oli lähes ainoa keino aseman osoittamiseen. Varallisuuden piti näkyä ja kuulua, ja myös individualismin merkitys oli korostunut. (Riukulehto 1994, 29–32, 54–59, 149–153.)

Kerskakulutusta on selitetty erilaista lähtökohdista käsin. Esimerkiksi John Raen mukaan kerskakulutus perustui ihmisen turhamaisuuteen, kun taas muun muassa Adam Smith piti sitä Veblenin tavoin sosioekonomisten olosuhteiden synnyttämänä arvostuksen hankkimisen tapana. Näistä keskenään ristiriitaisista näkemyksistä jälkimmäinen otettiin kerskakulutusta koskevien teorioiden pohjaksi lähes sellaisenaan, kuin se esiintyi Veblenin teoriassa. Veblenin määritelmä oli kuitenkin hyvin epätyypillinen kerskakulutuksen muoto, eikä sitä Masonin mukaan tulisikaan pitää yleisenä standardina. (Mason 1998, ix; ks. myös Mason 1981, 17–19.)

Mason (1981, 20–31) toteaa, että taipumus huomiota herättävään kulutukseen on riippuvainen yhteisön arvoista ja normeista. Yhteiskunnallisen stratifikaation ja yksilöiden välisen eriarvoisuuden suuruus ja sosiaalinen liikkuvuus vaikuttavat kerskakulutukselle suotuisan ympäristön muodostumiseen. Erilaiset viiteryhvät, joihin ihmiset joko kuuluvat tai haluavat kuulua, määrittävät myös hyväksyttävää ja toivottavaa kulutustasoa. Sosiaaliset tekijät ja yksilön persoonalliset ominaisuudet eivät silti riitä synnyttämään kerskakulutusta, vaan sen täytyy olla yksilölle taloudellisesti mahdollista.

Kerskakulutus alkoi Masonin (1998, 107–108) mukaan levitä Yhdysvalloissa 1940-luvun lopulla, ja 1960-luvulla siitä oli jo tullut vakiintunut ilmiö. Tuotteita myytiin yhä useammin statussymboleina, mikä osaltaan kasvatti kulutuskysyntää. Varallisuuden kasvu ja vapaa-ajan lisääntyminen kannustivat ihmisiä kerskaileviin kulutustapoihin. Yleistyessään kerskakulutus alkoi kuitenkin menettää merkitystään sosiaalisen aseman turvaajana. Asemansa vakiinnuttanut ”vanhan rahan” eliitti piti varakkuuden peittelemätöntä esittelyä vulgaarina ja pidättäytyi itse kerskakulutuksesta. Kerskakulutus kuitenkin jatkoi kasvuaan, sillä uusrikkaat halusivat tuoda statuksensa julki. Statuspainotteisen kulutuksen merkitys lisääntyi edelleen 1970-luvun lopulla ja koko 1980-luvun ajan. Kulutuksesta tuli merkittävä tekijä identiteetin rakentamisessa, ja perinteiset koulutukselle ja elinkeinolle perustuvat luokkakäsitykset alkoivat murtua. (Mason 1998, 107–108, 130.)

Statukseen ja arvokkuuteen perustuvasta ”puhtaasta” kerskakulutuksesta oli Masonin mukaan jo 1980-lukuun mennessä tullut harvinaista. Hänen mukaansa keskittyminen kerskakulutuksen tutkimiseen puhtaassa muodossaan on johtanut statuspainotteisen kulutuksen merkityksen aliarviointiin moderneissa yhteiskunnissa. Kerskakulutusmotiiveja voi olla vaikea erottaa muista kalliiden tuotteiden hankkimiseen johtavista tekijöistä, sillä näennäisesti hyötyperustaisten hankintojenkin takana voi olla niiden tarjoama status ja arvostus. Yksilöiden ohella myös ryhmät ja organisaatiot kuten kirkko, valtio ja yritykset voivat turvautua huomiota herättävään kulutukseen esimerkiksi vakiinnuttaakseen asemansa tai tehdäkseen itsensä tunnetuksi. (Mason 1981, 143–149.)

3.4 Demokraattinen luksus

Williamsin (1982, 94–97) mukaan luoton ja edullisten jäljitelmien yleistymisen johtivat luksuksen demokratisoitumiseen. Tavalliset kansalaisetkin pystyivät nauttimaan vaurauden illuusiosta, kun kulutusvallankumous hävitti talonpoikien ja hovin välillä ulkomuodossa ja omaisuudessa vallinneet huomattavat eroavuudet. Kulutusvallankumouksen seurauksista juuri luksusta on kritisoitu eniten. Kritiikissä ovat korostuneet luksuksen pahat vaikutukset, ja sitä on esiintynyt niin uskonnon, keisarillisen ja tasavaltaisen Rooman, klassisen Kreikan kuin rautakauden sivilisaatioidenkin keskuudessa. (Williams 1982, 213.)

Aito luksuksen demokratisoituminen on mahdotonta, koska luksuskulutus on jo määritelmällisestikin tarkoitettu vain harvoille. Luksuksen demokratisoitumisen idea on kuitenkin keskeinen modernin kulutusyhteiskunnan ymmärtämisessä. Luksuksen demokratisoitumisen sijaan moderni yhteiskunta on johtanut yltäkylläisyyden leviämiseen. Vain rahaa kohtaan tunnettu intohimo ja toive vaurastumisesta on demokratisoitu, ei vaurautta ja ylellisyyksiä itsessään. (Williams 1982, 102, 244.)

Williamsin (1982, 250–251) mukaan luksus on taaksepäin katsova käsite, ja sen historiallinen painolasti on valtava. Moderni ja demokraattinen luksus on epämääräinen käsite, jonka taustalla ovat esimodernista yhteiskunnasta juontuvat vanhentuneet käsitykset ja sosiaaliset olosuhteet, jotka poikkeavat huomattavasti modernista yhteiskunnasta. Luksus on kaiken kattava käsite, jolla viitataan niin köyhien kuin rikkaidenkin luksukseen. Nyky-yhteiskunnassa vauraus on hyväksytympää kuin aikaisemmin, ja vaurauden sosiaalinen alkuperä eroaa merkittävästi menneistä varallisuuden muodoista.

Modernissa yhteiskunnassa kulutus on hyvin yksilöllistynyttä. Elämäntyyli ilmenee itseilmaisuna ja tyyllisenä itsetietoisuutena niin pukeutumisessa, puhetavoissa kuin vapaa-ajanvietossakin. 1950-luvun konformismiin jälkeen massakuluttamisen aikakausi tarjosi kaikille kuluttajaryhmille loputtomasti valinnanvaraa. Yhtenäisyydelle vastakkaisena kehityksenä oli nähtävissä suuntaus kohti yhteiskuntaa ilman vakiintuneita elämäntyylyiltään eroavia statusryhmiä. Sosiaaliset erottelut menettivät merkitystään, kunnes ne eivät enää toimineet lähtökohtana yksilöiden erillisyydelle. Elämäntyyleistä osana kuluttamista tuli autonomisia ja aktiivisia määrittelyiden ulkopuolella olevia alueita. Kulutuskulttuurissa keskeinen ajatus on, että sosiaalisista ja demografisista tekijöistä riippumatta jokaisella yksilöllä on mahdollisuus itsensä kehittämiseen ja itseilmaisuuksiin – ja etenkin aihetta sellaiseen. (Featherstone 1991, 83–86.)

Raha toimii objektien yhteisenä nimittäjänä ja takaa kaikkien elementtien yhtäläisyyden, koska se on täysin puolueeton kaikissa suhteissa. Modernissa yhteiskunnassa raha yhdistää yhteiskunnan köyhimpien ja rikkaimpien yksilöiden hintastandardit toisiinsa. Kun yhä useammat hyödykkeet ovat ostettavissa rahalla, myös eri hyödykkeiden suhteet rahaan yhtenäistyvät. Rahan vaikutuksesta laadulliset erot muuttuvat määrällisiksi. Modernissa yhteiskunnassa havaittava kylmyys ja turhanpäiväisyys ovat Simmelin mukaan seurausta rahan aikaansaamasta yksilöllisyyden katoamisesta ja kaikkinaisesta tasoittumisesta.

Tasoittuminen vähentää myös yksilöiden kiinnostusta esineiden erityisyyteen ja lopulta esineisiin ylipäättään. Tasoittumisen myötä kaikista hyödykkeistä tulee yhtä tavallisia, mikä hävittää distinktiivisyyden periaatteet. Rahan demokratisoiva vaikutus ilmenee myös yhteiskuntaluokkien välisenä tasaveroistumisena. (Simmel 1990, 268, 393–394, 408.)

Postmodernia yhteiskuntaa luonnehtii populismi ja demokraattisuus, mikä ilmenee muun muassa vanhojen hierarkioiden murtumisena ja symbolisen kulutuksen yleistymisenä. Featherstone puhuukin postmodernin yhteiskunnan kulttuurisesta demokratisoitumisesta. Jaottelut esimerkiksi sosiaaliselle elämälle endeemisinä pidettyjen korkean ja matalan sekä eliitin ja populaarin kulttuurin, vähemmistön ja massan, hyvän maun ja mauttomuuden sekä taiteen ja elämän välillä heikentyvät. Luokittelut, erottelut ja hierarkkisuus eivät silti ole häviämässä postmodernistakaan yhteiskunnasta, sillä uusi keskiluokka ja uusrikkaat rakentavat eroja esimerkiksi asuinalueiden välillä sulkemalla muut arkensa ulkopuolelle. Ulkoinen habitus ja elämäntyyli säilyttävät myös paikkansa sosiaalisen statuksen osoittimina, mutta erottautumisesta tulee monimutkaisempaa, koska yhtenäisiä ohjeistoja ei enää ole. (Featherstone 1991, 61–63, 110.)

Moderni kaupallinen kulttuuri on tuonut köyhimpienkin yhteiskunnallisten ryhmien ulottuville tuotteita ja palveluita, joista hyväosaisetkaan eivät vielä vähän aikaa sitten osanneet unelmoida. Rahan määrän kasvulla on suurin vaikutus silloin, kun se ei jakaudu tasaisesti yksilöiden kesken. Rahan määrän kasvaessa myös hinnat nousevat mutta eivät kuitenkaan samassa suhteessa, mikä muuttaa asioiden välisiä suhteita. Muutokset rahan määrässä vaikuttavat suoraan myös hyödykkeiden kysyntään, sillä tulojen noustessa myös kulutus kasvaa. Tietyt yksilöt hyötyvät rahan arvon ja hyödykkeiden hintojen muutoksista huomattavasti enemmän kuin muut. Mitä heikommassa yhteiskunnallisessa asemassa yksilö on, sitä hitaammin vaikutukset ulottuvat yksilöön saakka. Raha lisää elämänrikkautta ja vaihtelevuutta nopeuttamalla elämisen tempo. (Simmel 1990, 162–164, 266, 293–294, 502, 505.)

Koulutustason nousulla on samanlaisia vaikutuksia kuin rahan määrän kasvullakin. Tieto ei ole kaikkien saatavilla, mikä johtaa tiedon kasautumiseen älykkäimmille ja materiaalisesti riippumattomimmille yksilöille, jolloin kuilu yksilöiden välillä kasvaa. Eteneminen vaatii korkeilla koulutustasoilla vähemmän ponnisteluja kuin alemmilla tasoilla, ja korkeampi koulutustaso tuottaa myös merkittävämpiä tuloksia. Tietomäärän kasvu ei siis johdakaan

yksilöiden väliseen tasoittumiseen vaan päinvastaiseen suuntaan. (Simmel 1990 440, 442.) Moderni kulutus on homogeenista, ja modernissa kulutusyhteiskunnassa kaikkea luonnehtii helppous ja läpinäkyvyys sekä jännitteiden purkautumisesta seuraava abstrakti onnellisuus. Työ, vapaa-aika, luonto ja kulttuuri sekoittuvat toisiinsa häivyttäen kaikki aikaisemmat erilaisuudet ja yhtäläisyydet, metaforat ja ristiriitaisuudet – ja sen myötä elämän merkityksellisyyden. (Featherstone 1991, 25–30.)

3.5 Yhteiskuntaluokat ja maku Suomessa

Yhteiskuntaluokista puhumista on Melinin (1999, 23–24) mukaan pidetty Suomessa sopimattomana, ja luokan käsite sai pitkään vahvoja poliittisia merkityksiä. Luokkatutkimukseen suhtauduttiin yhteiskuntatieteissäkin varauksella, ja luokkarakennetta onkin tutkittu Suomessa laajemmin vasta 1980-luvulta lähtien. Melin (2010, 141) toteaa, että 2000-luvun Suomi on edelleen luokkayhteiskunta, jossa koulutus, työttömyyden uhka ja tulot jakaantuvat pitkälti luokka-aseman mukaan. Luokkien väliset rajat ovat kuitenkin hämärtyneissä, mikä näkyy myös kulutuksessa ja vapaa-ajassa. Lähentymistä ja sulautumista tapahtuu etenkin keskiluokkaisten ja työväenluokkaisten ryhmien kesken.

