

**"KUN VANHOISTA SAA VÄHÄN RAHAA TAKAISIN,
VOI TAAS OSTAA UUTTA"**

**Kehysanalyysi kulutukseen liitetyistä merkityksistä
kierrätystä koskevassa keskustelussa**

Anna-Emilia Kauppinen
Kandidaatintutkielma
Sosiologia
Yhteiskuntatieteiden ja
filosofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2023

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Tekijä Anna-Emilia Kauppinen	
Työn nimi "Kun vanhoista saa vähän rahaa takaisin, voi taas ostaa uutta" - Kehysanalyysi kulutukseen liitettyistä merkityksistä kierrätystä koskevassa keskustelussa	
Oppiaine Sosiologia	Työn laji Kandidaatintutkielma
Aika Kevät 2023	Sivumäärä 28
Ohjaaja Petri Ruuskanen	
Tiivistelmä <p>Tutkielmassa tarkastellaan kulutukseen liitettyjä merkityksiä kierrätyksen kontekstissa. Tutkielman tarkoituksena oli selvittää, miten erilaiset kulutukseen liitetyt merkitykset tulevat ilmi kierrätystä koskevassa keskustelussa.</p> <p>Tutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostuu kulutuksen merkitysten ja ulottuvuuksien sosiologisesta tarkastelusta. Tutkielman aineisto koostuu Ylen nettikolumnin "Käytetyn ostaminen voi yltyä riippuvuudeksi, jota peitellään läheisiltäkin" kommenttiosion. Kommenttien analysoinnissa sovellettiin Erving Goffmanin kehysanalyysiä. Analyysin tuloksena aineistosta muodostui kuusi eri kehystä: moraalitalous-, hedonismi-, tarve-, addiktio-, viherpesu- ja ympäristökehukset.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella suurin osa kommentoijista tarkastelee kierrätystä moraalitalouskehyksestä, ja pohtii moraalisesti kulutusta, taloutta ja yksilön suhdetta niihin. Moraalitalouskehykseen kuuluu myös kriittinen suhtautuminen muiden kulutuskäyttäytymiseen. Erityisesti sellaisia kuluttajia kritisoitiin, jotka kompensoivat omaa ylikulutustaan kierrättämällä. Hedonismi- ja tarvekehukset haastavat moraalitalouskehystä. Huomionarvoista on, että ainoastaan pieni osa kommentoijista pohti kulutuksen harkitsemista tai vähentämistä ympäristöystävällisesti. Täydellinen kulutuksesta pidättäytyminen ei välttämättä ratkaise kaikkia kulutukseen liittyviä ongelmia, mutta tuotteiden elinkaari tulisi kuitenkin huomioida jokaista hankintaa tehtäessä.</p>	
Asiasanat kulutus, eettinen kulutus, kierrätys, kehysanalyysi, addiktio	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

KUVIOT

KUVIO 1: Tavar an aspektit.....	5
KUVIO 2: Kehysten suhteet toisiinsa	22

TAULUKOT

TAULUKKO 1: Eri kehysten mainintojen m äär ä ja kommenttien suosio tykk ä yksiss ä mitattuna	14
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	KULUTUKSEN MERKITYS JA ULOTTUVUUDET.....	3
2.1	Yksilön kulutusmotiivit.....	4
2.2	Liiallinen kulutus	6
2.3	Vintage-kulutus.....	8
3	TUTKIMUSMENETELMÄ JA AINEISTO.....	12
3.1	Aineisto.....	12
3.2	Kehysanalyysi.....	13
3.3	Kehysanalyysin soveltaminen.....	14
4	KIERRÄTYSTÄ KOSKEVAT TULKINTAKEHYKSET	15
4.1	Moraalitalouskehys.....	15
4.2	Hedonismikehys	17
4.3	Tarvekehys	18
4.4	Addiktio-, viherpesu- ja ympäristökehukset	18
4.5	Kehysten väliset suhteet.....	21
5	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	25
	LÄHTEET	29

1 JOHDANTO

Yksilöiden kulutusvalinnoilla on eri tavoin yhteiskunnallista merkitystä. Kulutuksella on aina sosiaalinen, poliittinen ja ekologinen ulottuvuutensa (Ilmonen 1993, 12). Kulutuksella on myös rajansa: luonnonvarat ehtyvät ja ilmasto muuttuu uhkaavasti (Savela 2008, 312). Jotta ympäristökuormituksen määrää pystyttäisiin vähentämään riittävästi, tapamme kuluttaa, tavaroiden ja palveluiden valinta ja niiden laatu vaativat huomiota (Nurmela 2008, 281). Kulutusvalintoja tehtäessä yksittäisten ihmisten vaikutusvalta ei ole kuitenkaan kovin suuri, mutta yhdistäessään voimansa kuluttajat voivat luoda yhdessä eettisempää ja kestävämpää tuotannon ja kulutuksen kehää (Pecoraro 2016, 91).

Yksi kestävämmän kulutuksen muoto on kierrättäminen, ja kirpputorit sekä erilaiset secondhand- ja vintage-liikkeet tarjoavat mahdollisuuden kierrättää vaatteita ja muita tavaroita. Secondhand-shoppailussa houkuttelee tarpeentyydytyksen lisäksi erilaiset tunneperäiset, eettiset ja taloudelliset syyt. Niin kutsuttu aarteenmetsästys ja siitä seuraava löytämisen riemu, sosiaalinen kanssakäyminen ja säästynyt raha ovat olennainen osa secondhand-shoppailua (Nistor 2022, 89). Lisäksi käytetyn ostaminen mahdollistaa tiedostavillekin kuluttajille ostohalujensa tyydyttämisen ja näin ollen osallistumisen kiertotalouteen (Nistor 2022, 76). Kulutuksen kautta voidaan myös etsiä vakautta ja rakentaa identiteettiä (Veenstra & Kuipers 2013, 359).

Käytettyjen vaatteiden ostaminen vaikuttaa olevan tällä hetkellä trendikästä erityisesti nuorten keskuudessa. Helsingin Sanomien (2023) haastattelemat nuoret kertovat, että ovat huomanneet secondhandin suosion kasvun. Käytetyn ostaminen voi olla joissain kaveriporukoissa jopa yleisempää kuin uusien vaatteiden ostaminen. (Helsingin Sanomat 2023.) Secondhandin yleistymisestä huolimatta käytettyihin vaatteisiin, niitä myyviin kauppoihin ja kuluttajiin liitetään yhä myös leimaavia asenteita (Nistor 2022, 78). Aiemmin käytettyjä vaatteita on nimittäin suosittu nimenomaan huonon taloudellisen tilanteen vuoksi (Herjanto, Scheller-Sampson &

Erickson 2016, 2). Eettisyyden lisääntymisen myötä leimaava lähestymistapa on kuitenkin vähentynyt (Nistor 2022, 78).

Kansainvälisesti on tehty tuoreita sosiologisia tutkimuksia motiiveista ostaa käytettyjä tavaroita ja esimerkiksi vintagea. Yksi niistä on Laura Nistorin (2022) tutkimus, jossa tutkittiin syitä ostaa käytettyjä vaatteita Romaniassa. Suomessa käytetyn kuluttamiseen liittyvää tutkimusta on tehty vähemmän. Olisikin tarpeellista tutkia käytetyn kuluttamiseen liitettyjä merkityksiä myös Suomessa. Merkitykset muotoutuvat kulttuurisesti, joten ne voivat poiketa eri yhteiskuntien ja yhteiskunnallisten ryhmien välillä. Myös Massa ja Ahonen (2006, 12) pitävät tavallisten ihmisten kokemusten, hiljaisen tiedon, elämäntapojen ja kulttuuriseen muutokseen suhtautumisen tutkimista tärkeänä ympäristöpolitiikan kannalta. Näitä kulutukseen liitettyjä merkityksiä tunnistamalla voidaan osaltaan luoda kestävämpää kulutuskulttuuria.

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää kulutukseen liitettyjä merkityksiä kierrätystä koskevan nettikolumnin kommentteissa. Kulutukseen liitettyjen merkitysten tiedostaminen voi auttaa ymmärtämään yksilöiden kulutusvalintoja ja suhtautumista kierrättämiseen. Tutkielman teoriaosiossa tarkastellaan kulutusta ja yksilön kulutusmotiiveja sosiologian näkökulmasta. Tämän jälkeen syvennyttään tarkastelemaan erityisesti vintage-kulutusta. Kolmannessa luvussa esitellään tutkimusmenetelmä ja aineisto. Aineiston analysointiin sovelletaan sosiologi Erving Goffmanin kehysanalyysiä. Tulosluvussa muodostetaan tulkintakehykset, joiden kautta aineistossa tarkastellaan kuluttamista. Viimeisessä luvussa pohditaan tutkimustuloksia ja jatkotutkimuksen mahdollisuuksia.

2 KULUTUKSEN MERKITYS JA ULOTTUVUUDET

Kulutusta on tutkittu sosiologiassa yhtä pitkään kuin tutkimusala on ollut olemassa (Ilmonen 2007, 19). Sosiologiassa kulutusta ei tarkastella ostamisen, vaan käytön näkökulmasta (Ilmonen 2008, 328) ja kulutus ei kosketa pelkästään materiaalista kulutusta. Sen sijaan esimerkiksi tunteet voidaan nähdä kulutuksen kohteena (Jallinoja 2004).

Kulutuksen luonne ja merkitys yhteiskunnassa ovat muuttuneet ajan myötä (Ilmonen 1993, 17). Tuotannollisiin asemiin liittyvät statukset, kuten ammatti ja koulutus, olivat ennen merkittävimpiä sosiaalisen identiteetin muodostamisen ja elämäntyylin ylläpitämisen lähteitä (Sulkunen 1998, 301; Räsänen 2008, 142). Nykyään nimenomaan kulutus mielletään sosiaalisesti käytännöksi, jonka avulla kiinnitytään yhteiskuntaan (Räsänen 2008, 127).

Teollistumisvaiheessa kapitalististen maiden kulttuurissa korostuivat pidättyvyys, työn arvon korostaminen ja järkevä pyrkimys parempaan tulevaisuuteen nykyhetken nautintojen kustannuksella (Sulkunen 1998, 303). Tällainen puritaaninen, protestanttinen suhtautuminen kulutukseen on mahdollisesti peräisin kristinuskosta. Raamatussa nautinnot eivät pääsääntöisesti kuulu hyvään elämään (Autio 2006, 81).

