

Michele Micheletti. 2003. *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism, and Collective Action*. New York, N.Y.: Palgrave Macmillan. xiv + 237 s.

Tässä teoksessa Tukholman yliopiston professori Michele Micheletti johdattelee lukijat mielenkiintoiseen teemaan, poliittisen kuluttamisen (*political consumerism*) historiaan, nykymuotoihin ja teoreettiseen selittämiseen. Poliittisella kuluttamisella Micheletti tarkoittaa poliittiseen ja eettiseen arviointiin perustuvien valintojen tekemistä markkinoilla. Poliittista kuluttamista ovat esimerkiksi ostoboikotit (*boycotts*), valikoiva ostaminen ("*buycotts*") ja sosiaalisesti vastuullinen investointi (*socially responsible investing*). Erityisen kiinnostunut Micheletti on kriittistä kuluttamista virittävstä uudesta poliittisesta aktivismista ja siitä, miten se haastaa kollektiivisen poliittisen toiminnan (edustuksellista) traditiota ja sen taustalla olevaa yksityinen/julkinen -jakoa. Teos rakentuu kahden keskeisen taustaolettamuksen varaan: ensimmäinen olettaa, että kuluttamisen ja markki-

noiden poliittinen painoarvo kasvaa koko ajan; toinen vastaavasti esittää, että poliittisen kamppailun painopiste on siirtymässä yhä enemmän tuotannosta ja tuotantosuhteista kuluttamisen ja yritysten julkisen imagon alueelle. Kyse on laajasta ja merkittävästä muutoksesta, jota yhteiskuntatieteilijät tuntevat ja ymmärtävät (tai hyväksyvät) Michelettin mukaan edelleen hyvin huonosti. Tässä teoksessa Micheletti ponnistelee poliittisen kuluttamisen tutkimuksen nostamiseksi yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen valtavirtaan.

Michelettin keskeinen argumentti on, että kuluttaminen voi olla sekä poliittista että hyveellistä toimintaa. Kirjaa voi lukea tämän perusväitteen esittämisenä ja tarkentamisena erilaisten esimerkkien avulla sekä sen teoreettisena puolustamisena. Ajatus kuluttamisen poliittisuudesta ja hyveellisyydestä on yhteiskuntatieteiden ja filosofian teoreettisia konventioita ajatellen tietenkin hyvin kiistanalainen. Micheletti joutuikin taistelemaan vastahankaisten tutkijakollegoiden vakuuttamiseksi. Siksi *Political Virtue and Shopping* on rakennettu ennen kaikkea tämän idean puolustuspuheenvuoroksi ja siihen liittyvä tutkimusohjelman oikeuttamiseksi. Michelettin tutkimuspoliittiseen missioon liittyvä ohjelmallisuus hiukan häiritsee lukemista, mutta aiheen ristiriitaisuuden ja kirjoittajan vaikuttimien tunnistaminen auttaa kuitenkin sen sulattamisessa. Kaikki lukijat eivät tarvitsisi näin systemaattista vakuuttelua – kuluttamisen politisoitumisen voi uskoa vähemmälläkin! Joka tapauksessa Micheletti lienee oikeassa siinä, että poliittinen kuluttaminen on yhteiskuntatieteilijöille erityisen haastava ilmiö, koska se selvästi liittyy toisiinsa sfäärejä, joita on etenkin liberaalissa perinteessä haluttu tarkastella toisistaan erillisinä. Beckin kaltaisiin sosiologeihin nojautuen Micheletti olettaa, että muutokset politiikan ja talouden suhteissa pakottavat ennen pitkää myös tutkijat tarkastelemaan uudelleen politiikan muuttuvaa alaa ja uusia paikkoja.

Poliittisen kuluttamisen lisääntyminen ja merkityksen kasvu osoittavat Michelettin mielestä, että arkisten ostovalintojen ja globaalien – esimerkiksi ympäristöön, työntekijöiden oikeuksiin, ihmisoikeuksiin ja kestävään kehitykseen liittyvien – ongelmien välillä on poliittinen yhteys. Yksi Michelettin keskeisiä käsitteitä teoksessa on ”tuotteen politiikka” (*politics of product*). Termi tarkoittaa, että kaikki hyödykkeet, tavarat ja palvelut, sijoittuvat laajempaan taloudellis-poliittiseen kontekstiin – niiden tuottamiseen liittyy aina vallankäyttöä ja niiden kuluttamisella on yhteiskunnallisia seurauksia. Michelettin suosimaa kestävä kehityksen retoriikkaa lainaten tuotteiden politiikka väistämättä ”jättää jalanjälkiä” luonnolliseen ja poliittiseen ympäristöön. Tuotteen politiikka on usein latenttia, mutta se voi myös nopeasti nousta esiin ja politisoitua kysymykseksi, joka koskettaa yhtä hyvin yrityksiä, hallintoa kuin kansalaisyhteiskuntaakin. Esimerkiksi monikansallisten yritysten köyhissä maissa noudattama kyseenalainen työvoimapolitiikka on viime vuosina saanut ajoittain yllättävää kiuksallista julkisuutta. Kuulusaksi on tullut esimerkiksi Nike Email Exchange -tapaus parin vuoden takaa. MIT:n opiskelija Jonah Peretti lähestyi tuolloin Nike-yhtiön asiakaspalvelua sähköpostilla, jossa hän pyysi painamaan tilaamiinsa juoksukenkiin sanan ”Sweatshop”. (”Hikipaja” on