Varallisuuden jakautuminen Suomessa muuttui epätasaiseksi vuosina 1994–1998, ja omaisuustuloista tuli 1990-luvun loppupuolella merkittävin tuloerojen eriarvoisuutta lisäävä tulomuoto (Uusitalo 2002, 30). Uusitalo (2002, 35–40) on tutkinut tulonjaon ja muiden yhteiskunnallisesti merkityksellisten jakojen päällekkäisyyttä. Tarkastellessaan pieni- ja suurituloisten ryhmien kokoonpanoa vuoden 1999 tilastojen valossa hän löysi vahvan yhteyden sosioekonomisen aseman ja tulonjaon välillä. Suurituloisimmasta ryhmästä lähes puolet kuuluivat ylempiin toimihenkilöihin, kun taas alemmissa tuloluokissa enemmistöissä olivat työttömät, opiskelijat ja eläkeläiset. Vuosien 1996 ja 1997 tilastoja tarkastellessaan Uusitalo havaitsi, että pysyvyys oli suurinta alimmassa ja ylimmässä tulodesiilissä. Toisaalta 55 %:n kohdalla tuloliikkuvuutta oli kuitenkin tapahtunut. Lisäksi ylempien toimihenkilöiden tulot pysyivät 1990-luvun lopulla hyvin ennallaan, kun taas alempien ryhmien toimeentulo heikentyi. Uusitalon mukaan kehitys jatkui samanlaisena 2000-luvun alussa, mutta hän ei nähnyt sen olevan mahdollista enää kovin paljon pidempään. (ks. myös Kiander 2002.)

Blom ja Melin (2002, 45–49, 56–57) toteavat, että Suomi oli 2000-luvulle tultaessa keskiluokkaistunut, mutta siitä huolimatta suomalainen yhteiskunta oli selvästi jäykistynyt verrattuna 1960-luvun suureen rakennemuutokseen. Erityisesti työväenluokan sosiaalisen kohoamisen mahdollisuudet olivat kaventuneet. Tietotyön yleistyessä työelämään muodostui kuitenkin uudentyypisiä sosiaalisia jakoja ja uusi keskiluokkaisen sosiaalisen kohoamisen mahdollisuus. Väliaikaisesta sosiaalisen liikkuvuuden vähenemisestä huolimatta suhteellinen liikkuvuus on Härkösen (2010, 65) mukaan Suomessa kuitenkin kansainvälisessä vertailussa suurta. Suomi on sosiaalisessa liikkuvuudessa melko avoin maa, sillä vanhempien ja lasten luokka-asemien välinen yhteys on ollut hyvin heikko.

Kajanoja (2002, 160–164) toteaa sosiaalista pääomaa murentavien jyrkkien yhteiskunnallisten jakojen olevan este yhteiskunnan menestykselle. Yhteiskunnalliset jaot hän ymmärtää ihmisiä erottaviksi kuiluiksi, jotka estävät erilaisuuden kohtaamisen ja erilaisuuksien rikastavan ja luovan vaikutuksen. Inhimillisistä tiedoista ja taidoista koostuva inhimillinen pääoma, jota mitataan yleensä koulutustasolla, ei yksistään riitä taloudellisen menestyksen selittäjäksi, vaan se edellyttää myös yhteisön ominaisuuksiin eli sosiaalisiin rakenteisiin ja normeihin liittyvää sosiaalista pääomaa. Sosiaalinen pääoma on Kajanojan mukaan 1990-luvun käsite, ja sillä voidaan viitata esimerkiksi luottamukseen, vuorovaikutuksen rehellisyyteen, tulojaon tasaisuuteen ja sosiaaliseen liikkuvuuteen. Yhteiskunnallisten jakojen syventyessä sosiaalisen pääoman on nähty yleisesti haurastuvan. Ratkaisuna Kajanoja pitää oikeanlaisia yhteiskuntapoliittisia valintoja, sillä jakojen jyrkkemiseen johtavat poliittiset valinnat eivät edistä sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävästä kehitystä. (ks. myös Kouvo 2010.)

Purhonen, Gronow, Heikkilä, Kahma, Rahkonen ja Toikka (2014) sovelsivat Bourdieun maku- ja distinktioteoriaa ensimmäisinä suomalaiseen yhteiskuntaan. Suomea on etenkin pienuutensa vuoksi pidetty kulttuuriltaan niin yhtenäisenä, etteivät kulttuuriset distinktiot tai makujen ja elämäntyylien eriytyminen voisi olla niin merkittäviä sosiaalisen eriarvoisuuden lähteitä, että bourdieulaisista kulttuurisista hierarkioista voitaisiin täällä puhua. Suomalaisen yhteiskunnan voidaan kuitenkin todeta muuttuneen ratkaisevasti 1980-luvun jälkeen, kun muun muassa tuloerot ja muut sosiaaliset erot ovat kasvaneet ja kulttuurinen globalisaatio vahvistunut. Suomalaista kulttuuria ei voidakaan enää kuvailla paikalliseksi ja syrjäiseksi tai pienten erojen yhtenäiskulttuuriksi. (Purhonen ym. 2014, 22–25.)

Purhonen ym. (2014, 292–293, 299–309) havaitsivat, että legitiimi maku on Suomessa yleisintä johtavassa asemassa olevien, suurituloisten, keski-ikäisten, kaupunkilaisten ja naisten keskuudessa. Suomalaisia voidaan myös kuvailla makudemokraateiksi tai relativisteiksi, sillä eri yksilöiden makuja pidetään hyvin yleisesti yhtä hyvinä. Makua myös pidetään hyvin yleisesti yksityisasiana, mutta toisaalta etenkin pukeutumiseen, sisustukseen ja käytökseen liittyvän huonon maun arvostelu saattaa olla jyrkkääkin. Arvosteluun sisältyy etenkin hyvän käytöksen suhteen esteettisten perusteluiden ohella vahvoja moraalisia perusteita. Muiden myös ajateltiin myös hienostelevan taidemaulla, mitä vastaajat eivät kuitenkaan itse kertoneet tekevänsä. Hyvät ja huonot taiteenlajit toisistaan erottavat kriteerit koettiin selviksi, mutta vastaajat eivät kuitenkaan keskimääräisesti pitäneet itseään hyvinä taiteentuntijoina.

Legitiimistä, neutraalista ja epälegitiimistä mausta neutraali makuprofiili osoittautui yleisimmäksi kaikissa eri ryhmissä. Neutraali kulttuuri koostuu kaikille yhteisestä kulttuurista, joka on ainakin jollain tasolla tuttua kaikille. Kulttuurinen kaikkiruokaisuus eli makurepertuaarin laaja-alaisuus oli suurimmillaan samoissa ryhmissä, joissa legitiimi makukin oli yleisintä. Kaikkiruokaisuuteen liittyy myös distinktiivisyyttä ja valikoivuutta, vaikka se kattaakin myös populaarikulttuurin osa-alueita. Suomalaiset maut ja elämäntyyliit jäsentyvät vahvimmin kulttuurisen legitiimiyden mukaan, mikä viittaa hyvin perinteiseen korkeakulttuuriseen suuntautumiseen. Legitiimi kulttuuri on laajalti hyväksi tunnustettua kulttuuria, jota voidaan arvostaa joko suoraan tai välillisesti esimerkiksi pahoittelemalla omaa vaillinaiseksi koettua kulttuurintuntemustaan. Suomessa legitiimi kulttuuri merkitsee yllättävänkin selvästi perinteistä klassista korkeakulttuuria. Purhonen ym. toteavatkin, että korkeakulttuuriin painottuneella maulla on Suomessa merkitystä ylemmän keskiluokan ja etenkin eliitin rajojen ylläpitäjänä, itseymmärryksen ja solidaarisuuden rakentajana ja verkostoitumisen välineenä. (Purhonen ym. 2014, 347–348, 411–414.)

4 AINEISTO JA METODOLOGIA

Aineisto-osuudessa pyrin vastaamaan siihen, miten yleistä luksuskuluttaminen Suomessa on, mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta Suomessa sekä millainen luksuksen ja yhteiskuntaluokan välinen suhde Suomessa on. Suomi 1999–2019 – kulutus ja elämäntapa -aineiston pohjalta luon katsauksen siihen, mitä suomalaiset pitävät itselleen välttämättömyytenä ja millaisia kulutushaaveita suomalaisilla on. Tarkastelen myös yhteiskuntaluokan yhteyttä analyysin pohjalta määrittämiini keskeisiin muuttujiin. Erika 2020 -aineiston perusteella tarkastelen sitä, ja mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta parhaiten. Tarkastelen lisäksi erikseen yhteiskuntaluokan yhteyttä analyysin perusteella määrittämiini keskeisiin muuttujiin. Analysoin aineiston IBM SPSS Statistics 26 -tilasto-ohjelmistolla.

4.1 Käytettävät aineistot

Tutkielmani aineiston muodostavat *Erika 2020 – Tulevaisuuden kuluttaja* -kyselyaineisto (jatkossa Erika 2020) sekä *Suomi 1999–2019 – kulutus ja elämäntapa* -kyselyaineisto (jatkossa Suomi 1999–2019). Olin mukana Erika 2020 -kyselylomakkeen suunnittelussa, aineiston keruussa ja analysoinnissa sekä tutkimusraportin teossa osana *Erikoiskaupan tulevaisuuskuva vuoteen 2020: kuluttajien odotukset ja palveluliiketoimintamallit* -tutkimushanketta. Hankkeessa olivat mukana Jyväskylän, Tampereen ja Turun yliopistot. Jyväskylän yliopiston osioon sisältyi kuluttajien asenteiden, elämäntapojen ja odotuksien tutkiminen. Hanke toteutettiin yhteistyössä Erikoiskaupan liiton kanssa, ja se oli valtaosin Tekesin rahoittama. Tutkimushanke aloitettiin loppuvuodesta 2010, ja se jatkui vuoden 2012 loppupuolelle saakka. Hankkeessa oli mukana myös kansainvälisiä yhteistyötahoja sekä erikoiskaupan alaan kuuluvia liikkeitä. (Nyrhinen, Wilska ja Leppälä 2011.)

Osana Jyväskylän yliopiston osahanketta toteutettiin valtakunnallinen *Tulevaisuuden kuluttaja* -kyselytutkimus, jossa selvitettiin suomalaisten kuluttajien asenteita paitsi yleisesti kulutusta myös muun muassa luksusta sekä ekologisuutta ja eettisyyttä kohtaan. Tämän tutkielman kannalta olennaisia ovat luksuskulutuksen yleisyyttä koskevat väittämät mennyttä ja tulevaa toimintaa kartoittavissa kyselyosioissa (*”Mitä seuraavista olet tehnyt viimeisen 12 kk:n aikana?”* ja *”Ota kantaa seuraaviin kuluttamista koskeviin väittämiin”*).

Sisällytän analyysiin myös joitakin luksusmielikuvia koskevia väittämiä luksusaiheisesta kyselyosiosta (*Millaisia mielikuvia sinulla on luksustuotteista ja -palveluista? Kommentoi seuraavia väittämiä*). Kaikkien osioiden väittämät ovat Likert-asteikollisia (1 = en lainkaan ... 5 = hyvin usein tai 1 = täysin eri mieltä ... 5 = täysin samaa mieltä) ja samansuuntaisia, joten muuttujien saamia arvoja on helppo tarkastella suhteessa toisiinsa.

Suomalaisten kulutusta ja elämäntapoja kartoittava Suomi 1999–2019-kyselytutkimus on toteutettu viiden vuoden välein vuodesta 1999 lähtien. Analyysissani ovat mukana vuosien 2009 ja 2019 aineistot. Aineisto täydentää analyysia tarjoamalla tuoretta tutkimustietoa ja mahdollisuuden kulutuksen ajallisen muutoksen tarkasteluun. Aineiston perusteella tarkastelen sitä, millaista kulutusta Suomessa pidetään välttämättömänä (*Mitkä seuraavista koet välttämättömyyksi itsellesi?*) sekä sitä, millaisesta kulutuksesta suomalaiset haaveilevat (*Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi niihin varaa?*). Sisällytän analyysiin tutkimuskysymysteni kannalta olennaiset muuttujat. Välttämättömyyskulutuksen kautta on mahdollista tutkia välillisesti myös luksusta, ja osan kulutushaaveita koskevista väittämistä voidaan katsoa viittaavan luksukseen. Vuonna 2009 kyselyssä oli mukana myös nimenomaan luksusta koskeva väittämä, joka ei kuitenkaan ole aineistossa mukana. Väittämää on tutkittu erikseen, ja käsittelenkin sitä johtopäätösten yhteydessä. (Saari, Koivula, Sivonen ja Räsänen 2019, 2–11.)