Maailmansotien välillä myös agraarisessa Suomessa vallitsi vielä edellä mainitun kaltainen säästämistä ja omavaraisuutta painottava niukkuuden kuluttajamentaliteetti (Pantzar & Heinonen 2014, ei sivunumeroa). Sodan jälkeisen säännöstelyn hellittäessä 1950-luvulla Suomi alkoi muuttua moderniksi kulutusyhteiskunnaksi ja varsinainen kulutuskulttuurin läpimurto tapahtui 1960-luvulla (Heinonen 2004, 178). Kulutusyhteiskuntien vaurastuessa kulutuksesta saatavasta mielihyvästä nauttiminen on noussut puritaanisuutta keskeisempään asemaan (Ilmonen 1993).

Nykyään suomalaisessa yhteiskunnassa vallitsee useita samanaikaisia kulutuseetoksia, eli käsityksiä kuluttamisesta ja tapoja kuluttaa. Protestanttisen ja

romanttisen kulutuseetoksen rinnalle on noussut myös ekologis-eettinen, ympäristön huomioiva kulutuseetos. (Autio 2006, 28–31.) Kulutuksen merkitys on muuttunut siis myös Suomessa.

Tuotantoa ja kulutusta on lähes mahdotonta tarkastella mainitsematta rahaa. Raha on oleellinen tuotantoa ja kulutusta määrittävä elementti sekä kuluttajien perusedellytys markkinoita lähestyttäessä, mutta tulot jakautuvat kuitenkin epätasaisesti (Ilmonen 2007, 115–116). Kaikilla ei siis ole samanlaisia edellytyksiä toimia markkinoilla.

Kulutushyödykkeiden tarjonnan laajentuminen, hintojen lasku ja yleisen varallisuuden lisääntyminen ovat mahdollistaneet sen, että kulutuskäytännöistä on tullut arkitoimintoja. Niiden avulla muodostetaan sosiaalista identiteettiä, ilmaistaan yhteenkuuluvuutta yhteiskunnallisiin ryhmiin ja erottaudutaan muista. (mm. Sulkunen 1998, 301; Aikasalo 2000, 46, 48; Räsänen 2008, 142.) Tavarat eivät siis enää täytä ainoastaan ensisijaista tarkoitustaan – kuten kehon peittämistä – vaan ne toimivat statussymbolina ja tyydyttävät mielihaluja. Näin ne ilmentävät myös niin sanottua tarpeetonta kulutusta. (Sulkunen 1998, 300–301; Veenstra & Kuipers 2013, 358.)

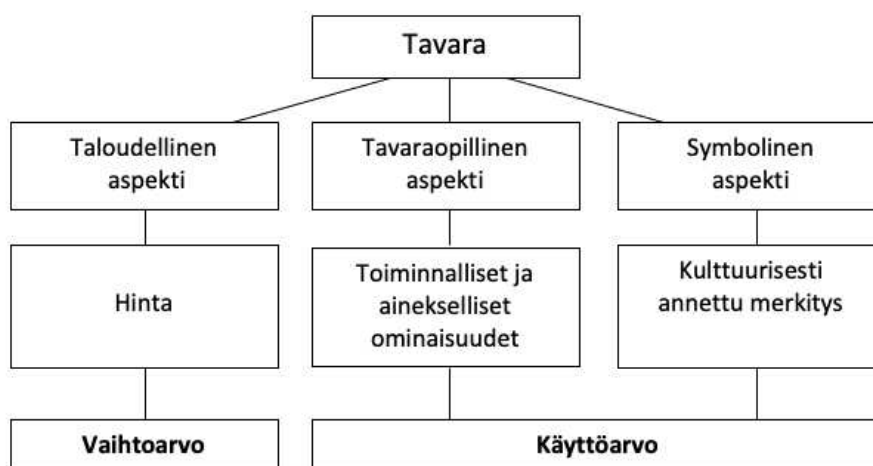
Tutkija Colin Campbell (1987) on korostanut, että yksilökeskeisyys sai uudenaikaisessa yhteiskunnassa romanttisen sisällön. Yksilöllisyys ei tarkoittanut ainoastaan aineellista ja sosiaalista menestystä, vaan tärkeäksi koettiin myös ihmisen sisäinen elämä, omat tunteet ja kyky nauttia elämästä. (Sulkunen 1998, 303.) Myös kulutuksesta pidättäytyminen ja säästäväisyys voidaan nähdä nautinnon lähteenä, sillä tarpeiden tyydyttämisen siirtäminen tulevaisuuteen voi tuottaa mielihyvää (Ruckenstein 2013, 174). Raja harkitsevan kulutusasenteen – joka vallitsi erityisesti ennen kulutuskulttuurin läpimurtoa – ja nautinnon tavoittelun välillä ei siis ole selkeä.

2.1 Yksilön kulutusmotiivit

Kulutusta tarkasteltaessa on oleellista kiinnittää huomiota siihen, mihin kulutuksen jatkuvuus ja lisääntyminen perustuvat kuluttajan näkökulmasta. Ensinnäkin jokaisen tavaran hankintaa edeltää tunne tarpeesta. Ilmosen (1993, 72; 2007, 80) mukaan

kuluttajan kiinnostus tavaroihin perustuu tarpeisiin ja on käyttöarvovetoinen, mutta se välittyy rahan kautta.

Käyttöarvokeskeisessä näkökulmassa yhdistyy kolme eri tekijää. Ensinnäkin tavarana "todellisella" käyttöarvolla tarkoitetaan sen oletettuja ja todellisia ominaisuuksia, eli tavaraopillista puolta (Ilmonen 1993, 72; 2007, 80). Tällä voidaan tarkoittaa esimerkiksi vaatteiden kykyä peittää ja suojata kehoa. Toisena on kuluttajan oma näkemys käyttöarvosta - symbolinen puoli - johon vaikuttaa arvio siitä, kuinka tavara auttaa kuluttajaa edistämään hänen pyrkimyksiään (Ilmonen 1993, 72; 2007, 68, 80). Voidaan esimerkiksi pohtia, voisiko tietyn vaatteiden kautta osoittaa yhteenkuuluvuutta tiettyyn yhteiskunnalliseen ryhmään tai vastaavasti erottautua muista. Lisäksi huomioidaan tavarasta saadut aiemmat kokemukset ja ajankohtaiset tarpeet (emt.). Kuviossa 1 on esitelty edellä mainitut aspektit, joihin tavara jakautuu.



KUVIO 1: Tavarana aspektit.

Tarpeille on sosiologiassa eri määritelmiä. Tarvenaturalismissa tarpeet jaetaan perustaviin ja johdettuihin tarpeisiin. Perustarpeet liittyvät ihmisen fysiologisen olemassaolon lähtökohtiin ja johdetut tarpeet ovat niitä, joiden tyydyttämättä jättäminen ei ole välttämätöntä olemassaolon kannalta. (Ilmonen 2007, 82.)

Myös halun ja tarpeen eroa on pohdittu sosiologiassa. Ilmonen (2007, 81) erottaa ne toisistaan seuraavasti: pelkkä tarpeen tiedostaminen ei johda toimintaan, vaan vasta tarpeen kohdentuminen johonkin yksilön ulkopuolella olevaan. Tarpeen täsmennyttyä johonkin kohteeseen se muuttuu haluiksi. Halut ovat siis "tarvetiloista

eroon kasvaneita tarpeita”. (Emt.) Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi sitä, että ainoastaan kehoa suojaavan vaatekappaleen sijasta halutaan tietyn merkinen vaate. Tarvenaturalismia on kritisoitu esimerkiksi siitä, ettei se ota huomioon tätä tarpeen ja halun eroa (Ilmonen 2007, 83).

Ilmonen (1993, 77–79; 2007, 84–85) esittää myös teorian selittämään tarpeiden loputonta kehää. Hänen mukaansa tarve ei ohjaudu automaattisesti tiettyyn kohteeseen, sillä tarpeen kohde ei ole ihmisellä etukäteen määrätty. Sen sijaan tarve ja sen kohde ilmenee vasta toiminnassa. Pelkkä tarvetilan tiedostaminen luo ihmiseen sisäisen jännitteen, joka laittaa toiminnan alulle. Kauppa on käyttänyt tätä tilannetta hyväkseen houkuttelemalla ihmisiä tekemään heräteostoksia. Toiminta – tässä tapauksessa myymälässä kuljeskelu – seuloa siis tarpeen kohteita esiin ja houkuttelee asiakasta tarttumaan niihin. Kun houkutteleva tavara on hankittu ja tarve tyydytetty, yksilön sisäinen jännite raukeaa. Tyydytetyn tarpeen tilalle siirtyy uusia, nyt ajankohtaisempia tarpeita. (Ilmonen 1993, 77–79; 2007, 84–85.)

Tarpeentyydytykseen liittyy myös sen aikana koettu elämys. Campbell on eritellyt traditionaalisen ja modernin hedonismin (Ilmonen 1993, 100; 2007, 104). Traditionaalinen eli perinteinen hedonisti tavoittelee tarpeen kohteen hyödyntämisestä aikaansaatua välitöntä tyydytyksen tunnetta, joka herättää nautintoa. Modernissa eli nykyaikaisessa hedonismissa painopiste siirtyy kulutuksen kohteen aineellisesta aistimisesta sen tunneperäiseen kokemiseen (Ilmonen 1993, 101–102; 2007, 104). Määrän sijaan tavoitellaan laadullisia kokemuksia, ja nautiskelun sijaan keskitytään etsimään nautintoja ja uutuuksia (Ilmonen 1993, 101–102; Autio 2006, 30; Ilmonen 2007, 104). Perinteisellä hedonistilla natinnon kohteena voi olla esimerkiksi halun seurauksena ostettu tuote. Modernia hedonismia on puolestaan esimerkiksi kirpputorilla kierteleminen ja tuotteiden katseleminen.

2.2 Liiallinen kulutus

Kuten aiemmin todettiin, kulutuksella voidaan tyydyttää niin sanotusti luonnollisia sekä keinotekoisia haluja. Ruuska ja Sulkunen (2013, 32) esittävät moraalisen ylijäämän käsitteen, jolla tarkoitetaan kulutuksen moraalisesti latautunutta ulottuvuutta, joka saavutetaan, kun biologiset tarpeet, kuten vaatteiden pukeminen

lämmikkeeksi ja suojaksi, on ensin tyydytetty. Moraaliseen ulottuvuuteen sijoittuu sen sijaan vaatteiden hankkiminen esteettisin perustein sekä esimerkiksi erottautuminen niiden avulla (emt.).

