

2.1.

Esineiden vetovoima

Kierrätysjulkaisu, Manninen & Mäkinen, 1997

2.1. Esineiden vetovoima

"Esineet elävät ja kuolevat ihmisen tahdosta. Niiden fyysinen olemassaolo ja sielu - mikäli sellaista on - on riippuvainen valmistajana, omistajana, käyttäjänä ja kuluttajana toimivasta ihmisestä." Näin kirjoittaa etnologi Elina Kiuru [1] keräilijän esinesuhdetta pohtivassa pro gradu-työssään. Hän korostaa ihmisen ja esineiden suhteen kiinteyttä ja kysyy, mitä esineet ihmiselle merkitsevät.

Teollistumisen, massatuotannon ja kulutuksen kasvun myötä ovat tutkijat ottaneet esineet uudelleen ja uudenlaisesta näkökulmasta tutkimustensa kohteiksi. Kun aikaisemmin tutkittiin esineitä pääasiassa irrallisina yksikköinä, nyt ensisijaisina tutkimuskohteina ovat esineiden ja ihmisten väliset suhteet ja esineiden symbolimerkitykset. Kartoitetaan mm. sitä, mitä esineet kertovat ihmisen arvoista ja asenteista. [2]

Amerikkalaisen kulttuuriantropologi Grant McCrackenin [3] mukaan ihmisen suhde materiaaliseen ympäristöön on sekä fyysinen että psyykinen. Ihmisen aistit tarkastelevat esineen fyysistä olemusta, muotoa, ja esineen abstraktinen hahmo rakentuu tarkastelijan esineeseen liittämien merkitysten kautta. Merkityksiä puolestaan luovat ihmisen elämään liittyvät tapahtumat, muistot, ympäröivä kulttuuri jne. Ihminen luo siten esineistä mielikuvia ja "lukee" esineiden välittämiä merkityksellisiä viestejä aikaisempien kokemusten ja havaintojen perusteella.

Kun ihminen hankkii itselleen jonkin uuden esineen, sen haltuunottaminen alkaa jo esineen valitsemisesta, jolloin ostaja valitsee ja hyväksyy esineeseen yleisesti liitetyt merkitykset ja mielikuvat. Ostaja kertoo valintojensa välityksellä muille omista ajatuksistaan tai itselleen tavoittelemistaan piirteistä. Haltuunottamisen prosessi onkin kuin loppumaton kehä: ensin ihminen omaksuu esimerkiksi muodin ja mainonnan kautta esineeseen liitetyt merkitykset, rakentaa niistä sitten omiin tarkoituksiinsa soveltuvia, henkilökohtaisiin muistoihin ja kokemuksiin perustuvia merkityksiä ja antaa näin esineelle uusia, yleisen tarkastelun kohteeksi tulevia mielikuvia. [4]

Ottamalla haltuun esineen ihminen liittää sen osaksi omaa, pysyvämpää esineympäristöään . Yhteiskuntatieteilijä Pasi Falk [5] rinnastaa ihmisen henkilökohtaisen esineympäristön kodin käsitteeseen, omaan fyysiseen tilaan. Kotia ei tee merkitykselliseksi seinät ja katto vaan suhteet läheisiin ihmisiin, joiden kanssa tila jaetaan sekä suhteet omiin, ehkä osaksi omaa minuutta tulleisiin esineisiin. Esinesuhteessa korostuu minuus kaikkein selvimmin siksi, että se ei edellytä ihmissuhteen kaltaista vuorovaikutusprosessia. Omat esineet ovat olemassa vain ja nimenomaan itseä varten.

Grant McCracken [6] kirjoittaa teoksessaan Culture and Consumption, että esineisiin liitettyjen merkitysten lähde on kulttuurisesti [7] jäsentyneessä maailmassa. Asettuakseen esineisiin merkitysten on vapauduttava maailmasta ja siirryttävä uusiin kohteisiinsa. Mainokset ja erilaiset muotivirtaukset ovat välineitä, joilla kulttuurimaailman merkityksiä siirretään esineisiin. Esineistä merkitykset siirtyvät ihmisille tiettyjen rituaalien kautta.

McCracken puhuu mm. haltuunoton ja hoitamisen rituaaleista sekä esineestä vapautumisen rituaaleista. Haltuunoton rituaalein uusi esine otetaan omaan hallintaan täyttämällä se uusilla, omista kokemuksista lähtevillä merkityksillä. Hoitamisen rituaalit liittyvät itselle tärkeiden esineiden kunnossapitoon, jotta esineet ja samalla niiden merkitykset säilyisivät mahdollisimman pitkään. Vapautumisen rituaalien avulla hyödyttömäksi käynyt esine yritetään puhdistaa omista merkityksistä ja samalla myös omistamisen tunteesta ennen antamista pois, jotta mahdollinen uusi omistaja voisi täyttää esineen omilla merkityksillään. Tosin vapautumisrituaali ei välttämättä puhdistaa esinettä kokonaan entisen omistajan "hengestä", vaan osa siirtyy uudelle omistajalle. [8]

Mielikuvien kuluttaminen

Myymme ja kulutamme yhä enenevässä määrin mielikuvia. Itse asiassa mielikuvan kuluttaminen voi olla ekologisesti varsin järkevää: Levi's voi valmistaa perusmalliaan vuodesta toiseen, tuotanto on helppoa, mutta kun mainos on aina uusi, ei kukaan kyllästy housuihinsa. Ne hylätään vasta riepuna, jos silloinkaan – onpa olemassa pelkkiä käytettyjä Leviksiä myyviä liikkeitäkin. Mainonnalla, joka alunperin tähtää kulutuksen lisäämiseen, voidaan vaikuttaa myös päinvastaisesti."

(Paakkunainen 1995,11.)



Mieheni vihitään tänään

KIERRE 10.7.-10.8.2014 -näyttely.

"Ihminen on esineisiin kosketuksessa 24 tuntia vuorokaudessa ja 365 vuorokautta vuodessa. On arvioitu, että teollistuneissa maissa aikuisella ihmisellä on käytössään 10 000 - 30 000 erilaista esinettä, joiden käyttötavan hän on oppinut." (Periäinen 1996b,16)

Viitteet

[1] Kiuru 1995, 9.

[2] Kiuru 1995, 11.

[3] McCracken 1988, 72.

[4] Kiuru 1995, 48.

[5] Falk 1996, 76.

[6] McCracken 1988, 78-88.

[7] McCracken (1988, 72-73) määrittelee kulttuurin ajatuksiksi ja ideoiksi, joilla ihminen jäsentää ja rakentaa maailmaa. Kulttuuri muodostaa ihmisille linssin, jonka lävitse he tarkastelevat maailman eri ilmiöitä. Se määrittelee, miten ilmiöitä tulee ymmärtää ja omaksua. Kulttuuri antaa myös ihmisille toimintasuunnitelman, jonka avulla he tekevät valintoja ja suuntaavat toimintaansa.

[8] McCracken 1988, 78-88.

Raija Manninen ja Minna Mäkinen

Julkaisussa Kierrätys –jatkoaika käsillä 1997

Pohdintoja ihmisten esineistä

Suomen käsityön museon julkaisuja 14