4.2 Aineistojen edustavuus ja jakaumat

Erika 2020 – Tulevaisuuden kuluttaja

Erika 2020 -kyselyn aineisto kerättiin 18.4.–1.5.2011, ja lopullinen vastausmäärä on 1641 kappaletta. Vastauksista 1451 kappaletta kerättiin 18–65-vuotiailta paneelikyselyllä verkossa ja 180 kappaletta 66–75-vuotiailta puhelinhaastatteluilla. Paneelikyselyyn vastasi lisäksi kymmenen yli 65-vuotiasta, joiden vastaukset ovat mukana aineistossa. Kyselyn lopullinen vastausprosentti on noin 21 %, joten katoprocentti on 79 %. Katoprocentin suuruudesta huolimatta tulosten vääristyminen eri vastaajaryhmien suhteen on estetty keräämällä aineisto kiintiöittäin. Yksittäisten väittämien osalta puuttuvien vastausten osuus on keskimäärin vajaat puoli prosenttiyksikköä. (Nyrhinen ym. 2011, 10–12.)

Vertaamalla aineiston taustamuuttujia (ikä, sukupuoli, tulotaso, asuinkunnan tyyppi ja sosiaalinen asema) Suomen 18–75-vuotiaan väestön vastaaviin, Tilastokeskuksen Suomen virallisiin tilastoihin perustuviin, jakaumiin eri väestöryhmien voitiin todeta olevan aineistossa kattavasti edustettuina. Sukupuolijakauma vastaa todellista väestöä tarkasti, mutta keski-ikäiset ovat aineistossa hieman yliedustettuina. Maaseutu on aineistossa hieman aliedustettuna ja kaupunkialueet vastaavasti yliedustettuina. Tulotason suhteen aineisto poikkeaa jonkin verran Suomen todellisesta populaatiosta, mikä selittyy osin sillä, että aineistossa tulotaso perustuu vastaajan omaan arvioon. Palkansaajat ovat aineistossa hieman aliedustettuina ja opiskelijat puolestaan yliedustettuina todelliseen populaatioon nähden. Muiden taustamuuttujien osalta aineisto painottui odotetustikin pääkaupunkiseutuun ja Etelä-Suomeen. Eri koulutustasot ovat aineistossa laajasti edustettuina. Suurin osa vastaajista koki kuuluvansa alempaan keskiluokkaan, ja jopa viidennes vastaajista ei katsonut edustavansa mitään luokkaa. (Nyrhinen ym. 2011, 13–19.)

Taulukossa 2 on esitetty Erika 2020 -aineiston taustamuuttujien koodaukset ja prosenttijakaumat. Ikäluokat on koodattu uusiksi ryhmiksi, koska osassa alkuperäisistä ryhmistä havaintojen määrä oli alhainen. Vastaajien omat kuukausitulot on koodattu uudelleen tulokvintiileiksi, joista taulukossa on ilmoitettu keskiarvot. Yhteiskuntaluokka on myös koodattu analyysien helpottamiseksi uudelleen niin, että asteikko on samansuuntainen muiden järjestysasteikollisten muuttujien kanssa.

TAULUKKO 2. Erika 2020 -aineiston taustamuuttujien jakaumat

Muuttuja	Asteikko	Koodaus	%-jakauma
Sukupuoli (n=1641)	Nominaalinen	1 = mies	49,3 %
		2 = nainen	50,7 %
Ikäluokka (n=1641)	Järjestysasteikko	1 = 18–34-v.	24,6 %
		2 = 35–54-v.	41,0 %
		3 = 55–65-v.	22,9 %
		4 = 66–75-v.	11,6 %
Tuloluokka (n=1440)	Järjestysasteikko	1 = I kvintiili (730€/kk)	17,7 %
		2 = II kvintiili (1506€/kk)	17,4 %
		3 = III kvintiili (2162€/kk)	17,6 %
		4 = IV kvintiili (2781€/kk)	17,8 %
		5 = V kvintiili (4501€/kk)	17,2 %

Koulutus (n=1641)	Järjestysasteikko	1 = Kansa-/kansalaiskoulu tai osa sitä	5,7 %
		2 = Perus-/keskikoulu	8,0 %
		3 = Ammatti-/tekninen tai kauppakoulu	22,4 %
		4 = Ylioppilas/lukio	11,7 %
		5 = Opistotaso	19,1 %
		6 = Ammattikorkeakoulu/alempi korkeakoulututkinto	19,1 %
		7 = Ylempi korkeakoulututkinto tai akateeminen jatkotutkinto	14,1 %
Yhteiskuntaluokka (n=1641)	Järjestysasteikko	1 = Ei mikään luokka	18,9 %
		2 = Työväenluokka	25,0 %
		3 = Alempi keskiluokka	33,7 %
		4 = Ylempi keskiluokka	21,4 %
		5 = Yläluokka	0,9 %

Suomi 1999–2019 – kulutus ja elämäntapa

Suomi 2009 -aineisto kerättiin postikyselyllä syksyllä 2009, Kysely lähetettiin kaikkiaan 2500 suomalaiselle, ja kyselyn perusjoukon muodostavat 18–74-vuotiaat suomenkieliset suomalaiset. Otos poimittiin yksinkertaisena satunnaisotantana väestötietojärjestelmästä. Kyselyyn oli mahdollista vastata myös verkossa. Suomi 2019 -aineisto kerättiin samalla menetelmällä keväällä 2019. Vuoden 2009 otoskoko oli 2471 kappaletta ja lopullinen vastausmäärä 1202 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui 49 %. Vuoden 2019 otoskoko kasvatettiin 3997 kappaleeseen, ja lopulliseksi vastausmääräksi saatiin 1742 kappaletta. Vastausprosentti oli siten 44 %. (Sarpila, Räsänen, Erola, Kekki ja Pitkänen 2010, 5–8; Saari ym. 2019, 2–11.)

Suomi 1999–2019-aineistoa on verrattu Tilastokeskuksen Suomen väestöä koskeviin tilastoihin. Vuosien 2009 ja 2019 aineistojen todettiin olevan jonkin verran vääristyneitä iän ja sukupuolen suhteen. Molemmissa aineistoissa naiset ovat yliedustettuina todelliseen väestöön nähden, vuoden 2019 aineistossa varsinkin vanhemmissa ikäluokissa. Vuoden 2009 aineistossa puolestaan nuoremmat ikäluokat ovat aliedustettuina koko populaatioon nähden. Aineistojen voidaan kuitenkin nähdä tarjoavan käyttökelpoisen aineiston eri väestöryhmien väliseen vertailuun. Vuoden 2019 aineiston osalta luotettavuutta parantaa lisäksi se, että yksittäisistä kysymyksistä puuttuu havaintoja vähemmän kuin aikaisempina tutkimusvuosina. (Sarpila ym. 2010, 8–12; Saari ym. 2019, 11–12.)

Taulukossa 3 on esitetty vuosien 2009 ja 2019 aineistojen taustamuuttujien koodaukset ja prosenttijakaumat. Ikäluokat, vastaajien omat kuukausitulot ja yhteiskuntaluokka on koodattu uudelleen vastaamaan Erika 2020 -aineiston muuttujien koodausta.

TAULUKKO 3. Suomi 2009 ja 2019 -aineistojen taustamuuttujien jakaumat

Muuttuja	Asteikko	Koodaus	% -jakauma	
			2009	2019
Sukupuoli (n=1182/1721)	Nominaalinen	1 = mies	43,9 %	48,2 %
		2 = nainen	56,1 %	51,8 %
Ikäluokka (n=1165/1736)	Järjestysasteikko	1 = 18–34-v.	25,2 %	21,0 %
		2 = 35–54-v.	32,8 %	29,2 %
		3 = 55–65-v.	23,6 %	27,0 %
		4 = 66-75-v.	18,4 %	22,8 %
Tuloluokka (n=1121/1653)	Järjestysasteikko	1 = I kvintiili (608€/kk)	21,1 %	20,4 %
		2 = II kvintiili (1115€/kk)	18,8 %	21,2 %
		3 = III kvintiili (1544€/kk)	20,3 %	22,7 %
		4 = IV kvintiili (1954€/kk)	20,9 %	16,4 %
		5 = V kvintiili (3737€/kk)	18,8 %	19,2 %
Koulutus (n=1113/1716)	Järjestysasteikko	1 = Peruskoulu	12,0 %	11,7 %
		2 = Ammattikoulu	33,1 %	22,4 %
		3 = Ylioppilas	3,8 %	10,0 %
		4 = Opistotaso tai toinen aste	23,5 %	21,6 %
		5 = Ammattikorkeakoulu	7,6 %	14,0 %
		6 = Yliopisto	13,5 %	15,4 %
		7 = Tohtori tai lisensiaatti	1,7 %	1,5 %
		8 = Muu	4,9 %	3,3 %
Yhteiskuntaluokka (n=1149/1671)	Järjestysasteikko	1 = Ei mikään luokka	13,7 %	10,8 %
		2 = Työväenluokka	33,2 %	31,3 %
		3 = Alempi keskiluokka	30,1 %	32,4 %
		4 = Ylempi keskiluokka	22,3 %	24,5 %
		5 = Yläluokka	0,7 %	1,0 %

4.3 Käytettävät analyysimenetelmät

Aloitin analyysin Suomi 1999–2019-aineistosta ja siirryn sen jälkeen Erika 2020 -aineistoon. Aluksi tarkastelen osioiden ”Mitkä seuraavista koet välttämättömyyksiksi itsellesi?” ja ”Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi niihin varaa?” analyysin kannalta

keskeisten muuttujien prosenttijakaumia ja keskiarvoja. Prosenttijakaumat ovat yksinkertainen ja havainnollinen tapa esittää muuttujien jakaumat helposti luettavassa muodossa. Esittämällä vuosien 2009 ja 2019 tulokset samassa taulukossa myös ajallisen muutoksen tarkastelu on helppoa. Keskiarvoa tarkasteltaessa on huomioitava, että tässä yhteydessä muuttujien saama suurempi arvo merkitsee pienempää todennäköisyyttä ja pienempi arvo suurempaa todennäköisyyttä.

Tarkastelen lisäksi jatkoanalyysin kannalta keskeisiä muuttujia sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan valossa. Taustamuuttujien suhdetta selitettävään muuttujaan tarkastelen MCA-analyysin (Multiple Classification Analysis) avulla. MCA-analyysi on monimuuttujamenetelmä ja yksi varianssianalyysin muoto. MCA-analyysi eroaa tavallisesta varianssianalyysistä siinä, että se kertoo ryhmäkeskiarvojen poikkeamat aineiston yleiskeskivärtä sekä vakioimattomassa alkutilanteessa että suhteessa vakioituihin muuttujiin. (Jokivuori ja Hietala 2007, 158–159.)

Tärkeimmät tunnusluvut MCA-analyysissä ovat ANOVA-tilastokodista nähtävät muuttujien tilastollista merkitsevyyttä osoittavat Sig.-arvot sekä Eta-kerroin, Beta-kerroin, selityskertoimen R^2 ja yhteiskorrelaatio R. Muuttujien saamat Eta-kertoimet kuvaavat kunkin taustamuuttujan yhteyttä selitettävään muuttujaan, ja Beta-kerroin viittaa muuttujien suhteelliseen selityskykyyn. Selityskertoimen R^2 kertoo sen, miten paljon muuttujat kykenevät selittämään muuttujan saamien arvojen vaihtelusta. Yhteiskorrelaatio R puolestaan viittaa taustamuuttujien väliseen korrelaatioon. (Jokivuori ja Hietala 2007, 162–169.) Olen yhdistänyt tärkeimmät tunnusluvut analyysin tulokset esittävän taulukon alapuolelle omaan taulukkoonsa.

Erika 2020 -aineiston analyysissä tarkastelen luksuskulutuksen yleisyyttä tiivistetysti koko aineiston tasolla muuttujien *”ostanut ylellisyydeksi katsomiani tuotteita”*, *”uskon tulevaisuudessa ostavani enemmän luksus- eli ylellisyystuotteita”*, *”minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita”* ja *”luksustuotteet kuuluvat arkeeni”* keskeisten frekvenssien eli keskiarvojen sekä keskihajonnan ja varianssin avulla. Suurissa aineistoissa keskiarvo on vakaa suure, joka kuvaa aineistoa luotettavasti. Keskihajonta ja varianssi kuvaavat poikkeamia keskiarvosta eli sitä, kuinka hajallaan arvot ovat keskiarvoon nähden. Keskiarvoihin perustuvien testien käyttö edellyttäisi periaatteessa välimatka- tai

suhdeasteikollista muuttujaa, ja vaikka Likert-asteikolliset muuttujat eivät tätä kriteeriä kriittisesti tarkasteltuna täytä, keskiarvon käyttö niiden yhteydessä on yhteiskuntatieteissä yleistä. (Heikkilä 2014; Metsämuuronen 2005; Tähtinen, Laakkonen ja Broberg 2011.)