Luonnolliset tarpeet ylittävää kulutusta pyritään hallitsemaan yhteisöissä erottamalla kulutukseen soveltuvat kohteet sekä asettamalla kohtuullisuuden ja hyvän maun rajat. Rajojen ajoittainen ylittäminen sallitaan vain tietyille yhteisön jäsenille ja tällöinkin vain tietyin ehdoin, jotka voivat liittyä esimerkiksi varallisuuteen. (Ruuska & Sulkunen 2013, 32.) Voidaan siis esimerkiksi pohtia, kuinka usein ostoksilla on sopivaa käydä tai kuinka paljon rahaa heräteostoksiin voi käyttää. Tämän näkökulman mukaan kulttuuri ja moraalit vaikuttavat vahvasti ylettömän kulutuksen määrittelyyn.

Yletön kulutus on riippuvuuden ilmenemismuoto (Raento & Tammi 2013, 8). Itsesääntelyä korostavissa yksilökeskeisissä länsimaissa riippuvuus määritellään jopa sairaudeksi moraalisen käsitteen sijaan. Tällainen yksilökeskeinen lähestymistapa on edullinen länsimaisen kulutusyhteiskunnan talousjärjestelmän kannalta, jolle on välttämätöntä jatkuva uusien halujen luominen ja niiden loputon tyydyttäminen. Huomio kohdistetaan kuitenkin kulutuksen sääntelyn sijaan yksilöön, ja vedotaan tämän oman tahdon vahvistamiseen. (Ruuska & Sulkunen, 28–49.)

Poliittisia ja taloudellisia tarpeita varten synnytetään ja ylläpidetään toimintaa, haluja ja valtasuhteita, jotka ylläpitävät addiktioita (Ruckenstein 2013, 166). Kuluttaminen ja rahan ansaitseminen voidaan nähdä yksilön yhteiskunnallisina tehtävinä, jolloin kuluttamalla yksilö voi tuntea itsensä hyväksytyksi ja arvokkaaksi (Koski 2008, 129–130). Yksilö joutuu siis yhteiskunnan ristipaineeseen, jossa häneen kohdistuu odotus loputtomaan kulutuksen kehään osallistumiseen sekä samaan aikaan vaatimus jatkuvaan itsesääntelyyn.

Varsinaisen riippuvuuden lisäksi on yksilön näkökulmasta myös muita tekijöitä, jotka voivat johtaa liialliseen kulutukseen. Kosken (2008, 129) mukaan näitä ovat esimerkiksi itsehillinnän ja arviointikyvyn puute. Valintatilanteissa taivutaan usein lyhytnäköisyyteen, ja kulutettaessa ei oteta huomioon sitä, kuinka nopeasti mielihyvään tottuu ja mielipahasta toipuu. Tottuminen taas tapahtuu sitä nopeammin, mitä vähemmän valinta aktivoi. (Emt.)

Ruckenstein (2013, 173–174) esittää ajalliset syklit, joilla voidaan selittää addiktiivista kulutuskäyttäytymistä. Ajalliset syklit jakautuvat lyhyt- ja

pitkäkestoisiin sykleihin. Lyhytkestoinen sykli liittyy esimerkiksi yksilön nautintoon tai viihtymiseen. Aiemmin tässä luvussa mainitut säästäminen ja pidättyvä suhtautuminen kulutukseen ilmentävät pitkäkestoisen vaihdon sykliä. Pitkäkestoisen syklin päämäärät ovat siis kauempana tulevaisuudessa, ja ne voivat olla jaettuja yhteisön ja yhteiskunnan kesken. (Emt.) Tällaisia yhteisöllisiä arvoja voivat olla esimerkiksi luonto ja ympäristö (Autio 2006, 95). Addiktiiviselle käytökselle on tavanomaista valita nopeammin saavutettava mielihyvä, jolloin kauempana tulevaisuudessa oleva ja epävarma palkinto jää toissijaiseksi (Ruckenstein 2013, 174). Esimerkiksi houkuttelevan ostoksen tekemisestä saatava mielihyvä voi houkuttaa säästynyttä rahaa tai maapallon elinkelpoisena säilymistä enemmän.

Riippuvuuden muodostuminen käytetyn ostamiseen voisi epäillä tapahtuvan jopa uuden ostamista helpommin. Ruckensteinin (2013, 175) mukaan: ”nautintoa seuraava mielihyvä on moraalisesti sallittua ja siihen voidaan jopa rohkaista ja kannustaa, jos se ei ole ristiriidassa pitkäkestoisen vaihdon syklin kanssa.” Käytetyn ostamisen ei välttämättä nähdä kuormittavan ympäristöä samalla tavalla kuin uuden ostamisen. Myös edullisemmat hinnat voivat mahdollistaa säästämisen ostohalujen tyydyttämisestä huolimatta. Kosken (2008, 130) mukaan päätöksiin vaikuttaa mahdollisesti myös se, kuinka hyvin muut voi vakuuttaa ostoksen järkevyydestä. Käytettyä ostaessa tämän voisi kuvitella olevan mahdollista esimerkiksi juuri ekologisuuden ja edullisempien hintojen vuoksi.

Käytäntö kuitenkin osoittaa, ettei pelkkä tavaroiden määrä tee meitä tyytyväisiksi. Tarpeiden tyydyttämiseen liittyvät myös moraaliset, emotionaaliset ja kognitiiviset ulottuvuudet, joita pelkkä tavaramaailma ei ilmeisesti kosketa. (Ilmonen 1993, 87–88; 2007, 92.) Tarpeiden tyydyttämiseksi voisi olla siis tärkeää tehdä esimerkiksi moraalisesti oikeita valintoja.

2.3 Vintage-kulutus

Markkinat muokkaavat jatkuvasti kuluttajien tarpeita (Eräranta & Moisander 2006, 18), joten omien valintojen tiedostamisella on merkitystä. Eettiset kulutusvalinnat voidaan tulkita ihmisten haluna tehdä hyviä ja oikeita valintoja kuluttajina (Pecoraro 2016, 90). Eettisyydellä voidaan tarkoittaa omantunnonkysymyksiä, kuten eläinten

hyvinvointia, reilua kauppaa ja sosiaalisia näkökulmia kuten työolosuhteita, ja se on laajempi kokonaisuus kuin pelkkä vihreä kulutus (Carrigan, Szmigin & Wright 2004, 401). Vihreällä kulutuksella tarkoitetaan ainoastaan ympäristöongelmien huomioimista ostopäätöksiä tehtäessä (Ahonen 2006, 73).

Eettinen kulutus voidaan nähdä pelkkinä ostovalintoina tai laajemmin toimintana, joka kattaa myös muunlaisia valintoja (Pecoraro 2016, 25). Eettiselle kulutukselle ei ole kuitenkaan yhtä tarkkaa määritelmää. Kaiken kaikkiaan sitä luonnehtii pyrkimys muutoksen tekemiseen kulutusvalintojen kautta (Kennedy, Baumann & Johnston 2018, 382).

Vintage on ollut avainasemassa murroksessa, jossa käytetyt vaatteet ovat saavuttaneet paikkansa muotimaailmassa uusien vaatteiden rinnalla (Cervellon, Carey & Harms 2012, 956; Marzella 2015, 116). Vintagella tarkoitetaan tuotannosta poistuneita vaatteita, jotka olivat muodissa aiempina vuosikymmeninä (Marzella 2015, 116). Vintage ja secondhand sekoitetaan arkikielessä usein toisiinsa. Secondhandilla tarkoitetaan kuitenkin mitä tahansa käytettyjä vaatteita; vintage voi siis olla secondhandia ja secondhand voi olla vintagea. Ne eroavat kuitenkin esimerkiksi siten, että harvinaisimmat vintage-vaatteet voivat olla käyttämättömiä ja kaikki secondhand-vaatteet puolestaan eivät ole vanhoja. (Cervellon ym. 2012, 958.)

Vintage on vaihtoehtoista kulutusta jonka avulla voi osoittaa tietoisuutta ja ymmärrystä nykyajan kulutuskulttuurista. Erottavat ja omaperäiset vaatteet voidaan nähdä vastakohtana kaupallisuudelle. (Veenstra & Kuipers 2013, 363.) Vintage-vaatteilla ilmaistu erottuva ja uniikki tyyli miellyttää yhä laajemmin valtavirtaa, mutta tyylin tunnistaminen ja sen mukaisesti pukeutuminen vaatii kulttuurista pääomaa, jota kerrytetään asteittain. Joidenkin teoreetikoiden mukaan vintage-vaatteet toimivat erityisesti erottautumisen keinona. Toiset taas ovat kritisoineet tällaista ajattelutapaa korostaen vintagen kommunikatiivista puolta, eli sitä, kuinka vaatteiden avulla voidaan ilmaista omaa identiteettiä ja viestiä siitä muille. (emt., 357–359.)

Kulutuksen tyyli- ja makueroilla voidaan säilyttää yhteiskunnallisten ryhmien välisiä eroavuuksia ja näin puolestaan ylläpitää jo syntyneitä yhteiskunnallisia jakoja. Pierre Bourdieu (1984) kuvaa termillään *distinktio* eli erottautuminen yhteiskunnassa käytävää kamppailua symbolisesta vallasta kulutuksen keinoin. Erotteluja tukevat käytännön intressit, eli tuotanto- ja kulutus päätökset, valikoituvat sen mukaan, mitä

yhteisön hallitsevat luokat ja ryhmät pitävät merkityksellisinä. (Ilmonen 1993, 65; Sulkunen 1998, 301.)

Nistorin (2022, 76–77) mukaan myös secondhand-kulutusta voidaan tarkastella hyödyntäen Bourdieun teoriaa mausta ja erottautumisesta. Käytettyjen tavaroiden suosio voidaan yhdistää niukkuuteen ja se voi olla vähävaraisille välttämättömyys. Varakkaammille ja niille kuluttajille, joilla on runsaasti kulttuurista pääomaa, voi käytetyn ostaminen sen sijaan mahdollistaa erilaisia symbolisen kulutuksen muotoja. Niitä voivat olla esimerkiksi halu erottautua uniikeilla vaatteilla ja ulkonäöllä tai etäisyyden ottaminen massakulutuksesta ja kulutusyhteiskunnasta tiedostavana, kriittisenä kuluttajana. (Nistor 2022, 76.) Veenstran ja Kuipersin (2013, 356) mukaan vintage-vaatteilla voidaan ilmaista kulttuurista ja taloudellista pääomaa.

