

3.1.

Teoreettiset mahdollisuudet

Kierrätysjulkaisu, Manninen & Mäkinen, 1997

3.1. Teoreettiset mahdollisuudet

Kuluttajille tuotetaan jatkuvasti uusia trendejä ja muotivirtauksia, joiden mukaan suunnitellaan uutuustuotteita. Tämän seurauksena tuotteiden elinkaarta lyhennetään keinotekoisesti ja tuloksena on vielä käyttökelpoisten esineiden muuttuminen romuksi kaatopaikoille. Jokainen uusi tuote on kuitenkin potentiaalinen uhka luonnolle [1].

Mitä sitten pitäisi tehdä, jotta kehityksen pyörä saataisiin pyörimään tehokkaasti kestävämmän, tulevien sukupolvien elinolosuhteita paremmin huomioivan kehityksen suuntaan?

Olisiko pula-ajan keksinnöistä ja havainnoista apua 1990-luvun massatuotannon ja kulutuksen hillitsemiseksi? Miten pula-ajan neuvokkuus ja luovuus niukkuuden keskellä olisi muokattavissa tämän päivän tavarapaljouden hallitsemiaan yhteiskuntaan?

Pula-aikana 1940-luvulla, kun uutta ei ollut, ei tullut eikä ollut luvassakaan, ihmisten oli pakko opetella hoitamaan ja käyttämään uudelleen vanhoja tavaroitaan. Tuolloin julkaistiin monenlaisia ohjekirjoja, joissa kerrottiin korvikevinkkejä ja esineiden hoito-ohjeita. Eräs ohjekirja oli Kansanhuoltoministeriön tiedotuspäällikkö Untamo Utri on kokoama teos Pois pula ja puutteet. Keinot ja korvikkeet käyttöön, jonka esipuheessa Utrio kirjoitti: "Kun sota on katkaissut useimpien jokapäiväisten kulutustarvikkeidemme tuontitiet, on meidän nyt saatava niitä vastaavia tuotteita mahdollisimman paljon kotimaasta. Vain tällä tavalla voimme ohittaa nykyisen pula-ajan. Meillä onkin täällä paljon mahdollisuuksia, kunhan keksimme kaikki käyttökelpoiset luonnonvaraiset tuotteemme ja opimme niitä oikein käyttämään. Myös tulevina rauhan vuosina on kansantaloudellemme varmasti paljon hyötyä niistä pula-ajan keksinnöistä ja havainnoista, joita nykyisin tehdään." [2]

Tänä päivänä muodikkaat käsitteet uusiokäyttö ja uudelleenkäyttö olivat jokapäiväistä todellisuutta sodan ja pula-ajan ihmisille. Näyttää siltä, että vanhoille ideoille on nyt keksitty uudet nimet, jotta ne voitaisiin tehokkaammin markkinoida kuluttajille kiinnostavina uutuustuotteina. Pula-ajan korjausvinkkejä luetaan monesti hiukan huvittuneena, mutta kierrätys ja uusiokäyttö mielletään vakavasti otettaviksi tavoitteiksi.

Mika Pantzar [3] näkee nykyajan massatuotannolle ja massakulutukselle eräänä vaihtoehtona kulutuskritiikin, jonka kautta uutuuksien virta pyritään esittämään kielteisessä valossa ja vastapainoksi korostetaan klassisia ja kestäviä arvoja. Samalla pyritään luomaan edellytykset suunnittelun, muotoilun ja teknologisen kehityksen ihmis- keskeisemmille lähtökohdille. Näin yritettäisiin kyseenalaistaa kuluttajien elämäntapaa ja kulutustottumuksia. Arkiset rutiinit voisivat palata juurilleen tiedostetuiksi valinnoiksi, joiden taustalla vaikuttaisivat jälleen mielihyvän, intohimojen tai rationaalisuuden sävyttämät motiivit. Lisäksi tulisi pohtia ympäristömyönteisten elintapojen (esimerkiksi kierrätyksen) saattamista osaksi kuluttajien jokapäiväistä elämää.

Pantzar [4] korostaa täten ympäristömyönteisen kehityksen kannalta esittelemänsä kolmivaiheisen kulutuskaaren viimeistä vaihetta. Ensimmäisessä, kulutuksen itsetarkoituksellisessa vaiheessa ihmisen suhdetta kulutushyödykkeeseen leimaa tuote-elämys, tuotteen pelkkä olemassaolo. Toisessa, välinearvoisen kulutuksen vaiheessa, ihminen asettaa kulutushyödykkeelle jo laatuvaatimuksia ja samalla myös hyödyke asettaa vaatimuksia ympäristölleen (vrt. tarina ensyklopedisti Dennis Diderotista s. 20). Kulutuskaaren kolmannessa vaiheessa ihmisen suhde hyödykkeeseen muuttuu vieläkin kyseenalaistavammaksi ja kriittisemmäksi. Tässä kyseenalaistavan kulutuksen vaiheessa kuluttaja erittelee omaa esineriippuvuuttaan ja samalla koko elämäntapaansa.