Käytän myös Erika 2020 -aineiston analyysissä taustamuuttujatason tarkastelussa MCA-analyysia, jota olen jo edellä käsitellyt. Tarkastellessani yhteiskuntaluokan yhteyttä keskeisiin selitettäviin muuttujiin vertaan aluksi yhteiskuntaluokan, koulutustason ja tuloluokan välisiä korrelaatioita varmistaakseni vastaajan omaan näkemykseen perustuvan yhteiskuntaluokan luotettavuudesta. Korrelaatiokerroin mittaa kahden muuttujan välistä yhteyttä ja näyttää millaista kahden eri muuttujan samanaikainen vaihtelu on. Korrelaatiokertoimenä käytin Spearmanin järjestyskorrelaatiokerrointa, jonka laskeminen tulee kyseeseen muuttujien ollessa järjestysasteikollisia. Kertoimen arvon ollessa plus yksi mitattujen muuttujien järjestykset ovat täysin samoja ja miinus yksi järjestyksen ollessa käänteinen. (Tähtinen ym., 140–145.)

Yhteiskuntaluokan yhteyttä luksuskulutusta mittaaviin muuttujiin tarkastelen vielä lopuksi yksisuuntaisella varianssianalyysillä (One-Way ANOVA). Varianssianalyysia voi käyttää, kun riippumattomat muuttujat ovat laatueroasteikollisia eli luokiteltuja ja riippuva muuttuja on suhdelukuasteikollinen eli jatkuva muuttuja. Varianssianalyysissä tarkastellaan sitä, kuinka paljon riippuvan muuttujan ryhmien kuulumisen riippumattomien muuttujien ryhmiin selittää tulosten vaihtelua eli varianssia verrattuna ryhmien sisäiseen vaihteluun. (Toivonen 1999, 250.) Nollahypoteesina varianssianalyysissä on keskiarvojen yhtäsuuruus, jolloin keskiarvot eivät poikkea tilastollisesti merkitsevästi toisistaan. Varianssianalyysin käyttökelpoisuutta voidaan mitata etukäteen tarkastelemalla selitettävän muuttujan selittävässä muuttujassa saamia keskiarvoja sekä keskihajontaa. (Tähtinen ym. 2011, 107.)

4.4 Tutkimuksen luotettavuus

Analysoin tutkimuksessani periaatteessa valmiita aineistoja, vaikka olenkin ollut mukana osassa aineistonkeruuta. Alkula, Pöntinen ja Ylöstalo (1994, 52–55) toteavat, että valmiita aineistoja on arvioitava samojen periaatteiden mukaan kuin itse kerätyt. Arvioinnin lähtökohtana on oma tutkimusongelma ja aineiston soveltuvuus sen tarkastelemiseen. Valmiina saatavan aineiston luotettavuus on tärkeä ottaa huomioon. Tehdyt luokitukset

eivät välttämättä sovi täysin yhteen oman kysymyksenasettelun kanssa, ja niitä voi olla vaikea muuttaa.

Erika 2020 -kyselyaineisto on kerätty vuonna 2011, joten se on jo melko vanha. Luksusta käsittelevää tilastoaineistoa ei kuitenkaan ole sen jälkeen juuri kerätty. Koska olin mukana kyselyn suunnittelussa, toteutuksessa ja alustavassa analysoinnissa, tunnen aineiston myös hyvin. Suomi 1999–2019-aineisto lisäksi täydentää analyysejani uudella tutkimustiedolla ja tuo analyysiin mukaan ajallisen vertailun. Erika 2020- ja Suomi 1999–2019-aineistojen muuttujissa on myös jonkin verran eroja esimerkiksi taustamuuttujien, erityisesti koulutustason, suhteen. Olen koodannut uudelleen ne taustamuuttujat, joiden kohdalla se on perusteltua. Koodasin uudelleen myös Suomi 1999–2019-aineiston muuttujien asteikot, jotka olivat erisuuntaiset Erika 2020-aineistoon verrattuna.

Käytettävien analyysimenetelmien luotettavuutta olen tarkastellut alustavasti edellä. Olen myös sisällyttänyt seuraavassa luvussa esittelemiini analyysien kuvauksiin ja tulosten tulkintoihin analyyseja koskevat keskeiset tunnusluvut ja tilastolliset merkitsevyydet.

5 TUTKIMUSAINEISTON ANALYYSI

Aloitan analyysini Suomi 1999–2019-aineiston tarkastelulla, josta otan vertailuun vuosien 2009 ja 2019 aineistot. Tarkastelen aluksi kyselyosioiden ”Mitkä seuraavista koet välttämättömyyksiksi itsellesi?” ja ”Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi varaa niihin?” analyysin kannalta keskeisten muuttujien prosenttijakaumia ja keskiarvoja. Sen jälkeen tarkastelen eri taustatekijöiden muuttujissa ”Mitkä seuraavista koet välttämättömyyksiksi itsellesi: lomamatka kerran 6 kk:ssa?” ja ”Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi varaa niihin: tekisin lomamatkoja?” saamia keskiarvoja ja niiden poikkeamia vuoden 2019 aineistossa.

5.1 Välttämättömyydet ja kulutushaaveet Suomessa

Taulukosta 4 nähdään väittämän ”Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi varaa niihin?” lomamatkoja, auton vaihtamista, itsensä hemmottelua ja shoppailua koskevien muuttujien prosenttijakaumat ja keskiarvot. Muuttujien asteikko on 1 = ei tarpeellinen, ei välttämättömyys, 2 = tarpeellinen, ei välttämättömyys ja 3 = välttämättömyys. Taulukkoon on myös merkitty analyysissä mukana olevien havaintojen lukumäärä molempina vuosina. Muuttujien prosenttijakaumista nähdään, että lomamatkaa kerran kuudessa kuukaudessa pitää välttämättömyytenä vajaa puolet vastaajista. Sen sijaan kakkosautoa pitää välttämättömänä tai tarpeellisenä vajaa kolmannes vastaajista. Lomamatkoja ja kakkosautoa mittaavien muuttujien prosenttijakaumat eivät juuri poikkea toisistaan eri vuosien aineistojen välillä. Säännöllistä ravintolassa käyntiä puolestaan pitää välttämättömänä tai tarpeellisenä joka neljäs vastaaja vuoden 2009 aineistossa, mutta vuoden 2019 aineistossa vajaa kolmannes vastaajista.

TAULUKKO 4. Mitkä seuraavista koet välttämättömyyksiksi itsellesi?

Muuttuja	Asteikko	% -jakauma	
		2009	2019
Lomamatka kerran 6 kk:ssa (N=1165/1717)	Välttämättömyys	9,2 %	9,0 %
Keskiarvo 1,56/1,55	Tarpeellinen, ei välttämättömyys	37,9 %	36,6 %
	Ei tarpeellinen, ei välttämättömyys	53,0 %	54,5 %
Säännöllinen ravintolassa käynti (N=1158/1711)	Välttämättömyys	1,9 %	2,9 %
Keskiarvo 1,27/1,34	Tarpeellinen, ei välttämättömyys	23,0 %	28,2 %
	Ei tarpeellinen, ei välttämättömyys	75,1 %	68,8 %

Kakkosauto	Välttämättömyys	9,0 %	9,0 %
(N=1161/1703)	Tarpeellinen, ei välttämättömyys	18,2 %	20,8 %
Keskiarvo 1,36/1,39	Ei tarpeellinen, ei välttämättömyys	72,8 %	70,2 %

Taulukossa 5 esitetään väittämän ”Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi varaa niihin?” lomamatkoja, auton vaihtamista, itsensä hemmottelua ja shoppailua koskevien muuttujien jakaumat vuosina 2009 ja 2019. Eniten haaveillaan lomamatkoista. Kyseisen muuttujan keskiarvo on molempina vuosina korkein. Vuoden 2019 aineistossa halukkuus tehdä enemmän lomamatkoja on myös hieman lisääntynyt. Itsensä hemmottelu on myös suhteellisen yleinen haave. Alhaisimman keskiarvon molempina vuosina saa shoppailua ajanviettotapana koskeva haave. Vastaajien halukkuus viettää enemmän aikaa shoppaillen on myös vähäisempi vuonna 2019 kuin kymmenen vuotta aiemmin. Kolmannes vastaajista ei haaveile vaihtavansa autoaan, mutta todennäköisyys on kuitenkin hieman kasvanut vuoden 2019 aineistossa.

TAULUKKO 5. Mitä seuraavista tekisit, jos sinulla olisi niihin varaa?

Muuttuja	Asteikko	% -jakauma	
		2009	2019
Lomamatkoja	Tekisin huomattavasti enemmän	27,7 %	26,6 %
(N=1176/1717)	4	14,5 %	30,4 %
Keskiarvo 3,36/3,45	3	36,1 %	17,9 %
	2	9,5 %	11,8 %
	En tekisi lainkaan enemmän	12,2 %	13,4 %
Vaihtaisin autoa	Tekisin huomattavasti enemmän	8,9 %	11,2 %
(N=1162/1716)	4	14,2 %	19,5 %
Keskiarvo 2,44/2,64	3	22,3 %	20,8 %
	2	21,6 %	18,4 %
	En tekisi lainkaan enemmän	33,0 %	30,0 %
Hemmottelisin itseäni	Tekisin huomattavasti enemmän	16,3 %	11,6 %
(N=1171/1701)	4	23,9 %	32,0 %
Keskiarvo 3,29/3,19	3	38,9 %	30,5 %
	2	14,5 %	15,8 %
	En tekisi lainkaan enemmän	6,4 %	10,1 %
Viettäisin aikaa shoppaillen	Tekisin huomattavasti enemmän	6,8 %	4,3 %
(N=1172/1707)	4	11,0 %	10,9 %
Keskiarvo 2,41/2,23	3	29,4 %	21,7 %
	2	21,8 %	29,9 %
	En tekisi lainkaan enemmän	31,0 %	33,2 %

5.2 Lomamatkat välttämättömyytenä ja haaveena

Tarkastelen Suomi 1999–2019-aineiston perusteella lisäksi lähemmin lomamatkojen välttämättömyyttä ja lomamatkoista haaveilua mittaavia muuttujia eri taustamuuttujien valossa MCA-analyysin avulla. Valitsin lomamatkat selitettäväksi muuttujaksi siksi, koska se sai edeltävässä tarkastelussa jatkoanalyysin kannalta parhaat arvot. Tarkoitukseni on siis selvittää, mitkä taustamuuttujat selittävät parhaiten sitä, koetaanko lomamatkat välttämättömyyksiä ja miten paljon lomamatkoista haaveillaan, jos niihin olisi varaa. Seuraaviin analyyseihin otan mukaan vuoden 2019 aineiston havaintoyksiköt, eli en tee muuttujien suhteen ajallista vertailua. Jätin koulutustasomuuttujasta jatkoanalyysissa ”muu”-luokan pois, koska sillä ei ole selitysarvoa analyysin kannalta.

Analyysissä on mukana lomamatkojen välttämättömyyttä mittaavan muuttujan osalta yhteensä 1507 vastaajaa eli 86,5 % koko aineiston 1742 vastaajamäärästä. Lomamatkoista haaveilua mittaavan muuttujan kohdalla analyysissä on mukana yhteensä 1503 vastaajaa eli 86,3 % koko aineistosta. Pois jääviltä havaintoyksiköiltä puuttuu vastaus yhden tai useamman muuttujan osalta. Analyysin tulokset on listattu taulukoissa 5 ja 6, joista nähdään eri taustamuuttujien saamat keskiarvot ja keskiarvojen poikkeamat koko aineiston (N=1742) keskiarvoista (1,55 ja 3,47) sekä alkumittaustilanteessa että taustamuuttujien vakioinnin jälkeen. Selityssaste R^2 kertoo, että muuttujat kykenevät selittämään lomamatkojen välttämättömyyttä mittaavan muuttujan arvojen vaihtelusta 4,8 % ja lomamatkoista haaveilua mittaavan muuttujan arvojen vaihtelusta 10,4 %.

Taulukon 6 alapuolisesta yhteenvedosta nähdään, että lomamatkojen välttämättömyydeksi kokemista selittävät parhaiten yhteiskuntaluokka ja tuloluokka, jotka ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä. Korkeimmat Eta- ja Beta-kertoimet saa yhteiskuntaluokka, joka siis ennustaa muuttujan vaihtelua analyysissä mukana olevista taustamuuttujista vahvimmin. Taulukosta 6 nähdään, että muuttujan saama keskiarvo on korkeampi ylemmissä yhteiskuntaluokissa. Ylempi yhteiskuntaluokka ennustaa sitä, että lomamatkoja pidetään välttämättömyytenä. Lähtötilanteen ja vakioitun tilanteen keskiarvoissa ei myöskään ole juuri eroa. Muuttujan saama keskiarvo kasvaa lineaarisesti siirryttäessä kohti ylempiä tuloluokkia. Heikoin yhteys selitettävään muuttujaan on sukupuolella. Koulutustason keskiarvot eivät juuri vaihtelee, eikä ikäluokissakaan ole havaittavissa merkittäviä eroja.