Tämän teorialuvun perusteella kulutusta voidaan tarkastella useasta eri näkökulmasta. Niin sanotut kulutuseetokset kuvaavat yhteisön jäsenten suhtautumista kulutukseen (Autio 2006, 28). Kuten aiemmin tuli ilmi, suhde kulutukseen on muuttunut aiempaa vapaamielisemmäksi (Ruckenstein 2013, 174) ja kulutukseen liitetään nykyään mielihyvän tavoittelu ja mielihyvää nauttiminen. Talonpoikainen talouseetos ja pidättyväinen suhtautuminen kulutukseen vaikuttavat kuitenkin edelleen tänä päivänä ainakin vanhempien sukupolvien asenne- ja arvomaailman taustalla (Heinonen 2004, 179). Säästäväisyys, taloudellisuus ja harkitsevuus näkyvät kulttuurisissa puhetavoissa myös nuorien keskuudessa (Autio 2006, 29). Traditionaalinen moraalikäsitelmä elää siis edelleen vähintäänkin puhetavoissa.

Säästäväisyyden arvostukseen tuli uusi ulottuvuus 1970-luvulla, kun kulutuksen vaikutus ympäristöön alettiin tiedostaa yhä laajemmin (Heinonen 2004, 179). Ekologis-eettinen kulutuseetos rakentui vastadiskurssiksi romanttiselle, hedonistiselle kulutuseetokselle. Ekologis-eettinen kuluttaja on valistunut ja rationaalinen toimija, joka pyrkii kulutusvalinnoillaan muuttamaan taloutta esimerkiksi haastamalla jatkuvan kasvun ideologiaa. (Autio 2006, 28–30).

Kulutuseetokset ovat muuttuneet yhteiskunnassa ajan myötä, mutta ne eivät kuitenkaan liity täysin selkeärajaisesti tiettyyn ajanjaksoon. Tänäkin päivänä suomalaisessa yhteiskunnassa vallitsee monia eri kulutuseetoksia päällekkäin (Autio 2006, 31). Aiemmin vallinneesta puritaanisuudesta on siirrytty vähitellen hedonistisen kulutuseetoksen kautta ekologis-eettiseen kulutukseen. Nautinnon eetos voidaan

kuitenkin nähdä osana myös talonpoikaisesta ja vihreän kulutuksen eetosta, sillä nautinnosta pidättäytyminen ja ympäristön suojele voivat tuottaa myös mielihyvää (emt.).

Kulttuurisista kulutustavoista siirryttiin tässä luvussa tarkastelemaan yksilön kulutusmotiiveja ja tavarain eri aspekteja. Kulutus ja tavarat ovat myös tiiviisti yhteydessä talouteen ja näin ollen myös kuluttajien tulotasoon. Kulutuksen avulla voidaan siis luoda ja vahvistaa jo olemassa olevia yhteiskunnallisia eroja. Vintage-kulutuksessa puolestaan yhdistyvät kulutuksen eri aspekit. Se on esimerkki identiteetin ilmaisemisesta ja erottautumisesta kuluttamisen keinoin, ja se toimii vastavoima kaupallisuudelle ja massatuotannolle. Vintage on toiminut muutosvoimana, joka on tehnyt kierrättämisestä muodikasta.

3 TUTKIMUSMENETELMÄ JA AINEISTO

Tutkielmassa tarkastellaan kulutukselle annettuja merkityksiä nettikeskustelussa ja erilaisia näkökulmia, joita kulutukseen liitetään. Tutkielma pyrkii vastaamaan kysymykseen: Miten erilaiset kulutukseen liitetyt merkitykset tulevat esiin kierrätystä koskevassa keskustelussa? Aineistona on Ylen kierrätystä käsittelevän nettikolumnin kommenttiosio. Tutkimusmenetelmänä sovelletaan Goffmanin kehysanalyysiä.

3.1 Aineisto

Tutkielman aineisto koostuu Ylen nettikolumnin ”Käytetyn ostaminen voi yltyä riippuvuudeksi, jota peitellään läheisiltäkin” kommenttiosioista. Kyseessä on psykoterapeutti, sosiaalipsykologi Emilia Kujalan kirjoittama kolumni, joka on julkaistu 4.1.2023. Kolumnissa Kujala epäilee olevansa riippuvainen secondhandin ostamisesta. Hän pohtii, voisiko käytetyn ostaminen olla koukuttavampi kuluttamisen muoto kuin uuden ostaminen. Kolumni itsessään ei ole kuitenkaan osa tutkimusaineistoa.

Arja Kuulan (2011, ei sivunumeroa) mukaan internet on mahdollista nähdä ”sosiaalisena ympäristönä, jossa todelliset ihmiset toimivat, esittävät ajatuksiaan ja tuntemuksiaan”. Kun sovelletaan tätä määrittelyä, voidaan olettaa, että kommentteissa olisi nähtävissä erilaisia suhtautumistapoja käsiteltävään aiheeseen, koska Yle on laaja valtakunnallinen media. Myös mahdollisuus julkaista kommentteja nimimerkein voi rohkaista tuomaan rehellisesti omia mielipiteitä esiin ja osallistumaan keskusteluihin, joihin ei välttämättä muuten osallistuisi (Kuula 2011, ei sivunumeroa). Ylen keskusteluja kuitenkin moderoidaan, eli asiattomat kommentit poistetaan.

Kommenttiosio koostuu 58 anonyymistä kommentista, jotka on kirjoittanut 48 eri kommentoijaa. Yksi kommenteista on julkaistu kaksi kertaa, joten analysoitavaksi jää 57 kommenttia. Kommenteissa kuvataan omia kulutustottumuksia kierrätyksen kontekstissa, pohditaan muiden ihmisten tapaa kuluttaa ja kulutukseen sekä kierrätykseen liittyviä ilmiöitä. Kommentit ovat vaihtelevasti vastauksia pohjatekstiin sekä toisiin kommentteihin.

3.2 Kehysanalyysi

Aineiston analysoinnissa sovelletaan Goffmanin kehysanalyysiä. Kehysanalyysin keskeisenä tehtävänä on kokemuksen rakentumisen analysointi (Goffman 1974, 11; Puroila 2002, 26). Kehykset liittyvät metakommunikaatioon, joka on ikään kuin viestintää meneillään olevasta viestinnästä (Persson 2019, 55). Goffman torjui näkemyksen yksilöistä ja yhteiskunnasta erillisinä tai kilpailevina yksikköinä. Sen sijaan hän oli kiinnostunut tilanteista, kehyksistä ja vuorovaikutusjärjestyksestä, jotka käsitteellisesti asettuivat jonkin yksilön ja yhteiskunnan välille. (Puroila 2002, 17.)

Goffmanin mukaan yksilöt tarkastelevat tapahtumia erilaisten kehysten läpi ja muodostavat niiden avulla käsityksen, mitä on tapahtumassa (Goffman 1974, 8; Puroila 2002, 44). Eri kehyksistä tarkasteltuna tapahtuman luonne näyttää erilaisena. Myös tavat toimia tilanteessa vaihtelevat kehysten mukaan. Kehykset ovat kulttuurisesti rakentuneita tapoja ymmärtää ilmiöitä. (Puroila 2002, 44–46.) Ne liittyvät nimenomaan sosiaalisesti luotuihin mekanismeihin, kuten esimerkiksi normeihin. Kehyksen sisällä on tai sille luodaan tietty merkitys, ja maalauksen kehyksen tavoin se rajaa jotain pois ja korostaa tiettyjä asioita. (Persson 2019, 50–52.)

Kehykset ovat yhteisön jäsenten jakamia (Puroila 2002, 46), objektiivisia ja riippumattomia yksilön intentioista. Goffman ei kiistä subjektiivisten kokemusten tai merkitysten olemassaoloa, vaan näkee kehysten, eli tiettyjen objektiivisten merkitysten, olevan perustana subjektiivisten merkitysten muodostumiselle. (Puroila 2002, 140.) Tietyn ryhmän sisällä on tietty ensisijainen tapa tulkita tilanteita, mutta myös poikkeavia tulkintoja esiintyy (Goffman 1974, 201). Näihin vaihtoehtoisin

kehystykseen suhtaudutaan vaihtelevasti. Niihin voidaan suhtautua kunnioittavasti, mutta ne voivat luoda myös jännitteitä (Goffman 1974, 201).

Goffman jakaa kehukset muuttumattomiin, primääreihin kehyksiin sekä muunneltaviin, sekundääreihin kehyksiin. Primäärit eli ensisijaiset kehukset ovat ikään kuin alkuperäisiä kehyksiä, joiden päälle muut kehukset rakentuvat (Goffman 1974, 21). Ne eivät ole palautettavissa mihinkään aiempaan kehykseen. Sekundäärit eli toissijaiset kehukset ovat sen sijaan palautettavissa primääreihin kehyksiin. Toisin sanoen, kun sekundäärikehystä ei ole, tulkitaan tilanne primäärikehystä käsin (Goffman 1974, 46). Sekundäärikehukset ikään kuin antavat merkityksen tapahtumille.

3.3 Kehysanalyysin soveltaminen

Aineiston analysointi aloitettiin niin, että luettiin kommentit useaan kertaan ja kirjoitettiin samalla muistiin niistä esille tulevia teemoja. Tämän jälkeen kommentit luokiteltiin teemojen mukaan, eli tehtiin avointa koodausta. Sen pohjalta muodostettiin kuusi kehystä: moraalitalous-, hedonismi-, tarve-, addiktio-, viherpesu- ja ympäristökehukset.

Tämän jälkeen aineisto kvantifioitiin, eli aineistosta laskettiin eri kehysten mukaiset maininnat ja kommenttien tykkäykset. Samassa kommentissa saattoi esiintyä useita eri kehyksiä, jolloin kommentin tykkäykset laskettiin mukaan kaikkiin kommentissa esiintyviin kehyksiin. Taulukko 1 kuvaa kehysten mainintojen ja tykkäysten määrää suurimmasta kehyksestä pienimpään.