Ilmonen [5] kirjoittaa, että ihmisten tulisikin nähdä kulutuksen kohteet kokonaan uudessa valossa. Vanhojen kulutustottumuksien tilalle tulisi kehittää uusia asenteita ja sitä kautta annettaisiin myös uudenlaisia laatuvaatimuksia kulutuksen kohteille. Lähteehän kuluttajan perimmäinen kiinnostus tavaroita kohtaan hänen tarpeidensa pohjalta, siitä mikä on tuotteen ns. todellinen käyttöarvo ja varsinkin siitä, mikä on kuluttajan oma näkemys tuotteen käyttöarvosta, miten tuote edesauttaa kuluttajaa hänen pyrkimyksissään. Kuluttaja ikään kuin ottaa tuotteen palvelukseensa ostopäätöksen tehdessään.

Vaikka kuluttajalla ei ole mahdollisuuksia vaikuttaa suoraan tuotteiden suunnitteluun ja valmistukseen, ei pidä väheksyä kuluttajan vaatimusten ja ostovalintojen välillistä merkitystä hyödykkeiden tuotantoprosessiin. Suurin vaikutusmahdollisuus kuluttajalla on siten, että hän yksinkertaisesti pidentää tuotteidensa käyttöikä hoitaen, huoltaen ja korjaten tavaroitaan sen sijaan, että lyhyen käytön jälkeen hävittäisi ne jätteenä.

Myös suunnittelija Victor Papanek [6] näkee tavaroiden laajamittaisen kierrättämisen ja lajittelun lähes ainoana vaihtoehtona, jos halutaan toteuttaa ympäristöystävällisiä arvoja. Lisäksi ihmisten tulisi pohtia syvällisemmin ja perinpohjaisemmin sitä, mitä he todella arvostavat.

Papanekin "mallissa" omistaja pitää itsellään tietyt esineet, koska niihin liittyy muistoja tai ne ovat muuten merkityksellisiä omistajalleen. Jotkut tuotteet hyväksytään ns. puolikestävien (semipermanent) tuotteiden joukkoon. Näitä puolikestäviä tuotteita ovat mm. koneet ja työkalut, joiden tiedetään kestävän rajoitetun ajan tai viimeistään teknisen kehityksen syrjäyttävän ne. Muut esineet palautetaan kiertoon sen enempää ajattelematta, kuten esimerkiksi palautettavat pullot tai metallipurkit. [7]

Ympäristömyönteiseltä, kestävään kehitykseen pyrkivältä kuluttajalta vaaditaan kuitenkin tietoa tuotteiden elinkaaren vaiheista, tuotteiden hoidosta ja lisäksi ainon vaivannäköä, jotta hän osaisi kierrättää oikeaoppisesti ne tuotteet, jotka haluaa antaa pois.

Eräänä ratkaisuna materialistisen kulttuurin ongelmiin Mika Pantzar [8] näkee esineiden hoivaamisen ja arvostamisen ideologian. Tämän jo keräilijöille, konservaattoreille ja kaikille museoammattilaisille tutun näkökulman mukaisesti hän toivoo, että kuluttajat veisivät esinekeskeisyyden vieläkin pidemmälle, niin pitkälle, että kuluttajat alkaisivat rakastaa ja arvostaa esineitään ja vasta viimeisessä hädässä voisivat luopua niistä [9]. "Roska muuttuisi rikkaudeksi!"

Tuotteiden kuljetusmatkat pitenevät

Samaan aikaan tuotannon lisääntymisen kanssa pitenevät tuotteiden kuljetusmatkat, tavaroita tuotetaan kuluttajille yhä kauempaa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa jokainen tomaatti kuljetetaan keskimäärin 2000 kilometriä tuottajalta kuluttajan ruokapöytään. 1990-luvulla jokaisen ihmisen syömän kalorin tai kilojoulen tuotantoon tarvittiin kymmenen kertaa enemmän energiaa kuin 1900-luvun alussa.

(Pantzar 1996, 28.)



Isoäidin lääkekaappi parantaa ulkoiset ja sisäiset haavat, muttei estä kuolemasta.

Poistoja - ei mitään uutta eikä omaa 12.1.-28.2.2004 -näyttely.

Jokainen sukupolvi luo oman suhteensa puuhun ja sen pintakäsittelyyn. Mikä on nyt kaunista ja hyväksyttävää, sen seuraavat sukupolvet kyseenalaistavat.

Viitteet

[1] Pantzar 1996, 28; Periäinen, 98.

[2] Utrio & Utrio 1994, 213-214.

[3] Pantzar 1996b, 28-30.

[4] Pantzar 1996a, 70-71.

[5] Ilmonen 1993, 31, 71-72, 99, 204.

[6] Papanek 1984, 100-101.

[7] Papanek 1984, 100-101.

[8] Pantzar 1996b, 30.

[9] Myös suunnittelija Stefano Marzano pitää esineisiin suuntautuvan arvostuksen lisääntymistä tärkeänä. Esineistä välittäminen merkitsee sitä, että esineitä pidetään olentoina, joilla on oma elämä, olentoina, jotka tarvitsevat ihmisiä yhtä paljon kuin ihmiset niitä. Marzano näkee kierrätyksen tästä näkökulmasta ristiriitaisena toimintavaihtoehtona jäteongelman ratkaisemiseksi. Kierrätys nimittäin tekee esineiden heittämisen pois entistä helpommaksi, moraalisesti hyväksyttävämmäksi. (Mäntyranta 1996,46.)

Raija Manninen ja Minna Mäkinen

Julkaisussa Kierrätys –jatkoaika käsillä 1997

Pohdintoja ihmisten esineistä

Suomen käsityön museon julkaisuja 14