TAULUKKO 6. ”Lomamatka kerran kuudessa kuukaudessa on välttämättömyys”
sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan suhteen

Muuttuja	N	Keskiarvo lähtötilanteessa	Keskiarvo vakioidussa tilanteessa	Poikkeama keskiarvosta lähtötilanteessa	Poikkeama keskiarvosta vakioidussa tilanteessa
Sukupuoli					
mies	733	1,55	1,52	,000	-,021
nainen	774	1,55	1,57	,000	,020
Ikäluokka					
18–34-v.	322	1,49	1,54	-,059	-,002
35–54-v.	463	1,54	1,51	-,004	-,031
55–65-v.	402	1,61	1,59	,068	,043
66–75-v.	320	1,53	1,54	-,021	-,007
Tuloluokka					
I kvintiili	288	1,40	1,40	-,150	-,144
II kvintiili	306	1,46	1,47	-,085	-,072
III kvintiili	356	1,57	1,59	,027	,045
IV kvintiili	258	1,63	1,62	,082	,078
V kvintiili	299	1,68	1,64	,129	,092
Koulutus					
Peruskoulu	174	1,53	1,66	-,012	,110
Ammattikoulu	345	1,51	1,57	-,036	,025
Ylioppilas	151	1,44	1,50	-,102	-,045
Opistotaso tai toinen aste	340	1,61	1,59	,063	,042
Ammattikorkeakoulu	230	1,54	1,48	-,007	-,061
Yliopisto	243	1,58	1,47	,034	-,079
Tohtori tai lisensiaatti	24	1,63	1,46	,079	-,089
Yhteiskuntaluokka					
Ei mikään luokka	153	1,53	1,57	-,017	,020
Työväenluokka	462	1,42	1,42	-,126	-,126
Alempi keskiluokka	500	1,55	1,55	,004	,005
Ylempi keskiluokka	377	1,70	1,68	,151	,136
Yläluokka	15	1,67	1,63	,121	,085

Muuttuja	Eta	Beta
Sukupuoli	.001	.032
Ikäluokka	.070	.044
Tuloluokka	.157	.139***
Koulutustaso	.077	.095
Yhteiskuntaluokka	.160	.150***

Selitysaste R ²	,048
Yhteiskorrelaatio R	,219
Mittarin keskiarvo	1,55

(*p≤.05, **p≤.01, ***p≤.001)

Taulukon 7 alapuolisesta yhteenvedosta nähdään, että lomamatkoista haaveilua selittävät parhaiten ikäluokka ja koulutustaso, jotka ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä. Tilastollisesti merkitsevä on myös tuloluokka, ja sukupuoli on tilastollisesti melkein merkitsevä. Korkeimmat Eta- ja Beta-kertoimet saa ikäluokka, joka siis ennustaa muuttujan vaihtelua analyysissä mukana olevista taustamuuttujista vahvimmin. Yleisintä lomamatkoista haaveilu on nuoremmissa ikäluokissa. Koulutustason suhteen hajontaa on enemmän, mutta lomamatkoista haaveilu on todennäköisintä ammattikorkeakoulu- ja lukiotaustaisilla vastaajilla. Lähtötilanteen ja vakioidun tilanteen keskiarvot eroavat toisistaan eniten juuri koulutustason suhteen. Ylimmän ja alimman tuloluokan keskiarvot poikkeavat toisistaan hyvin vähän, ja lomamatkoista haaveilu näyttäisi olevan yleisintä toiseksi ylimmässä tuloluokassa. Heikoin yhteys selitettävään muuttujaan on yhteiskuntaluokalla, jonka suhteen keskiarvot eivät juuri vaihtele muuten kuin ylimmän luokan suhteen. Tulokinnassa on jälleen huomioitava ylimmän luokan pieni vastaajamäärä. Naiset haaveilevat lomamatkoista hieman miehiä yleisemmin.

TAULUKKO 7. ”Tekisin enemmän lomamatkoja, jos minulla olisi varaa” sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan suhteen

Muuttuja	N	Keskiarvo lähtötilanteessa	Keskiarvo vakioidussa tilanteessa	Poikkeama keskiarvosta lähtötilanteessa	Poikkeama keskiarvosta vakioidussa tilanteessa
Sukupuoli					
mies	731	3,36	3,38	-,113	-,089
nainen	772	3,58	3,56	,107	,085
Ikäluokka					
18–34-v.	322	3,83	3,84	,361	,366
35–54-v.	464	3,70	3,67	,233	,201
55–65-v.	400	3,32	3,33	-,154	-,142
66–75-v.	317	2,96	2,98	-,513	-,487
Tuloluokka					
I kvintiili	288	3,30	3,28	-,177	-,194
II kvintiili	304	3,52	3,62	,048	,151
III kvintiili	355	3,54	3,51	,066	,035
IV kvintiili	257	3,74	3,63	,271	,161
V kvintiili	299	3,28	3,32	-,191	-,147
Koulutus					
Peruskoulu	172	2,94	3,21	-,530	-,263
Ammattikoulu	344	3,52	3,49	,052	,023
Ylioppilas	151	3,74	3,62	,263	,144
Opistotaso tai toinen aste	340	3,50	3,57	,028	,094
Ammattikorkeakoulu	230	3,87	3,70	,393	,225
Yliopisto	242	3,24	3,22	-,228	-,249
Tohtori tai lisensiaatti	24	3,00	3,14	-,472	-,332

Yhteiskuntaluokka

Ei mikään luokka	151	3,33	3,32	-,141	-,150
Työväenluokka	460	3,46	3,47	-,011	,000
Alempi keskiluokka	501	3,60	3,54	,131	,071
Ylempi keskiluokka	376	3,39	3,46	-,078	-,016
Yläluokka	15	2,80	3,02	-,672	-,454

Muuttujia	Eta	Beta
Sukupuoli	.082	.065*
Ikäluokka	.243	.232***
Tuloluokka	.123	.108**
Koulutustaso	.205	.132***
Yhteiskuntaluokka	.088	.058

Selitysaste R ²	,104
Yhteiskorrelaatio R	,322
Mittarin keskiarvo	3,47

(*p≤.05, **p≤.01, ***p≤.001)

5.3 Luksuskulutuksen yleisyys Suomessa

Tähän saakka analyysit ovat pohjautuneet Suomi 1999–2019-aineistoon, mutta seuraavat analyysit on tehty Erika 2020 -aineistosta, joka on pääasiallinen aineistoni. Aiemmat analyysit kartoittivat yleisiä, välillisesti luksukseen viittäviä, kulutustarpeita ja -haluja, mutta Erika 2020 -aineistossa luksusta käsitellään suoraan. Olen kiinnostunut erityisesti luksuskulutuksen yleisyydestä Suomessa ja siitä, mitkä taustamuuttujat selittävät luksuskulutusta parhaiten. Taulukossa 8 on listattu keskeisten luksuskulutusta mittaavien muuttujien saamat keskiarvot, poikkeamat keskiarvosta ja hajonnat.

TAULUKKO 8. Luksuskulutus-muuttujien frekvenssit

Muuttuja	N	Puuttuvat	Keskiarvo	Keski-hajonta	Varianssi
Ostanut ylellisyydeksi katsomiani tuotteita.	1633	8	2,40	1,110	1,231
Uskon tulevaisuudessa ostavani enemmän luksus- eli ylellisyystuotteita.	1615	26	2,06	1,023	1,047
Minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita.	1637	4	2,78	1,294	1,674
Luksustuotteet kuuluvat arkeeni.	1632	9	1,70	0,877	0,769

Muuttujien saamien keskiarvojen perusteella luksuskulutuksen ei voi sanoa olevan Suomessa kovinkaan yleistä. Vastausten hajonta ei myöskään ole minkään muuttujan kohdalla kovin suurta, eli vastaajien luksuskulutuksen tasot eivät poikkea toisistaan

merkittävästi. Suurimman keskiarvon (2,78) saa muuttuja ”*minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita*”, jonka kohdalla myös hajonta (1,294) on suurinta. Myös puuttuvien vastausten määrä on kyseisen muuttujan kohdalla pienin. Varsin alhaisen arvon (1,70) sen sijaan saa muuttuja ”*luksustuotteet kuuluvat arkeeni*”, ja sen kohdalla myös hajonta on kaikkein vähäisintä. Suomalaiset näyttäisivät siis eroavan toisistaan vain vähän sen suhteen, ovatko he ostaneet luksustuotteita viimeisen 12 kuukauden aikana ja aikovatko he tulevaisuudessa ostaa nykyistä enemmän luksustuotteita sekä varsinkin sen suhteen, mieltävätkö he itsensä luksuskuluttajiksi.

5.4 Kuka on luksuskuluttaja?

Tarkastelen seuraavaksi korkeimman keskiarvon ja keskihajonnan saanutta muuttujaa ”*minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita*” tarkemmin taustamuuttujien valossa. Tarkastelussa on mukana sukupuoli, ikäluokka, tuloluokka, koulutustaso ja yhteiskuntaluokka. Koulutustasomuuttuja on koodattu uudelleen yhdistämällä kansa-, keski- ja peruskoulu sekä opistotaso ja ammattikorkeakoulu/alempi korkeakoulututkinto uusiksi ryhmiksi.

Analyysissä on mukana yhteensä 1435 vastaajaa eli 87,4 % koko aineiston 1641 vastaajan otoksesta. Analyysin ulkopuolelle jääviltä 206 havaintoyksiköltä puuttuu vastaus yhden tai useamman muuttujan osalta. Analyysin tulokset on listattu taulukossa 5, josta nähdään eri taustamuuttujien kyseisellä muuttujalla saamat keskiarvot ja keskiarvojen poikkeamat aineiston (N=1435) keskiarvosta (2,78) sekä alkumittaustilanteessa että taustamuuttujien vakioinnin jälkeen. Selitysaste R^2 merkitsee tässä sitä, että muuttujat kykenevät selittämään 17,0 % muuttujan saamien arvojen vaihtelusta.

Taulukon 9 alapuolella olevasta yhteenvedosta voidaan päätellä, että parhaiten sitä, onko luksustuotteisiin varaa, selittävät tuloluokka, yhteiskuntaluokka ja ikäluokka, jotka ovat tilastollisesti erittäin merkitseviä. Suurimman Eta-kertoimen ja myös suurimman Beta-kertoimen saa tuloluokka, joka siis ennustaa muuttujan vaihtelua analyysissä mukana olevista taustamuuttujista vahvimmin. Taulukosta 9 nähdään, että selitettävän muuttujan saama keskiarvo nousee lineaarisesti ylittä tuloluokkaa kohti, eli korkeampi tulotaso ennustaa sitä, onko luksustuotteisiin varaa. Tulos ei ole yllättävä. Lähtötilanteen ja

vakioidun tilanteen keskiarvoissa ei myöskään ole juuri eroa. Korkeat Eta- ja Beta-kertoimet saa myös yhteiskuntaluokka, mitä voidaan myös pitää odotettuna tuloksena. Muuttujan saama keskiarvo nousee selvästi, vaikkakaan ei täysin lineaarisesti, siirryttäessä kohti ylempiä yhteiskuntaluokkia. Ylimmän luokan ero muihin luokkiin on huomattava, mutta lukujen tulkinnassa on otettava huomioon ylimmän luokan pieni vastaajamäärä. Vahvassa yhteydessä selitettävään muuttujaan on myös ikäluokka. Taulukosta 8 nähdään, että korkeimman keskiarvon muuttuja saa nuorimman ikäluokan (18–34-vuotiaat) kohdalla, ja keskiarvo vain kasvaa, kun muiden taustamuuttujien vaikutus huomioidaan.