TAULUKKO 1: Eri kehysten mainintojen määrä ja kommenttien suosio tykkäyksissä mitattuna.

	Maininnat	Tykkäykset
Moraalitalouskehys	34	328
Addiktiokehys	12	94
Hedonismikehys	10	102
Viherpesukehys	8	159
Tarvekehys	3	31
Ympäristökehys	2	22

4 KIERRÄTYSTÄ KOSKEVAT TULKINTAKEHYKSET

Aineistosta muodostuu kolme primäärikehystä: moraalitalous-, hedonismi- ja tarvekehukset. Moraalitalouskehys on suurin kehys niin mainintojen kuin tykkäysten osalta. Primäärikehysten päälle rakentuu kolme sekundäärikehystä: addiktio-, viherpesu- ja ympäristökehukset. Addiktiokehys on mainintojen osalta toiseksi suurin kehys, ja viherpesukehys on tykkäysten osalta toiseksi suurin kehys. Ympäristökehys on pienin kehys niin mainintojen kuin tykkäysten osalta. Sekundäärikehukset ovat eri tavoin suhteissa primäärikehysiin, ja nämä suhteet esitellään alaluvussa 4.5.

4.1 Moraalitalouskehys

Moraalitalouskehys muodostuu aineiston suurimmaksi kehukseksi. Kehyksen mukaisia mainintoja on aineistossa 34 kappaletta ja tykkäyksiä näissä kommentteissa on yhteensä 328 kappaletta. Sayerin (2004, 23) mukaan ”moraalitaloudessa on kyse sellaisista normeista ja näkemyksistä, jotka koskevat yksilöiden ja instituutioiden keskinäisiä vastuita ja oikeuksia”. Nämä normit ja näkemykset liittyvät myös käsityksiin hyvästä pohdittaessa esimerkiksi talouden päämääriä ja tarpeita (emt.).

Moraalitalouskehysten kommentteissa on nähtävissä edellä mainitun kaltaista pohdintaa kulutuksesta, taloudesta ja yksilön suhteesta niihin. Kommentteissa kulutusta pohditaan moraalisesti hyvinkin syvällisesti. Kehyksen kommentteissa pohditaan esimerkiksi sitä, milloin kiertotalous on kannattavaa ja tarvitaanko esimerkiksi kirpputoreja. Lisäksi pohditaan sitä, määrittykö ihmisen arvo sen mukaan, kuinka paljon hän kuluttaa, ja ylipäätään, mikä on yksilön vastuu talousjärjestelmässä. Osa kommentoijista mainitsee esimerkiksi tiedostavansa, että on ”huono” kuluttaja kansantaloudellisesti.

--- Muutenkin lienen kansantaloudellisesta näkökulmasta huono ihminen, pienine tuloineni ja kulutuksineni. (Emmi Vähä-Paljo, 21 tykkäystä)

Edellä näkyvässä sitaatissa kommentoija tiedostaa sen, että yhteiskunta odottaa hänen tuottavan tuloja kansantaloudelle. Yksilön tehtävänä nähdään siis nimenomaan talouden kasvattamiseen osallistuminen.

Kehyksen kommentteissa on nähtävissä talonpoikaisen talouseetoksen mukainen harkitseva suhtautuminen kulutukseen. Kierrätys nähdään oikeutetuksi ainoastaan esimerkiksi tavaroille, jotka jäävät tarpeettomiksi kuoleman vuoksi. Lisäksi kehystä ilmentää järkevän kuluttajan ihanne, joka kuvastaa Ahosen (2006, 82–83) mukaan erityisesti pula-ajan kokeneiden suhtautumista kulutukseen. Niukkuuden vallitessa tarpeet on nähty selkeärajisina ja ensisijaisesti biologian ohjaamina (Ilmonen 2007, 81). Hankinnoissa on siis korostunut tavaroiden tehtävä perustarpeiden tyydyttämisessä.

Kommenteissa pohditaan myös kierrätyksen kaupallistumista ja käytettyjen tuotteiden hintojen nousua. Hintojen nousu puolestaan rajaa mahdollisuuksia ostaa käytettyjä tuotteita niukemmin eläviltä kuluttajilta, ja houkuttelee varakkaampia kuluttajia käytettyjen tavaroiden pariin. (Ks. Autio 2006, 68–69.) Sayer (2006, 43) mainitsee yhdeksi moraalitalouden avainkysymykseksi sen, mitä asioita ei pitäisi muuttaa kauppatavaraksi. Osa kommentoijista, kuten seuraavan sitaatin kirjoittaja, pohtii tätä kysymystä käytettyjen tavaroiden kontekstissa.

--- Kierrätys on ilman muuta hyvä asia – miinuksena voi lisätä sen, että nyt kun ilmiöstä on tullut trendi, jopa kierrätykseen on tuotu eksklusiivisuutta, jolla pyritään nostamaan second hand tuotteiden hintoja, niin että ne eivät enään ole ”tavisten” kulutustavaraa. (Janne Ö, 20 tykkäystä)

Edellä näkyvässä sitaatissa kommentoija pohtii sitä, kuinka käytettyjen tuotteiden kaupasta on pyritty tekemään trendikästä ja näin keino erottautua muista. Tällä oikeutetaan puolestaan käytettyjen tuotteiden hintojen nousua. Lopulta käytetyn ostaminen ei ole enää mahdollista niille, joille se on aiemmin ollut

välttämättömyys edullisempien hintojen vuoksi. Kaiken kaikkiaan kehystä leimaa kriittinen ja jopa moralisoiva suhtautuminen erityisesti hedonistista kulutusta kohtaan.

4.2 Hedonismikehys

Hedonismikehys muodostuu yhdeksi kolmesta primäärikehyksestä. Kehyksen mukaisia mainontoja on 10 kappaletta ja tykkäyksiä kehыksen kommentteissa on 102 kappaletta. Se on kolmanneksi suurin kehys niin mainintojen kuin tykkäysten osalta.

Hedonismikehyksessä kulutukseen liitetään tunteet - esimerkiksi mukavuudenhalu, oman mielen tuulettaminen, uutuudenviehätys ja mielihaluisten seuraaminen. Tällainen hetken nautinto on perinteisesti liitetty nuorten kulutuskäytäntöihin (Autio 2006, 98). Kulutuksen taustalla saattaa olla myös aarteiden metsästäys, luovuuden ilmaisu, erottautuminen, uniikit löydöt sekä shoppailu ajanviettotapana.

Sitten se halpa hinta on se yksi asia. Itselleni yhdessä vaiheessa kertyi jos jonkinlaista kipppoa ja kuppia kun eihän sitä vaan voi olla ostamatta kaunista koriste-esinettä jos se maksaa vain 50 senttiä. --- Kyllä siinä selkeästi vaikuttaa myös se että kirpputoreilla myytävät esineet ovat siellä ainoita kaltaisiaan --- Se koettu henkinen tyytyväisyys "löydöstä" on paljon suurempi kuin tavallisessa kaupassa jossa niitä samanlaisia esineitä on 20 kappaletta rivissä. (Lily6065, 34 tykkäystä)

Edellä näkyvästä sitaatista voisi tulkita, että halvat hinnat kirpputorilla houkuttelevat tekemään ostopäätöksiä matalalla kynnyksellä. Myös tuotteiden uniikkisuus kannustaa tekemään hankintoja, joiden tekemiseen ei välttämättä tule uutta mahdollisuutta. Tästä näkökulmasta voi tehdä johtopäätöksen, että kirpputori ympäristönä houkuttelee hedonistisia kuluttajia kuluttamaan lisää.

4.3 Tarvekehys

Tarvekehys on mainintojen osalta toinen pienimmistä kehyksistä ja tykkäysten osalta toiseksi pienin. Mainintoja kehyksellä on 3 kappaletta ja tykkäyksiä 31 kappaletta. Kehyksen kommentteissa kommentoijat kertovat omia kokemuksiaan niukasti elämisestä. Kommenteissa kerrotaan, kuinka tavaroita on saatettu ”hamstrata”, sillä kommentoija ei ole voinut luottaa siihen, että tarvittavia tavaroita on tulevaisuudessa varaa hankkia. Käytettyjen tavaroiden hankinta on voinut myös olla taloudellisesti välttämätöntä edullisempien hintojen vuoksi.

Olen 'joutunut' tekemään ostokseni nuoresta asti kirppareilla, mikä oli silloin erikoista. --- (Emmi Vähä-Paljo, 21 tykkäystä)

Edellä olevassa sitaatissa kommentoija kertoo ”joutuneensa” tekemään ostokset kirpputoreilta nuoresta asti - todennäköisesti heikon taloudellisen tilanteen vuoksi. Hän kertoo myös, kuinka kirpputoreilta ostaminen oli hänen nuoruudessaan erikoista. Tällä hän viittaa mahdollisesti kirpputoreihin erityisesti aiemmin liitettyyn stigmaan, joka on kuitenkin ajan myötä heikentynyt.

4.4 Addiktio-, viherpesu- ja ympäristökehukset

Addiktiokehyksessä pohditaan addiktiota syynä liialliseen kulutukseen. Kehyksellä on 12 mainintaa ja se muodostuu niiden osalta toiseksi suurimmaksi kehykseksi. Tykkäyksiä kehyksellä on 94 kappaletta, eli neljänneksi eniten. Kommenteissa pohditaan addiktion luonnetta, haitallisuutta ja sitä, onko käytetyn ostaminen todella koukuttavampi kulutuksen muoto. Havainnot tukevat Raennon ja Tammen (2013, 8) havaintoja siitä, kuinka arkipuheessa addiktio on esillä erityisesti siten, että pohditaan addiktion myönteisiä ja kielteisiä puolia.

Enpä osaa nähdä tässä ongelmaa. Riippuvuuksia on monenlaisia, mutta jos rahat antavat myöten, tämä kierrättäminen eli ostelu ja myyskentely lienee niitä

harmittomimpia. Uutta vaatteet ja muut esineet kiertävät, uutta jätettä ei synny ja putiikkien ja kirpputorien pitäjät työllistyvät. (ceterum censeo, 15 tykkäystä)

Edellä olevassa kommentissa osto- ja myyntiriippuvuutta ei nähdä haitallisena, jos yksilön taloudellinen tilanne ei kärsi siitä. Riippuvuuden nähdään edistävän myös kierrättämistä, mitä pidetään hyvänä asiana. Lisäksi riippuvuus lisää työllisyyttä tässä tapauksessa, eli edistää taloutta. Voisi siis tulkita, että ainakin talouden näkökulmasta riippuvuutta ei nähdä ongelmallisena.