TAULUKKO 9. ”Minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita” sukupuolen, ikäluokan, tuloluokan, koulutustason ja yhteiskuntaluokan suhteen

Muuttuja	N	Keskiarvo lähtö- tilanteessa	Keskiarvo vakioidussa tilanteessa	Poikkeama keskiarvosta lähtö- tilanteessa	Poikkeama keskiarvosta vakioidussa tilanteessa
Sukupuoli					
mies	725	2,87	2,82	,088	,042
nainen	710	2,69	2,74	-,090	-,042
Ikäluokka					
18–34-v.	345	2,83	3,03	,053	,254
35–54-v.	601	2,79	2,69	,010	-,087
55–65-v.	345	2,78	2,68	,004	-,098
66–75-v.	144	2,60	2,77	-,181	-,012
Tuloluokka					
I kvintiili	291	2,30	2,30	-,476	-,474
II kvintiili	285	2,30	2,41	-,480	-,366
III kvintiili	289	2,82	2,87	,042	,092
IV kvintiili	291	3,04	3,02	,259	,244
V kvintiili	279	3,45	3,30	,673	,519
Koulutus					
Perus- keski- tai kansakoulu	189	2,36	2,71	-,419	-,070
Ammatti-, tekninen tai kauppakoulu	313	2,53	2,68	-,251	-,095
Ylioppilas/lukio	169	2,62	2,76	-,157	-,017
Opistotaso tai alempi korkeakoulututkinto	556	2,96	2,87	,186	,092
Ylempi korkeakoulututkinto tai akateeminen jatkotutkinto	208	3,17	2,75	,390	-,026
Yhteiskuntaluokka					
Ei mikään luokka	263	2,53	2,66	-,246	-,120
Työväenluokka	368	2,42	2,57	-,363	-,208
Alempi keskiluokka	487	2,76	2,70	-,019	-,078
Ylempi keskiluokka	304	3,39	3,19	,610	,414
Yläluokka	13	4,46	4,33	1,683	1,549

Muuttuja	Eta	Beta
Sukupuoli	.069	.032
Ikäluokka	.049	.112***
Tuloluokka	.340	.287***
Koulutustaso	.212	.060
Yhteiskuntaluokka	.299	.210***
Selitysaste R²		,170
Yhteiskorrelaatio R		,413
Mittarin keskiarvo		2,78

(*p≤.05, **p≤ .01, ***p≤.001)

5.5 Yhteiskuntaluokka luksuskulutuksen selittäjänä

Tarkastelen seuraavaksi yhteiskuntaluokkaa suhteessa luksuskulutusta mittaavaan neljään muuttujaan. Sitä ennen tarkastelen yhteiskuntaluokan suhdetta koulutus- ja tulotasoon varmistaakseni vastaajan oman luokkaidentiteetin luotettavuudesta. Jätin ”ei mikään luokka” -vaihtoehdon pois, koska sillä ei ole selitysarvoa. Uudessa muuttujassa on mukana yhteensä 1330 havaintoyksikköä, ja analyysin ulkopuolelle jää 311 vastaajaa. Taulukosta 10 nähdään, että yhteiskuntaluokan ja koulutustason sekä yhteiskuntaluokan ja tulotason väliset korrelaatiot ovat tilastollisesti merkitseviä. Korrelaatio on positiivinen, joten ylempi yhteiskuntaluokka ennustaa myös ylempää koulutus- ja tulotasoa, ja toisinpäin. Tulotaso korreloi yhteiskuntaluokan kanssa hieman koulutustasoa vahvemmin. Myös koulutustason ja tulotason välinen korrelaatio on tilastollisesti merkitsevä, eli korkeampi koulutustaso ennustaa korkeampia tuloja, mikä on odotettavaakin. Vastaajan luokkaidentiteetin luotettavuutta voidaan tämän perusteella pitää analyysin suhteen hyvänä.

TAULUKKO 10. Yhteiskuntaluokan, koulutustason ja tulotason väliset korrelaatiot

Korrelaatiot				
		Yhteiskuntaluokka	Koulutustaso	Tuloluokka
Yhteiskuntaluokka	Correlation Coefficient	1	,468**	,335**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	1330	1330	1176
Koulutustaso	Correlation Coefficient	,468**	1	,341**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	0
	N	1330	1641	1439
Tuloluokka	Correlation Coefficient	,335**	,341**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	1176	1439	1439

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Toteutin analyysin yksisuuntaisena varianssianalyysinä. ANOVA-taulukosta (taulukko 12) nähdään Sig.-arvon olevan tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p \leq .001$) jokaisen selitettävän muuttujan kohdalla. Taulukosta 11 nähdään yhteiskuntaluokkamuuttujan eri ryhmien vastaajamäärät ja ryhmien saamat keskiarvot jokaisen muuttujan kohdalla. Jokaisen muuttujan saama keskiarvo nousee lineaarisesti sen mukaan, mitä ylempään luokkaan siirrytään. Luksuskulutuksen yleisyys on siis selvästi yhteydessä yhteiskuntaluokkaan. Tulokset ovat selviä ilman ylintäkin luokkaa, joka saattaa hieman vääristää tuloksia havaintoyksiköiden vähäisyyden vuoksi. Kuten analyyseissa aluksi todettiin, luksuskulutusta mittaavien muuttujien saamat keskiarvot eivät ole korkeita, eli luksuskulutus ei ole keskimäärin kovinkaan yleistä missään yhteiskuntaluokassa. Eroja eri luokkien välillä kuitenkin esiintyy, ja niitä voidaan pitää suhteellisen merkittävänä.

TAULUKKO 11. Yhteiskuntaluokan suhde luksuskulutuksen yleisyyttä mittaaviin muuttujiin

Muuttuja		N	Keskiarvo	Poikkeama keskiarvosta
Ostanut ylellisyydeksi katsomiani tuotteita.	Työväenluokka	410	2,17	1,082
	Alempi keskiluokka	548	2,42	1,088
	Ylempi keskiluokka	351	2,72	1,118
	Yläluokka	15	2,80	1,474
	<i>Yhteensä</i>	<i>1324</i>	<i>2,42</i>	<i>1,117</i>
Uskon tulevaisuudessa ostavani enemmän luksus- eli ylellisyystuotteita.	Työväenluokka	403	1,79	,950
	Alempi keskiluokka	542	2,08	,991
	Ylempi keskiluokka	350	2,38	1,036
	Yläluokka	14	2,43	1,284
	<i>Yhteensä</i>	<i>1309</i>	<i>2,08</i>	<i>1,019</i>
Minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita.	Työväenluokka	411	2,39	1,278
	Alempi keskiluokka	550	2,75	1,257
	Ylempi keskiluokka	350	3,41	1,106
	Yläluokka	15	4,40	,910
	<i>Yhteensä</i>	<i>1326</i>	<i>2,83</i>	<i>1,293</i>
Luksustuotteet kuuluvat arkeeni.	Työväenluokka	407	1,53	,812
	Alempi keskiluokka	549	1,66	,820
	Ylempi keskiluokka	350	2,03	,969
	Yläluokka	15	2,60	1,183
	<i>Yhteensä</i>	<i>1321</i>	<i>1,73</i>	<i>,890</i>

TAULUKKO 12. Varianssianalyysin ANOVA-taulukko

ANOVA						
		Sum of	Mean			
		Squares	df	Square	F	Sig.
Ostanut ylellisyydeksi katsomiani tuotteita.	Between Groups	57,694	3	19,231	15,928	.000
	Within Groups	1593,754	1320	1,207		
	Total	1651,447	1323			
Uskon tulevaisuudessa ostavani enemmän luksus- eli ylellisyystuotteita.	Between Groups	67,326	3	22,442	22,705	.000
	Within Groups	1289,881	1305	0,988		
	Total	1357,207	1308			
Minulla on halutessani varaa ostaa luksustuotteita.	Between Groups	239,881	3	79,960	53,506	.000
	Within Groups	1975,616	1322	1,494		
	Total	2215,497	1325			
Luksustuotteet kuuluvat arkeeni.	Between Groups	61,984	3	20,661	27,669	.000
	Within Groups	983,453	1317	0,747		
	Total	1045,437	1320			

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkielmani tarkoituksena oli selvittää, miten luksuskäsitys on muuttunut historian saatossa, millainen luksuksen ja yhteiskuntaluokan välinen suhde on, miten yleistä luksuskuluttaminen Suomessa on ja mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta Suomessa.

Ensimmäistä kysymystä käsittelin teoriaosiossa historiallisen sosiologian ja käsitehistorian näkökulmasta. Luksuskäsityksen voidaan sanoa muuttuneen huomattavasti siirryttäessä esimodernista yhteiskunnasta moderniin yhteiskuntaan ja edelleen jälkimoderniin yhteiskuntaan. Luksuksen poliittinen, moraalinen ja uskonnollinen kritiikki oli hyvin vahvaa aina antiikin Kreikasta ja Roomasta varhaismodernille ajalle saakka. Kristinuskolla, joka yhdisti luksuksen paheisiin ja jopa kuolemansynteihin, oli Rooman tasavallan ajoista aina myöhäiselle keskiajalle saakka merkittävä vaikutus siihen, miten luksukseen suhtauduttiin. Luksusta pyrittiin myös rajoittamaan ylellisyyslaeilla, joita esiintyi jossakin muodossa antiikin Kreikan ja Rooman ajoilta varhaismodernille ajalle saakka.

Luksuksella on kaikissa yhteiskunnissa nähty olevan myös myönteisiä vaikutuksia, mutta ne nousivat luksuskeskustelun keskiöön vasta siirryttäessä moderniin yhteiskuntaan. Moderneissa talousteorioissa luksuksen nähtiin hyödyttävän yhteiskuntaa ja taloutta joko suoraan tai välillisesti, minkä vuoksi luksus haluttiin sallia ja luksuskulutukseen jopa kannustettiin. Nyky-yhteiskunnassa luksus on hyvin laajalle levinnyt käsite, joka kattaa oikeastaan kaikki elämänalueet. Luksuksen voidaankin sanoa kokeneen inflaation, koska kun mikä tahansa voi olla luksusta, mikään ei enää ole sitä.

Teoriaosion toisessa luvussa tarkastelin luksuksen ja yhteiskuntaluokan yhteyttä pääasiassa Pierre Bourdieun distinktioteorian pohjalta. Luvun alussa kartoitin yhteiskuntaluokan historiaa. Luokkakulttuurit alkoivat muotoutua myöhäisellä keskiajalla koulutuksen yleistymisen myötä, ja Euroopassa ne ilmenivät selvästi etenkin Ranskassa ja Englannissa, jossa luokkarakenne myös säilyi pisimpään muuttumattomana. Keskiluokan nousu mursi aateliston asemaa 1700-luvulta lähtien, mutta keskiluokkaistumisesta huolimatta luokkakulttuurit eivät ole hävinneet modernistakaan yhteiskunnasta. Kulutus on aina

toiminut yhteiskunnallisten jakojen ilmentäjänä ja myös tuottajana ja ylläpitäjänä. Maku ja muoti ovat keskeisiä sosiaalisen erottautumisen välineitä vielä modernissakin yhteiskunnassa.

Luksuskulutuksen erottelevan vaikutuksen vastakohtana on puhuttu luksuksen demokratisoitumisesta. Jo antiikin Kreikassa luksus haluttiin demokratisoida tarjoamalla myös tavalliselle kansalle ylellisiä nautintoja, ja viimeistään modernissa yhteiskunnassa demokraattisen luksuksen idea on noussut luksuskeskustelun keskiöön. Demokraattinen luksus on kuitenkin käsitteellinen mahdottomuus, koska luksus viittaa johonkin sellaiseen, mikä on vain harvojen saatavilla. Luksuskulutuksen yleistyessä se ei enää täytä luksuksen kriteereitä. Jälkimodernissa yhteiskunnassa kulutus on yksilöllistynyt, mikä on osaltaan vaikuttanut luksuskäsityksen laajenemiseen ja hämärtymiseen.

Suomessa kulutusyhteiskunta kehittyi monia muita teollistumisen kärjessä olleita Euroopan maita myöhemmin, ja muutokset olivat varsinkin 1950- ja 1960-luvuilla mullistavia. Protestanttisen etiikan mukainen eetos on ollut Suomessa hyvin vahva, ja ylellisyyskulutus on ollut hyvin vähäistä. Luksukseen on suhtauduttu myös painokkaan negatiivisesti ökyilynä. Yhteiskuntaluokista puhumista on Suomessa pidetty sopimattomana, ja suomalainen kulttuuri on nähty korostuneen yhtenäisenä. Keskiluokkaistuminen on ollut vahvaa myös Suomessa, mutta siitä huolimatta 2000-luvun Suomen voidaan edelleen sanoa olevan luokkayhteiskunta. Suomalaisen legitiimin kulttuurin on tutkimuksissa todettu edustavan hyvinkin perinteistä klassista korkeakulttuuria.

Empiirisen tutkimuksen tehtävänä on testata tutkimuskohteen rakennetta ja toimintaa käsitteellisesti tarkastelevien teorioiden paikkansapitävyyttä. Tutkimus on pääasiallisesti ongelmanratkaisua, eli empiirisessä tutkimuksessa huomio kiinnittyy tutkimusongelman ja tulosten siihen antaman vastauksen väliseen vastaavuuteen. Oleellista onkin rakentaa sellainen tutkimusasetelma, jonka avulla tutkimuskohteesta esitettäviin ongelmiin pystytään mahdollisimman hyvin vastaamaan. Tutkimustavan valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat etenkin teoreettiset lähtökohdat ja tutkittavan ilmiön jäsentyminen, jotka nekin ovat riippuvaisia toisistaan. (Alkula ym. 1994, 10, 15, 18.)

Alkula ym. (1994, 20–21) toteavat lisäksi, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskitytään ainoastaan muutamiin tutkimusongelman kannalta tärkeinä pidettyihin seikkoihin, joten

siinä pystytään mittaamaan vain tiettyjä puolia tutkittavasta ilmiöstä. Tutkijalla on oltava tutkimuskohteestaan mittaamalla saatua tietoa laajempaa tuntemusta, jotta hän kykenisi tulkitsemaan ja ymmärtämään tuloksia. Tutkijan asiantuntijuudella on merkitystä jo tutkimusongelmaa asetettaessa, eli aina tutkimuksen alkuvaiheista lähtien. Tutkielmassani olen pyrkinyt määrittelemään tarkasteluni kohteen eli luksuksen mahdollisimman kattavasti ja tutkimusongelmani kannalta relevantilla tavalla. Luksuksen historia on hyvin monimuotoinen, ja se tarjoaisi hyviä mahdollisuuksia tarkemmalle tutkimukselle.

Töttö puolestaan muistuttaa, että tutkimusotteen valinnassa ei ole kyse eksistentiaalisesta valinnasta, johon sisältyisi menetelmän lisäksi koko joukko puolueellisia sitoumuksia. Tilastollisia menetelmiä ei myöskään käytetä korvaamaan teoreettista ajattelua, vaan ne toimivat empiirisen tutkimuksen välineinä. Aineistot ovat aina yhtä välittyneitä, kerättiin ne sitten kvantitatiivisilla tai kvalitatiivisilla menetelmillä, koska tutkimus on aina tutkijan ja kohteen aineistovälitteistä vuoropuhelua. Aineistot ovat siis molemmissa tapauksissa tehtyjä, eivät annettuja. (Töttö 2000, 9–17, 33–37, 66.)

Jokivuori ja Hietala (2007, 11–15, 20–24) toteavat, että tulokset ja niistä tehtävät johtopäätökset on kyettävä pitämään erillään, koska johtopäätökset ovat aina tutkijan omia tulkintoja. Yhteiskuntatieteessä tutkija on kiinnostunut analyysin tuottamien tunnuslukujen sijaan ilmiöiden välisistä laadullisista yhteyksistä, jotka pystytään todentamaan kvantitatiivisilla tutkimusmenetelmillä. Tutkija siis tarkastelee aineistontakaista todellisuutta analysoimalla aineistoa. Ensimmäisenä tasona on aineiston kuvaileva analyysi eli frekvenssi- ja prosenttijakaumien tarkastelu, toisena muuttujien välisten yhteyksien havainnointi ja kolmantena selittävän tason analyysi, jossa löydettyjä muuttujien välisiä yhteyksiä pyritään tulkitsemaan teorian pohjalta. Selittävän analyysin tarkoituksena on erottaa todelliset ja näennäiset yhteydet toisistaan. On lisäksi muistettava, että muuttujien välisen yhteyden tilastollinen merkitsevyys ja tulosten yhteiskuntatieteellinen merkitsevyys eivät ole sama asia. Kaikkia tutkittavaan ilmiöön liittyviä tekijöitä ei ole mahdollista tavoittaa yhdessä tutkimuksessa, mutta tutkimustehtävän kannalta olennaiset tekijät on kuitenkin saatava mukaan.

Tutkielmani aineisto-osuudessa pyrin *Erika 2020 – Tulevaisuuden kuluttaja* ja *Suomi 1999–2019 – kulutus ja elämäntapa* -aineistojen pohjalta vastaamaan siihen, miten yleistä luksuskuluttaminen Suomessa on, mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät

luksuskulutusta Suomessa sekä millainen luksuksen ja yhteiskuntaluokan välinen suhde Suomessa on. Suomi 1999–2019-aineiston pohjalta tarkastelin sitä, mitä suomalaiset pitävät itselleen välttämättömyytenä ja millaisia kulutushaaveita suomalaisilla on. Erika 2020 -aineiston perusteella tarkastelin luksuskulutuksen yleisyyttä Suomessa sekä sitä, mitkä sosiodemografiset tekijät selittävät luksuskulutusta parhaiten. Tarkastelin lopuksi vielä erikseen yhteiskuntaluokan yhteyttä luksuskulutukseen.

Välttämättömyyskulutuksen tarkastelussa keskityin lomamatkoja, ravintolassa käyntiä ja kakkosautoa koskeviin väittämiin ja kulutushaaveiden tarkastelussa lomamatkoja, auton vaihtamista, itsensä hemmottelua ja shoppailua koskeviin väittämiin. Aineiston perusteella suomalaiset eivät pidä lomamatkaa kerran kuudessa kuukaudessa, säännöllistä ravintolassa käyntiä tai kakkosautoa kovinkaan välttämättöminä. Lomamatkat koettiin yleisimmin välttämättömäksi, kun taas kakkosautoa pidettiin pääsääntöisestä tarpeettomana. Vuosien 2009 ja 2019 välillä ei myöskään esiinny mainittavia eroja. Lomamatkoista myös haaveiltiin molempina tutkimusvuosina eniten, ja vuonna 2019 haaveilu oli myös hieman lisääntynyt. Vähiten kumpanakin vuonna haaveiltiin shoppailusta ajanviettotapana, ja vuonna 2019 se oli edelleen laskenut. Auton vaihtamisesta haaveilu oli sen sijaan hieman kasvanut vuoden 2019 aineistossa.

Lomamatkojen välttämättömyydeksi kokemista selittivät parhaiten yhteiskuntaluokka ja tuloluokka, mikä ei ole yllättävä tulos. Ylempi yhteiskuntaluokka ja korkeammat tulot ennustivat lomamatkojen välttämättömyytenä pitämistä vahvimmin. Muuttujien vakioiminen ei juuri muuttanut tuloksia. Muuttujan saama keskiarvo kasvaa lineaarisesti siirryttäessä kohti ylempiä tuloluokkia. Heikoin yhteys selitettävään muuttujaan oli sukupuolella, eikä ikäluokissakaan ollut havaittavissa merkittäviä eroja.

Luksuskulutuksen yleisyyttä tarkastelin edeltäneen 12 kuukauden ja lähitulevaisuuden luksuskulutusta koskevien muuttujien, luksusta osana arkea mittaavan muuttujan sekä sitä, onko luksukseen varaa, mittaavan muuttujan avulla. Luksuskulutuksen ei voi sanoa olevan Suomessa kovinkaan yleistä. Vastaajien luksuskulutuksen tasot eivät myöskään poikenneet toisistaan merkittävästi. Aineiston perusteella suomalaiset eroavat toisistaan vain vähän luksuskulutuksen tason suhteen sekä myös sen suhteen, mieltävätkö he itsensä luksuskuluttajiksi. Parhaiten sitä, onko luksustuotteisiin varaa, selittivät korkeampi tuloluokka ja yhteiskuntaluokka sekä nuorempi ikäluokka. Luksuskulutuksen yleisyys oli

myös selvästi yhteydessä yhteiskuntaluokkaan, vaikka luksuskulutus ei ollutkaan keskimäärin kovinkaan yleistä missään yhteiskuntaluokassa. Eroja eri luokkien välillä voitiin kuitenkin pitää suhteellisen merkittävinä.

Suomalaisen luksuskulutuksen historiaa ja myös nykymuotoja on tutkittu hyvin vähän, ja usein luksus on kulutustutkimuksissa sivuroolissa. Erika 2020 -aineisto on laajin tähän mennessä kerätty suoranaisesti luksusta koskeva kyselyaineisto. Välillisesti luksusta koskevia kysymyksiä on esitetty myös Suomi 1999–2019-aineistossa. Vuonna 2009 kyselyssä oli mukana suoranaisesti luksusta koskeva väittämä, mutta myöhemmistä tutkimuksista se on jätetty pois. Sarpila ja Haanpää (2010, 54–55) analysoivat luksusväittämää ja havaitsivat, että luksustuotteista ovat kiinnostuneita erityisesti alle 30-vuotiaat ja että myös tulot ovat jossain määrin yhteydessä luksuksesta haaveiluun. Sukupuolten välillä sen sijaan ei esiintynyt merkittäviä eroja. Tulos on samansuuntainen omien tulosteni kanssa.

Luksuksen tutkiminen sosiologisesta näkökulmasta on hedelmällistä, koska luksus liittyy vahvasti sosiologian keskeisiin tutkimuskohteisiin eli moderniin yhteiskuntaan ja yhteiskunnallisiin jakoihin. Erika 2020 -kyselyn toistamisen ohella olisi mielenkiintoista tutkia uudelleen myös suomalaisen maun ilmentymiä suhteessa luksukseen. Olisi kiinnostavaa tutkia myös, miten suomalaiset asennoituvat luksukseen ja millä tavoin luksuksesta Suomessa puhutaan.

LÄHTEET

Ahern, Eoghan (2017): Abundance, Luxuria, and Sin in Late Antique Historiography. *Journal of Early Christian Studies* 25:4, 605–631. Saatavilla <<http://dx.doi.org/10.1353/earl.2017.0055>>. Luettu 10.11.2020.

Appadurai, Arjun (1986): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective.* (Repr.) Cambridge: Cambridge U.P.

Armitage, John ja Joanne Roberts (2016): The Spirit of Luxury. *Cultural Politics* 12:1, 1–22. Saatavilla <<http://dx.doi.org/10.1215/17432197-3436283>>. Luettu 13.11.2020.

Baudrillard, Jean (1998): *The Consumer Society. Myths and structures.* London: Sage.

Belk, Russell W. (1985): Materialism. Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research* 12:3, 265–280. Saatavilla <<http://dx.doi.org/10.1086/208515>>. Luettu 15.11.2020.

Berg, Maxine ja Elizabeth Eger (2003): *Luxury in the Eighteenth Century. Debates, Desires and Delectable Goods.* Basingstoke: Palgrave.

Berg, Maxine (2005): *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain.* Oxford: Oxford University Press.

Berry, Christopher J. (1994): *The Idea of Luxury. A Conceptual and Historical Investigation.* Cambridge: Cambridge University Press.

Blom, Raimo ja Harri Melin: Luokat ja työmarkkinat 2000-luvun alussa. Teoksessa Piirainen, Timo ja Juho Saari (toim.): *Yhteiskunnalliset jaot. 1990-luvun perintö?* Gaudeamus, Helsinki 2002, 43–59.

Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste.* London: Routledge.

Braudel, Fernand (1973): *Capitalism and Material Life 1400–1800.* London: Fontana.

Braund, David (1994): The Luxuries of Athenian Democracy. *Greece & Rome, Second Series*, 41:1, 41–48. Saatavilla <<https://www.jstor.org/stable/643131>>. Luettu 14.11.2020.

Campbell, Colin (1987): *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism.* Oxford: Basil Blackwell.

Danziger, Pamela N. (2005): *Let them eat cake. Marketing luxury to the masses-as well as the classes.* Chicago: Dearborn Trade.

Dari-Mattiacci, Giuseppe ja Anna E. Plisecka (2010): Luxury in Ancient Rome. Scope, Timing and Enforcement of Sumptuary Laws. *Legal Roots* 1, Amsterdam Center for Law & Economics Working Paper No. 2010-03. Saatavilla <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1616712>>. Luettu 14.11.2020.

Dyer, Christopher: *Luxury Goods in Medieval England*. Teoksessa Dodds, Ben ja Christian D. Liddy (toim): *Commercial Activity, Markets and Entrepreneurs in the Middle Ages. Essays in Honour of Richard Britnell*. The Boydell Press, Woodbridge 2011.

Elias, Norbert (1939/2000): *The Civilizing Process. Sociogenetic and Psychogenetic Investigations*. Oxford: Blackwell Publishers.

Featherstone, Mike (1991): *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage.

Galbraith, Kenneth (1969): *The Affluent Society*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Heinonen, Visa (1998): *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Helsinki: Suomen historiallinen seura.

Heinonen, Visa: *Kulutusyhteiskunnan ja kulutuksen yhteiskunnallisen sääntelyn muotoutuminen Suomessa*. Teoksessa Heinonen, Visa ja Anu Raijas (toim): *Kuluttajaekonomia. Kotitalous ja kulutus*. WSOY, Helsinki 2005, 47–68.

Heiskala, Risto: *Sosiologia modernin yhteiskunnan itsetietoisuutena ja kansallisina traditioina*. Teoksessa Heiskala, Risto: *Sosiologisen teorian nykysuuntauksia*. Gaudeamus, Helsinki 1995, 9–37.

Hume, David, Thomas Hill Green ja Thomas Hodge Grose (1889): *Essays: Moral, Political, and Literary*. London: Longmans, Green & Co.