Nimenomaan käytetyn ostamista ei koeta kommentteissa koukuttavammaksi kulutuksen muodoksi. Erityisesti nautintojen näkökulmasta riippuvuuden muodostuminen nähdään ymmärrettävänä, jos yksilö on jo valmiiksi addiktioon taipuvainen. Kommentoijat kokevat, että yksilö voi addiktoitua mihin tahansa, mikä tuottaa nautintoa.

Joissain kommentteissa pohditaan sen sijaan riippuvuuden diagnosointiin liittyviä ilmiöitä. Kommenteissa kritisoidaan sitä, kuinka erilaisista diagnooseista on mahdollisesti tullut trendikkäitä ja jopa erottautumisen keino. Näiden kommentoijien mukaan ”kaikesta tehdään diagnoosi”. Myös addiktio-sanankäytöstä ostamisen yhteydessä pohditaan. Yhdessä kommentissa kritisoidaan sitä, kuinka addiktio-sanaa käytetään liian kevyin perustein.

Viherpesukehys on moraalitalouskehityksen sekundäärikehys. Sen mukaisia mainintoja on 8 ja tykkäyksiä kehyksellä on toiseksi eniten – 159 kappaletta – eli huomattavan paljon suhteutettuna mainintojen määrään. Viherpesukehystä ilmentää kriittinen ajattelutapa, jossa kierrättämisen nähdään kannustavan kuluttamaan lisää. Kehyksessä kritisoidaan kuluttajia, jotka paikkaavat omaa ylikulutustaan kierrättämällä.

Jos ihmiset käyttäisivät tavarat aidosti loppuun, kirppiksiä ei tarvittaisi.

Kirppistely ei ole siis lopulta mikään aito ratkaisu. (Green Gables, 31 tykkäystä)

Edellä olevasta sitaatista voi tulkita kritisivoivaa suhtautumistapaa sellaisia kuluttajia kohtaan, jotka luopuvat käyttökelpoisista tavaroista ja myyvät ne.

Kirpputorit mielletään yleisesti paikoiksi, joissa voi myydä tarpeettomaksi jääneitä tavaroita. Voisi tulkita, että kyseisen kommentoijan mukaan kirpputorit eivät kuitenkaan ratkaise liiallisen kulutuksen ongelmaa, sillä kirpputorit luovat mahdollisuuden luopua myös käyttökelpoisesta tavarasta.

Vähänkäytettyjen vaatteiden myynti kirpputoreilla mahdollistaa monelle teollisen mittakaavan vaateshoppailun; kun vanhoista saa vähän rahaa takaisin, voi taas ostaa uutta. --- kirpputoreilta tarpeettoman tavarahan ostelu saadaan vaikuttamaan suorastaan ekoteolta. Ne vaatteet vain ilmestyvät sinne, eivät ne ole olennainen osa liikkakulutuksemme elinkaarta. (Langaton jatkojohto, 35 tykkäystä)

Viherpesukehyksessä kritisoidaan nimenomaan kuluttajia, jotka kuluttavat harkitsemattomasti mutta mieltävät oman kulutuskäyttäytymisensä ekologiseksi. Tällaisilta kuluttajilta jää huomiotta se, että käytettynä myytävät vaatteet voivat olla sellaisen kuluttajan myymiä, joka on ostanut ne alun perin ilman harkintaa. Vaatteiden myyminen eteenpäin kannustaa myyjiä jälleen ostamaan tilalle uusia vaatteita.

Kuudes kehys on **ympäristökehys**. Se on pienin kehys, ja sillä on 2 mainintaa ja 22 tykkäystä. Sayerin (2004, 42) mukaan yhtenä moraalitaloudellisena kysymyksenä tulisi pohtia vastuuta ympäristöä kohtaan. Kuten luvussa 2 mainittiin, ympäristön huomioiminen tuli osaksi kulutuspäätösten tekemistä myöhemmin kuin muu moraalinen pohdinta. Tämän vuoksi ympäristökehys muodostuu omaksi moraalitalouskehysten sekundäärikehykseksi. Huomionarvoista on se, kuinka harvoissa kommentteissa ympäristö huomioitiin verrattuna moraalitalouskehysten mainintoihin.

Ympäristökehystä ilmentää samansuuntainen harkitsevuus kuin moraalitalouskehystä. Ympäristökehyksessä harkitseva suhtautuminen kulutukseen perustuu kuitenkin kulutuksen ympäristövaikutusten tiedostamiseen. Ympäristö- ja moraalitalouskehysten suhde on samansuuntainen, kuin Aution (2006)

tutkimuksessa nuorista kuluttajista. Aution tutkimustuloksissa ekologis-eettinen puhetapa oli osa harkitsevuuden puhetapaa ja itsekurin diskurssia.

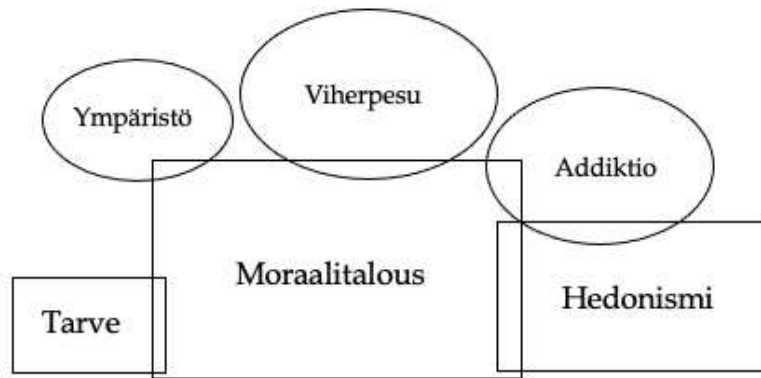
--- Uusien tai käytettyjenkin tavaroiden keräily ei kuitenkaan ole ihan yhtä harmiton harrastus, koska vaatteiden kuljetus ja kunnostaminen tuottaa päästöjä, vaikka vaate olisi vanhakin. Sen vuoksi kannattaa miettiä tarkoin, minkälaisia vaatteita ja tavaroita omassa huushollissa oikeasti tarvitaan, tehdä niistä lista, ja ostaa vain listalla olevia tavaroita. --- (SylviaSamuel, 22 tykkäystä)

Sitaatissa kommentoija pohtii sitä, kuinka edes käytettyjen vaatteiden hankkiminen ei ole täysin ongelmaton ympäristön kannalta. Esimerkiksi tuotteiden kuljetus myyntipaikkoihin aiheuttaa päästöjä, joten myös käytettyjen vaatteiden kohdalla ostopäätöksiä on syytä harkita.

Aiemmin mainitun viherpesukehyksen ja ympäristökehyksen ero ilmenee siinä, että viherpesukehyksessä kritisoidaan kuluttajia, jotka oikeuttavat omaa kulutustaan kierrättämisellä, kun taas ympäristökehyksessä ympäristön huomioiminen on motiivina kulutuksen harkitsemiseen ja vähentämiseen.

4.5 Kehysten väliset suhteet

Kehykset ovat suhteessa toisiinsa. Sekundäärikehukset ottavat kantaa primäärikehysiin ja primäärikehukset ottavat kantaa toisiinsa. Kehykset rakentuvat kasautuvasti ja ne myös limittyvät. Primäärikehukset moraalitalous-, tarve- ja hedonismikehys ovat rinnakkaiset, ja samalla keskenään kilpailevat kehykset. Kuvio 2 kuvaa kehysten suhteita toisiinsa.



KUVIO 2: Kehysten suhteet toisiinsa

Primäärikehysten välillä on erilaisia suhtautumistapoja toisia primäärikehäksiä kohtaan. Hedonismikehyksessä suhtaudutaan moraalitalouskehykseen kahdella toisistaan poikkeavalla tavalla: osa ilmaisee kommentissaan, että hedonistisen kulutuskäyttämisen sijaan tulisi pyrkiä säästäväisyyteen ja harkitsevuuteen. Toisessa suhtautumistavassa harkitsevuutta ja niukkuutta kritisoidaan.

Jaha, taas kaivettu uusi kulutussynti, kirpputoriostokset. Niukkuus on tämän hetken hyve, kaikkien tulisi pitää kulutus minimissä ja ostaa vain todella tarpeellista. --- (mhjeba, 5 tykkäystä)

Edellä on nähtävissä ajattelutapa, jossa kulutuksen moralisointia kritisoidaan. Kommentissa myös kritisoidaan pyrkimystä niukkuuteen sen sijaan, että seurattaisiin mielihaluja kulutusvalinnoissa. Kommentoijan kritiikin voi nähdä kohdistuvan erityisesti siihen, että jopa käytetyn ostaminen on alettu näkemään kyseenalaisena.

Moraalitalouskehyksessä hedonistiseen kulutukseen ja addiktioon suhtaudutaan kriittisesti, ja kulutusta pohditaan moraalisiin nojautuen.

--- Jos tämä kyseinen terapeutti haluaa erottautua muista terapeuteista hypistelemällä kirppareilla villavaatteita ja tekemällä siitä riippuvuuden, en kyllä varaisi hänelle aikaa. Helsingikeskeinen joutilaisuus ja rottakokeiden

hurmaannuttama sosiaalipsykologi ei ota huomioon sitä, että kautta aikojen tavara on kiertänyt. Tarpeet vaihtelevat, lapset kasvavat, elämäntilanne muuttuu, raha on tiukassa, joulukuusi on joka vuosi... Köyhä on onnellinen, kun saa lapselle vaatetta tai kirjan. --- (eimulle, 11 tykkäystä)

Edellä näkyvässä sitaatissa kommentoija kritisoi hedonistista tapaa erottautua siten, että ostetaan käytettyä. Hän myös näkee riippuvuuden vahvasti yksilön itse aiheuttamana ja suhtautuu negatiivisesti mahdollisesti addiktoituneen henkilön. Kommentissa hedonistinen kulutus nähdään osana "helsinkikeskeistä joutilaisuutta", jossa kierrättämisellä erottaudutaan. Hedonistinen kuluttaja nähdään jopa pinnallisena yksilönä, joka ei ymmärrä, kuinka tavaroita on kierrätetty ajan myötä erilaisten tarpeiden mukaan.