Hume, David (2006): *Esseitä*. Tampere: Vastapaino.

Hunt, Alan (1996): *Governance of the Consuming Passions. A History of Sumptuary Law*. New York: St. Martin's Press.

Hyvärinen, Matti, Jussi Kurunmäki, Kari Palonen, Tuija Pulkkinen ja Henrik Stenius (toim.) (2003): *Käsitteet liikkeessä. Suomen poliittisen kulttuurin käsitehistoria*. Tampere: Vastapaino.

Härkönen, Juho: *Sosiaalinen periytyvyys ja sosiaalinen liikkuvuus*. Teoksessa Erola, Jani (toim.): *Luokaton Suomi? Yhteiskuntaluokat 2000-luvun Suomessa*. Gaudeamus, Helsinki 2010, 51–66.

Ikonen, Vappu (1992): *Normi vai nälkä? 1800-luvun eri sosiaaliryhmien kulutuksesta*. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Jaatinen, Satu (2007): *Öky. Kirja ilmiöstä*. Helsinki: Multikustannus.

Kahlos, Maijastina (2016): *Rooman viimeiset päivät*. Helsinki: Otava.

Kaidesoja, Tuukka: *Sosiaalisilla mekanismeilla selittäminen historiallisessa sosiologiassa*. Teoksessa Kaidesoja, Tuukka, Tomi Kankainen ja Petri Ylikoski (toim): *Syistä selityksiin. Kausaalisuus ja selittäminen yhteiskuntatieteissä*. Gaudeamus, Helsinki 2018, 234–278.

Kajanoja, Jouko: *Sosiaalinen pääoma ja yhteiskunnalliset jaot*. Teoksessa Piirainen, Timo

ja Juho Saari (toim.): Yhteiskunnalliset jaot. 1990-luvun perintö? Gaudeamus, Helsinki 2002, 160–178.

Kiander, Jaakko: Talouskasvu ja yhteiskunnalliset jaot. Teoksessa Piirainen, Timo ja Juho Saari (toim.): Yhteiskunnalliset jaot. 1990-luvun perintö? Gaudeamus, Helsinki 2002, 60–82.

Killerby, Catherine Kovesi (2002): *Sumptuary Law in Italy 1200–1500*. Oxford: Clarendon.

Knuuttila, Simo: Klassiset tunneteoriat ja niiden muunnokset uuden ajan alun filosofiassa. Teoksessa Myllykangas, Mikko ja Petteri Pietikäinen (toim.): *Ajatusten lähteillä. Aatteiden ja oppien historiaa*. Gaudeamus, Helsinki 2017, 118–150.

Kouvo, Antti: Luokat ja sosiaalinen pääoma. Teoksessa Erola, Jani (toim.): *Luokaton Suomi? Yhteiskuntaluokat 2000-luvun Suomessa*. Gaudeamus, Helsinki 2010, 166–181.

Leibenstein, H. (1950): Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers' Demand, *The Quarterly Journal of Economics*, 64:2, May 1950, 183–207. Saatavilla <<https://doi.org/10.2307/1882692>>. Luettu 15.11.2020.

Loikkanen, Heikki: Kotitalouksien kulutuksen ja ajankäytön kehityssuunta. Teoksessa Riihinen, Olavi (toim.): *Suomi 2017*. Gummerus, Jyväskylä 1990, 145–166.

Lury, Celia (2011): *Consumer Culture*. Second edition. Cambridge: Polity.

Mandeville, Bernard (1714): *The Fable of the Bees; or, Private Vices, Publick Benefits*. London.

Mason, Roger (1981): *Conspicuous Consumption. A Study of Exceptional Consumer Behaviour*. Farnborough: Gower.

Mason, Roger (1998): *The Economics of Conspicuous Consumption. Theory and Thought since 1700*. Cheltenham: Edward Elgar.

McCracken, Grant (1988): *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.

McKendrick, Neil, John Brewer ja J. H Plumb (1983): *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*. London: Hutchinson.

Melin, Harri: Katosivatko luokat? Teoksessa Raimo Blom (toim.): *Mikä Suomessa muuttui? Sosiologinen kuva 1990-luvusta*. Gaudeamus, Helsinki 1999, 21–48.

Melin, Harri: Tarvitaanko vielä luokkatutkimusta? Teoksessa Erola, Jani (toim.): *Luokaton Suomi? Yhteiskuntaluokat 2000-luvun Suomessa*. Gaudeamus, Helsinki 2010, 211–226.

Mukerji, Chandra (1983): *From Graven Images. Patterns of Modern Materialism*. New York: Columbia University Press.

Noro, Arto: Simmel, muoti ja moderni. Johdatus ”moderniin”. Teoksessa Simmel, Georg: Muodin filosofia. Rauma, Odessa 1986, 7–18.

Ober, Josiah: Conditions of Athenian Democracy. Teoksessa Rabb, Theodore K. ja Ezra N. Suleman: The Making and Unmaking of Democracy. Routledge, London 2003, 2–22. Saatavilla <<https://doi.org/10.4324/9781315023526>>. Luettu 10.11.2020.

Phillips, Kim (2007): Masculinities and the Medieval English Sumptuary Laws. Gender & History 19, 22–42. Saatavilla <<https://doi.org/10.1111/j.1468-0424.2007.00462.x>>. Luettu 13.11.2020.

Purhonen, Semi, Gronow, Jukka, Heikkilä, Riie, Kahma, Nina, Rahkonen, Keijo ja Toikka, Arho (2014): Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen. Helsinki: Gaudeamus.

Ricca, Manfredi ja Rebecca Robins (2012): Meta-luxury. Brands and the Culture of Excellence. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Riukulehto, Sulevi (1994): Sabotaasia ja kerskakulutusta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston ylioppilaskunta.

Riukulehto, Sulevi (1998): The Concepts of Luxury and Waste in American Radicalism, 1880–1929. Helsinki: Finnish Academy of Science and Letters.

Riukulehto, Sulevi: Thorstein Veblen ja hänen kulutuskritiikkinsä päälinjat. Teoksessa Veblen, Thorstein: Joutilas luokka. The Theory of the Leisure Class. Art House Oy, Helsinki 1899/2002, 5–15.

Rousseau, Jean-Jacques (1988): Yhteiskuntasopimuksesta eli Valtio-oikeuden johtavat aatteet. Hämeenlinna: Karisto.

Rousseau, Jean-Jacques (2000): Tutkielma ihmisten välisen eriarvoisuuden alkuperästä ja perusteista. Tampere: Vastapaino.

Ruonavaara, Hannu: Historiallinen sosiologia. Perinne ja renessanssi. Teoksessa Marja Andersson, Anu-Hanna Anttila ja Pekka Rantanen (toim.): Kahden muusan palveluksessa. Historiallisen sosiologian lähtökohdat ja lähestymistavat. Turun historiallinen yhdistys, Turku 2005a, 20–44.

Ruonavaara, Hannu: Millä tavoin sosiologia voi olla historiallista? Teoksessa Marja Andersson, Anu-Hanna Anttila ja Pekka Rantanen (toim.): Kahden muusan palveluksessa. Historiallisen sosiologian lähtökohdat ja lähestymistavat. Turun historiallinen yhdistys, Turku 2005b, 81–100.

Saaristo, Kimmo ja Kimmo Jokinen (2010): Sosiologia. Helsinki: WSOYpro Oy.

Schmitt, Carl (2015): Poliittisen käsite. Helsinki: Tutkijaliitto.

Scott, Michael (2011): The Trouble With Luxury. BBC History Magazine, July 2011, 32–33. Saatavilla <<https://michaelscottweb.com/articles/the-trouble-with-luxury-bbc-history->

magazine/>. Luettu 11.11.2020.

Sekora, John (1977): *Luxury. The Concept in Western Thought, Eden to Smollett*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Silverstein, Michael J., Neil Fiske ja John Butman (2008): *Trading up. Why Consumers Want New Luxury Goods – and How Companies Create Them*. New York: Portfolio.

Simmel, Georg (1990): *The Philosophy of Money*.

Simmel, Georg (1986/1923): *Muodin filosofia*. Helsinki: Odessa.

Smith, Adam (1776/2015): *Kansojen varallisuus. Tutkimus sen luonteesta ja syistä*. Helsinki: WSOY.

Smith, Adam (1790/2003): *Moraalitulojen teoria*. Jyväskylä: Gummerus.

Sombart, Werner (1983): *Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung*. Berlin: Wagenbach

Toivonen, Timo (1999): *Empiirinen sosiaalitutkimus. Filosofia ja metodologia*. Porvoo: WSOY.

Töttö, Pertti (1989): *Sosiologia teoriana modernista yhteiskunnasta*. Tampere: Tampereen yliopisto.

Töttö, Pertti (1991): *Werner Sombart ja kiista kapitalismin hengestä*. Tampere: Vastapaino.

Twitchell, James B. (2002): *Living It Up. Our Love Affair With Luxury*. New York: Columbia University Press.

Uusitalo, Hannu: *Tulonjako ja yhteiskunnalliset jaot*. Teoksessa Piirainen, Timo ja Juho Saari (toim.): *Yhteiskunnalliset jaot. 1990-luvun perintö? Gaudeamus, Helsinki 2002, 26–42*.

Uusitalo, Liisa: *Vauraus – suomalaisen kulutusyhteiskunnan ihanne*. Teoksessa Niiniluoto, Ilkka ja Juha Sihvola (toim.): *Tarkemmin ajatellen. Kansakunnan henkinen tila*. Gaudeamus Helsinki University Press, Helsinki 2008, 167–194.

Veblen, Thorstein (1899/2002): *Joutilas luokka. The Theory of the Leisure Class*. Helsinki: Art House Oy.

Väyrynen, Kari: *Luonnosta ympäristöön. Luontosuhteemme käsite- ja aatehistoriaa*. Teoksessa Myllykangas, Mikko ja Petteri Pietikäinen (toim.): *Ajatusten lähteillä. Aatteiden ja oppien historiaa*. Gaudeamus, Helsinki 2017, 89–117.

Wahnbaeck, Till (2004): *Luxury and Public Happiness: Political Economy in the Italian Enlightenment*. Oxford: Clarendon Press.

Weber, Max (1980/1905): *Protestanttinen eriiikka ja kapitalismin henki*. Juva: WSOY.

Williams, Rosalind H. (1982): *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*. Berkeley: University of California Press.

Zanda, Emanuela (2011): *Fighting Hydra-like Luxury. Sumptuary Regulation in the Roman Republic*. London: Bristol Classical Press.

Yeoman, Ian (2011): The Changing Behaviours of Luxury Consumption. *Journal of Revenue and Pricing Management* 10, 47–50.

Yeoman, Ian ja McMahon-Beattie, Una (2014): Exclusivity. The Future of Luxury. *Journal of Revenue and Pricing Management* 13, 12–22.

AINEISTO

Alkula, Tapani, Seppo Pöntinen ja Pekka Ylöstalo (1994): *Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät*. Porvoo: WSOY.

Heikkilä, Tarja (2014): *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita.

Jokivuori, Pertti ja Risto Hietala (2007): *Määrällisiä tarinoita. Monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta*. Porvoo: WSOY.

Metsämuuronen, Jari (2005): *Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä (3. laitos)*. Helsinki: International Methelp.

Nyrhinen, Jussi, Terhi-Anna Wilska ja Minna Leppälä (2011): *Tulevaisuuden kuluttaja. ERIKA 2020 -hankkeen aineistokuvaus ja loppuraportti*. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu.

Saari, Hanna, Aki Koivula, Jukka Sivonen ja Pekka Räsänen (2019): *Suomi 2019 – kulutus ja elämäntapa. Tutkimusseloste ja koodikirja. Working Paperis in Economic Sociology*. Turku: Turun yliopisto.

Sarpila, Outi ja Leena Haanpää: *Rikas mies jos oisin. Luksustuotteet osana suomalaisten vapaavalintaista kulutusta koskevia haaveita*. Teoksessa Lammi, Minna, Liisa Peura-Kapanen ja Päivi Timonen (toim.): *Kulutuksen määrät ja tyylit talouden muutoksissa: kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2010*, 42-57.

Sarpila, Outi, Pekka Räsänen, Jani Erola, Joonas Kekki ja Karoliina Pitkänen (2010): *Suomi 2009. Tutkimusseloste ja aineistojen 1999-2009 vertailua. Working Papers in Economic Sociology*. Turku: Turun yliopisto.

Tähtinen, Juhani, Eero Laakkonen ja Mari Broberg (2011): *Tilastollisen aineiston käsittely ja tulkinnan perusteita*. Turku: Turun yliopiston kasvatustieteiden tiedekunta.

Töttö, Pertti (2000): *Pirullisen positivismin paluu. Laadullisen ja määrällisen tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.