Moraalitalous- ja hedonismikehys eivät kuitenkaan ole täysin irrallisia toisistaan, toisin kuin tarve- ja hedonismikehys. Moraalitalouskehityksessä on nähtävissä hedonistisia piirteitä kulutuksen harkitsemiseen liittyen. Eräs kommentoija esimerkiksi esittää hääpuvun kierrätyksen ilmentävän järkevyyttä, mutta mainitsee kuitenkin, kuinka mekko on tuottanut näin vielä enemmän iloa ja merkitystä. Harkitsevuuskin palautuu näin lopulta nautintoon.

Viherpesukehys on moraalitalouskehityksen sekundäärikehys. Viherpesukehityksessä esitetty kritiikki tukee Littlerin (2011, 27) esittämää eettisen kulutuksen kritiikkiä. Littlerin mukaan eettinen kulutus voidaan nähdä lopulta tehottomana, sillä se saatetaan nähdä keskiluokan keinona lievittää syyllisyyttään, yritysten valkopesun ja taloudellisten taka-ajatusten tuottamana sekä hajanaisena kenttänä useita erillisiä ja keskenään ristiriitaisia käytäntöjä (Littler 2011, 27). Ympäristökehys on viherpesukehityksen tavoin moraalitalouskehityksen sekundäärikehys. Ympäristöongelmien tiedostaminen on osa kulutuksen moraalista pohdintaa.

Addiktiokehys on moraalitalous- ja hedonismikehysten sekundäärikehys. Addiktioon suhtautuminen vaihtelee näiden primäärikehysten välillä. Kun addiktiota tarkastellaan hedonismikehityksestä käsin, sen muodostumiseen suhtaudutaan

ymmärtävämmiin. Moraalitalouskehityksen näkökulmasta addiktiosairausten olemassaoloon suhtaudutaan kriittisesti.

Kun huomioidaan teorialuvussa esitetty ajallisten syklien teoria, voidaan addiktiokehitys nähdä vastakohtana ympäristö- ja moraalitalouskehityksille. Ajallisten syklien näkökulmasta riippuvuudet voidaan nähdä moraalisisinä ja ajallisina epätasapainon häiriöinä (Ruckenstein 2013, 178). Riippuvuus voidaan siis nähdä uhkana pitkäkestoisten syklien tavoitteille, eli esimerkiksi ympäristökuormituksen välttämiseksi.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tutkielma on pyrkinyt vastaamaan kysymykseen, millaisia kulutukseen liitettyjä merkityksiä tulee esiin kierrätystä koskevassa keskustelussa. Tavoitteena on ollut selvittää nettikolumnin kommentoijien kehystyksiä näkökulmista, joita liitetään kulutuksen ilmiöihin ja kulutusvalintoihin. Aineiston analysoinnissa sovellettiin kehysanalyysiä.

Tutkimustulosten perusteella suurin osa nettikolumnin kommentoijista tarkastelee kulutusta moraalitalouskehyksestä käsin, ja pohtii siis kulutusta ja taloutta moraalien pohjalta. Tarve- ja hedonismikehykset haastavat tätä moraalitalouskehysten näkökulmaa. Lisäksi edellä mainittujen primäärikehysten päälle muodostui kolme sekundäärikehystä: addiktio-, viherpesu ja ympäristökehukset. Aineistosta ei voi suoraan päätellä kommentoijien ikää, mutta tutkimustuloksista on pääteltävissä eri ikäpolvien mukaiset suhtautumistavat kulutukseen. Tutkimustulokset tukevat Aution (2006) havaintoja siitä, kuinka tänäkin päivänä yhteiskunnassa esiintyy useita kulutuseetoksia päällekkäin.

Moraalitalouskehyksessä osa kommentoijista painotti turhan kulutuksen välttämistä ja tuotteiden elinkaaren huomioimista. Ympäristösyiden vuoksi ostosten harkitseminen tai jopa ostamisesta pidättäytyminen mainittiin kommentteissa kuitenkin odotettua harvemmin: ympäristö huomioitiin vain kolmessa kommentissa. Tulokset tukevat Nistorin (2022) tutkimustuloksia Romaniassa tehdyssä tutkimuksessa, jossa tutkittiin syitä ostaa secondhandia. Nistor havaitsi, että ekologis-eettiset syyt mainittiin käytetyn ostamisen syyksi kaikista vähiten.

Viherpesukehyksessä käytetyn ostamiseen ja myymiseen suhtauduttiin kriittisesti, sillä sen nähtiin jopa lisäävän kulutusta siitä huolimatta, että yleisesti käytettyjen tuotteiden kulutus mielletään ekologisemmaksi kuluttamisen muodoksi. Kommentteissa kritisoitiin sitä, että osa kuluttajista kompensoi omaa ylikulutustaan kierrättämällä. Toisin sanoen viherpesukehys ilmentää sitä, kuinka osa kuluttajista on

omaksunut eettisen kulutuksen hyveen ajatuksen tasolla. Tässä tapauksessa ekologisesti eettinen diskurssi on kuitenkin käännetty oikeuttamaan omaa kulutusta, ja kommentoissa kritisoidaan tällaista toimintaa. Tulokset ovat samansuuntaisia kuin Aution (2006, 137) väitöskirjassa, jossa nuoret hallitsivat vihreän kuluttamisen puhutavan, mutta ekologisuus ei välttämättä näkynyt heidän toiminnassaan. Esimerkiksi mukavuudenhalu saattoi osoittautua ympäristöä tärkeämmäksi tekijäksi kulutusvalinnoissa.

Tulokset osaltaan myös poikkeavat aiemmasta tutkimuksesta. Kirpputoreja ja secondhand-liikkeitä ei mainittu ajanviettopaikkana kommentoissa juuri lainkaan. Nistorin (2022) tutkimuksessa kierteleminen secondhand-liikkeissä oli yksi keskeisistä tutkimustuloksista. Moni haastateltava mainitsi tärkeäksi ajan viettämisen secondhand-liikkeissä, ja sen kerrottiin olevan esimerkiksi tekosyy ystävien näkemiseen.

Tutkimustuloksista voidaan lisäksi tulkita niin, että kierrätyksen ja käytettyjen tuotteiden myynnin ja ostamisen luonne on muuttunut. Aiemmin myös vähävaraisille ostomahdollisuuksia tarjonnut edullisempi kaupankäynnin muoto - kierrättäminen - on kaupallistunut. Käytetyn ostaminen tarjoaa nykyään keinon erottautua ja ilmentää omaa taloudellista ja kulttuurista pääomaa. Vallitseva suhtautumistapa tällaiseen omaa etua tavoittelevaan kulutuskäyttäytymiseen on kuitenkin kriittinen. Tutkimustulosten mukaan suurin osa kommentoijista myös kritisoi vallitsevaa kulutuskulttuuria. Kulutuksen moralisointi ei kuitenkaan useimmiten perustu ympäristön huomioimiseen, vaan aiemmilta vuosikymmeniltä peräisin olevaan säästäväisyyden ja niukkuuden hyveeseen.

Voisi päätellä, että tarvekehyksessä mainittu niukkuus ja tarvepohjainen kulutus ovat lopulta kaikista eettisin kulutuksen muoto, sillä niissä turhaa kulutusta vältetään. Ahosen (2006, 84) mukaan kuitenkin tällaiset vain vähän ympäristöä kuormittavat valinnat eivät välttämättä säily olosuhteiden muuttuessa - esimerkiksi tulojen noustessa - koska niitä ei ole tehty nimenomaan ympäristösyistä. Sen sijaan ympäristön huomioivilla kuluttajilla on halua etsiä tapoja säästää ympäristöä, vaikka tämänhetkiset kulutustottumukset kuormittaisivatkin ympäristöä jopa enemmän (emt. 85). Tällainen ympäristön huomioiva kulutus vaatii kuitenkin tietynlaista valistuneisuutta.

On myös ilmeistä, että yhteiskunta asettaa yksilöt haastavaan tilanteeseen. Samaan aikaan yksilöiltä odotetaan sekä yhteiskuntaan liittymistä kuluttaen, että tasapainoa ajankäytössä ja arjen rytmeissä. Markkinat tarjoavat lukemattomia mahdollisuuksia kuluttaa, ja yksilön velvollisuutena pidetään kansantalouden kasvattamiseen osallistumista. Yhteiskunta ja ympäristö asettaa myös tiettyjä reunaehtoja kulutukselle: kulutus ei saisi esimerkiksi kuormittaa ympäristöä ylettömästi.

Myös tarjolla olevien nautinnon lähteiden määrä on lähes loputon. Tutkimustulosten perusteella osa kommentoijista näki tarjolla olevien nautintojen määrän edistävän riippuvuuden syntymistä. Kuten luvussa 2 mainittiin, kulttuuri asettaa rajat sille, missä rajoissa ja millainen kulutus on hyväksyttävää. Yhteiskunta määrittää myös sen, milloin addiktio on haitallista. Näiden rajojen ylittäminen voidaan luokitella jopa addiktiosairaudeksi.

Tutkimustulosten perusteella suhtautuminen addiktioon vaihteli. Enemmistö hedonismikehyksen kommentoijista suhtautui ymmärtävästi addiktion muodostumiseen ja koki, että addiktoituva mieli hakee kohteensa ympäristöstä ja mielihyvää tuottavista toiminnoista. Moraalitalouskehyksen näkökulmasta addiktiosairauden olemassaoloon sen sijaan suhtauduttiin kriittisemmin. Kommentoijat uskoivat diagnoosien olevan tämän hetken trendi, ja yksilön koettiin olevan itse vastuussa addiktion muodostumisesta. Kuten Ruuska ja Sulkunen (2013, 28–49) esittivät, on länsimaisen talousjärjestelmän edun mukaista, että yksilö vastuutetaan addiktion muodostumisesta.

Hedonismin muodoista erityisesti moderni hedonismi tuli esiin kommenttien analyysissä. Hedonismikehyksessä mainittiin esimerkiksi aarteenmetsästys ja halu erottautua. Moraalitalouskehyksessä tällaiset kulutuksen ilmiöt voidaan nähdä moraalisesti kyseenalaisina ja sellaisina, joita tulisi välttää. Voisi kuitenkin tulkita, että myös moraalitalouskehyksessä moderni hedonismi ilmenee kuluttamisesta pidättäytymisenä.

Herää kysymys, voisiko hedonistisilla mielihaluilla olla yhteys esimerkiksi mielenterveyteen? Voisi kuvitella, että myös jatkuva kulutuksesta pidättäytyminen kuormittaa yksilöä kulutuskeskeisessä yhteiskunnassa. Tällöin kulutuksesta kieltäytyminen on myös oletettavasti aktiivista tekemistä, eikä passiivinen olotila. Äärimmilleen vietyinä tällainen kieltäytyminen ja itsekontrolli voi mahdollisesti

muodostua jopa pakonomaiseksi (ks. Sulkunen 2004). Onko niukkuus siis kuitenkin absoluuttinen hyve, johon kaikkien tulisi yksimielisesti pyrkiä?

Aihetta olisi mielenkiintoista tutkia myös toisenlaisessa aineistossa. Tässä tutkielmassa aineistona on kommentit, jotka ovat anonyymejä. Johtopäätöksiä esimerkiksi kommentoijan iän tai yhteiskuntaluokan ja tietyn kehyksen välille ei voi siis suoraan tehdä. On kuitenkin mahdollista, että ikä on yhteydessä tietynlaisiin kulutustapoihin ja suhtautumiseen kulutusta kohtaan. Ylen kolumnin lukijat ovat tämän tutkielman perusteella enimmäkseen konservatiivisia, kulutuksen moraalista puolta pohtivia ja nautinnosta pidättäytymiseen pyrkiviä henkilöitä. Jollain toisella alustalla käytävässä keskustelussa kulutukseen liitetyt merkitykset voisivat painottua hyvin eri tavalla.

Lisäksi olisi kiinnostavaa tietää esimerkiksi, miksi kirpputoreille ja esimerkiksi vintage-liikkeisiin todellisuudessa mennään, ja mihin tekijöihin kulutuksen viherpesu on yhteydessä. Näin voitaisiin miettiä keinoja, joilla kulutusta voitaisiin muuttaa aidosti ekologisempaan suuntaan. Olisi joka tapauksessa tärkeää, että tuotteiden elinkaarta ja niiden hävittämistä pohdittaisiin – olipa tuote uusi tai käytetty – jo niitä hankittaessa.

LÄHTEET

- Ahonen, S. (2006) Vihreän kuluttajan monet kasvot. Teoksessa Massa, I. & Ahonen, S. (toim.) Arkielämän ympäristöpolitiikka. Helsinki: Gaudeamus, 72-86.
- Aikasalo, P. (2000) Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia: Naisten pukeutumishanteet ja vaatevalinnat 1920-luvulta 1960-luvun lopulle. Helsinki: Kansantieteellinen arkisto 47.
- Autio, M. (2006) Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. Väitöskirja.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Campbell, C. (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Carrigan, M., Szmigin, I. & Wright, J. (2004) Shopping for a better world? An interpretive study of the potential for ethical consumption within the older market. *Journal of Consumer Marketing* 21:6, 401-417.
- Cervellon, M., Carey, L. & Harms, T. (2012) Something old, something used: Determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion. *International Journal of Retail and Distribution Management* 40:12, 956-974.
- Eräranta, K. & Moisander, J. (2006) Miten kuluttajaa hallitaan markkinoilla ympäristöpoliittisena toimijana? Teoksessa Massa, I. & Ahonen, S. (toim.) Arkielämän ympäristöpolitiikka. Helsinki: Gaudeamus, 17-32.
- Goffman, E. (1974) *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Heinonen, V. (2004) Kulutus ja eettiset kysymykset. Teoksessa Ahlqvist, K. & Raijas, A. (toim.) *Ihante ja todellisuus: Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki: Tilastokeskus, 167-188.
- Helsingin Sanomat (23.3.2023) Uusi ilmiö valtaa nyt kauppakeskuksia – ”Juuri kukaan kavereistani ei osta vaatteita uusina”. Kirjoittaja: Roosa Welling. Saatavilla: <https://www.hs.fi/kaupunki/helsinki/art-2000009464258.html> luettu: 16.5.2023.
- Herjanto, H., Scheller-Sampson, J. & Erickson, E. (2016) The Increasing Phenomenon of Second-hand Clothes Purchase: Insights from The Literature. *Journal of Management and Entrepreneurship* 18:1, 1-15. Saatavilla: <https://doi.org/10.9744/jmk.18.1.1-15>
- Ilmonen, K. (1993). *Tavaroiden taikamaailma: Sosiologinen avaus kulutukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Ilmonen, K. (2007) *Johan on markkinat: Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.
- Ilmonen, K. (2008). *Kulutuksen sosiologinen tutkimus ja kulutussosiologinen tutkimus*. Teoksessa Ahlqvist, K., Raijas, A., Perrels, A., Simpura, J. & Uusitalo, L. (toim.) *Kulutuksen pitkä kaari: Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin*. Helsinki: Gaudeamus, 326-332.
- Jallinoja, R. (2004) *Tunteiden kulutus*. Teoksessa Jokivuori, P. & Ruuskanen, P. (toim.) *Arjen talous: Talous, tunteet ja yhteiskunta*. Jyväskylä: SoPhi, 122-138.
- Kennedy, E., Baumann, S. & Johnston, J. (2019) Eating for Taste and Eating for Change: Ethical Consumption as a High-Status Practice. *Social Forces* 98:1, 381-402. Saatavilla: <https://doi-org.ezproxy.jyu.fi/10.1093/sf/soy113>

- Koski, E. (2008) Kulutus kasvaa, maapallo ei. Teoksessa Portin, A. (toim.) Kaikesta jää jälki: Puheenvuoroja ympäristöä säästävästä valinnoista. Avain, 98-131.
- Kuula, A. (2011) Tutkimusetiikka: Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino.
- Littler, J. (2011) What's wrong with ethical consumption? Teoksessa Lewis, T. & Potter, E. Ethical Consumption: A Critical Introduction. New York: Routledge, 27-39.
- Marzella, F. (2015) The second-hand market: the practice of reusing goods in cultures dominated by the new. *Italian Sociological Review* 5:1, 105-122.
- Nistor, L. (2022). "There's more to it than buying cheap clothes..." A Qualitative study of secondhand clothes shopping in the Szeklerland region (Transylvania, Romania). *Corvinus Journal Of Sociology and Social Policy* 13:1, 73-93.
- Nurmela, J. (2008). Kierrätys kotitalouksissa vuoden 2006 kulutustutkimuksen mukaan. Teoksessa Ahlqvist, K., Raijas, A., Perrels, A., Simpura, J. & Uusitalo, L. (toim.) Kulutuksen pitkä kaari: Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin. Helsinki: Gaudeamus, 281-304.
- Pantzar, M. & Heinonen, V. (2014) "Hyvä käyttöesine on käytännöllinen, halpa ja kaunis" - Maaseudun ja kaupungin välinen jännite Kaunis Koti -lehden kodinsisustusvisioissa 1950-luvun puolivälissä. *Tahiti* 4:3. Saatavilla: <https://tahiti.journal.fi/article/view/85538>
- Pecoraro, M. (2016). Eettinen kuluttaminen kulutuskulttuurissa. Väitöskirja. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-6836-6>
- Persson, A. (2019) Framing Social Interaction: Continuities and Cracks in Goffman's *Frame Analysis*. New York: Routledge.
- Puroila, A. (2002) Erving Goffmanin kehysanalyysi sosiaalisen todellisuuden jäsentäjänä. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Raento, P. & Tammi, T. (2013) Addiktio - ristiriitainen ja vaikutusvaltainen ilmiö. Teoksessa Tammi, T. & Raento, P. (toim.) Addiktioyhteiskunta: Riippuvuus aikamme ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus, 7-27.
- Räsänen, P. (2008). Kulutuksen yksilöllistyminen sosiologisessa tutkimuksessa. Teoksessa Ahlqvist, K., Raijas, A., Perrels, A., Simpura, J. & Uusitalo, L. (toim.) Kulutuksen pitkä kaari: Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin. Helsinki: Gaudeamus, 124-148.
- Ruckenstein, M. (2013) Raha ja addiktiot ajan syklisessä taloudessa. Teoksessa Tammi, T. & Raento, P. (toim.) Addiktioyhteiskunta: Riippuvuus aikamme ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus, 165-180.
- Ruuska, A. & Sulkunen, P. (2013) Addiktiosairaus ja moraalitieteellisen alkoholiajattelun kehitys. Teoksessa Tammi, T. & Raento, P. (toim.) Addiktioyhteiskunta: Riippuvuus aikamme ilmiönä. Helsinki: Gaudeamus, 28-50.
- Savela, O. (2008). Kulutuksen merkitys kansantaloudessa. Teoksessa Ahlqvist, K., Raijas, A., Perrels, A., Simpura, J. & Uusitalo, L. (toim.) Kulutuksen pitkä kaari: Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin. Helsinki: Gaudeamus, 307-325.
- Sayer, A. (2004) Moraalitalous ja poliittinen talous. Teoksessa Kauppinen, I. (toim.) Moraalitalous. Tampere: Vastapaino, 23-52.
- Scherhorn, G. (1990) The Addictive Trait in Buying Behaviour. *Journal of Consumer Policy* 13, 33-51.
- Sulkunen, P. (1998) Johdatus sosiologiaan - käsitteitä ja näkökulmia. Juva: WSOY.

- Sulkunen, P. (2004) "Voimme olla addiktoituneita mihin tahansa..." Onko addiktio vain käsite vai todellinen asia? Teoksessa Jokivuori, P. & Ruuskanen, P. (toim.) Arjen talous: Talous, tunteet ja yhteiskunta. Jyväskylä: SoPhi, 139-156.
- Veenstra, A. & Kuipers, G. (2013) It Is Not Old-Fashioned, It Is Vintage, Vintage Fashion and The Complexities of 21st Century Consumption Practices. *Sociology Compass* 7:5, 355-365.

AINEISTO

- Kujala, E. (2023) Emilia Kujalan kolumni: Käytetyn ostaminen voi yltyä riippuvuudeksi, jota peitellään lähteisiltäkin. Kolumni. YLE. Saatavilla: <https://yle.fi/a/74-20007108>, luettu: 20.2.2023.