tuotantolaitos, jossa työntekijät työskentelevät työturvallisuudeltaan vaarallisissa olosuhteissa pitkiä työpäiviä minimipalkalla – tai joskus orjatyönä. Laittomia hikipajoja löytyy kaikista länsimaiden suurkaupungeista mutta erityisesti niitä esiintyy köyhissä maista, joihin monikansalliset yhtiöt ovat ulkoistaneet tuotantoaan). Yhtiön asiakaspalvelu piti ehdotusta sopimattomana eikä suostunut Perettin pyyntöön. Peretti välitti asiakaspalvelun kanssa käymänsä sähköpostikirjeenvaihdon kuriositeettina muutamalle tuttavalleen, joiden kautta kirjeenvaihto levisi nopeasti ympäri maailmaa. Nike joutui voimakkaan julkisen arvostelun kohteeksi ja Perettistä tuli yksi internet-ajan kuluttajapolitiittisen aktivismin (”kulttuurijamman”, *culture jamming*) guruista!

Vastaavanlaiset kohtaamiset kriittisten kuluttajien ja julkisesta imagostaan tarkkojen monikansallisten brändiyhtiöiden välillä selittävät yritysten nykyistä innokkuutta kehittää ja julkistaa yritystoiminnan ohjeistojaan (*codes of conduct*). Kuluttajien harjoittama (julkinen) eettinen arviointi on pakottanut yritykset pohtimaan, miten ne tuottavat ja markkinoivat hyödykkeensä. Kuluttaja-aktivismi – tuotteen politiikan näkyväksi tekeminen kuluttajille – onkin usein osoittautunut tehokkaaksi poliittiseksi keinoksi haastaa korporaatioiden tuotanto- ja markkinointikäytännöt.

Kuluttamiseen ja markkinoihin poliittisena kysymyksenä suhtautuvat kansalaiset eivät vedä tarkkaa rajaa poliittisen ja taloudellisen alueen välille. Kuluttajakansalaisille markkinat muodostavat yhden mahdollisen politiikan areenan. He politisoivat tuotteita (ja samalla niiden tekijöitä ja markkinoijia) kysymällä kriittisiä kysymyksiä niiden alkuperästä ja seurauksista. He myös uskovat että yksityisillä – oikeudenmukaisuutta ja eettisyyttä korostavilla – valinnoilla on poliittista vaikutusta ja että myös yksilöllisellä toiminnalla voi osallistua julkiseen, jopa globaaliin, vastuunottamiseen ympäristön ja yhteiskunnasta. Michelettin keskeinen positio onkin, että arjisella kulutuksella on entistä keskeisempi merkitys yhteiskunnan ja talouden kehityksessä. Kriittisen kuluttamisen tavoitteena on ympäristöllisesti ja sosiaalisesti haitallisten instituutioiden ja markkinakäytäntöjen muuttaminen kestävämmiksi.

Micheletti kirjoittaa myös poliittisen kuluttamisen moraalista hyväatekevyydestä. Mutta miten yksityiselämän hyveet, joiden taustalla on terve itsekkyyys, toisin sanoen halu huolehtia omasta ja perheen hyvinvoinnista, voivat muuttua julkisiksi hyveiksi ja yleisen edun artikuloijiksi? Tämä on teoksen argumentin uskottavuuden kannalta keskeinen kysymys, jota Micheletti pohtii läpi teoksen. Tässä hän joutuu taistelemaan vaikuttavaa teoriatraditiota vastaan. Kulutus- ja massayhteiskunnan kriittisissä arvioissa on nimittäin ajateltu jo vuosikymmeniä, että kulutuskeskeisyys tuottaa sosiaalista itsekkyyttä ja poliittista passiivisuutta – joiden on kurjimmissa skenaarioissa nähty johtavan kansalaisyhteiskunnan katoamiseen ja julkisen moraalien rappeutumiseen. Michelettin tarina on kuitenkin toisenlainen. Hänen mukaansa historiallinen opetus on, että monet poliittiset kamppailut ovat alkaneet, kun ihmiset – usein nimenomaan naiset – ovat nostaneet esiin perheen hyvinvointiin liittyviä pulmia. Kuluttaminen on politisoitunut tätä kautta, aluksi yksityisinä huolina, jotka julkisuuteen tuotuina ovat muut-

tuneet yhteisiksi ongelmiksi ja kollektiiviseksi toiminnaksi. (Tästä Micheletti esittää monia esimerkkejä poliittisen kuluttamisen historiaa läpikäyvässä luvussaan.) Sama logiikka pätee hänen mukaansa edelleen. Terveytteen ja ravintoon kohdistuvat monet riskit (esimerkiksi BSE, ympäristömyrkyt ja geenimanipulaatio) nostattavat ilmoille julkista suuttumusta ja luovat tuotannolle ja hallinnolle paineita muuttua tuotanto- ja valvontakäytäntöjään. Siten kuluttamisessa kiteytyvät monet tämän päivän riskiyhteiskunnalle tyypilliset ”rajattomat” ongelmat saasteettomasta ruuasta ihmisoikeuksiin ja globaaliin oikeudenmukaisuuteen.

Micheletti viittaa amerikkalaiseen politiikan filosofiaan Shelly Burtin osoittaakseen, kuinka yksityiset intressit niveltäytyvät julkisiin kansalaishyveisiin ja jopa edistävät niitä. Burtin mukaan on teoreettisesti kestävämpiä samastaa hyveellinen kansalaisuus vain sellaisiin ihmisiin, jotka julistavat pyrkivänsä vain yhteisen hyvän puolustamiseen ja vakuuttavat kykyään sivuuttaa omat henkilökohtaiset pyyteensä. Tällainen käsitys poliittisesta toiminnasta ja poliittisista toimijoista on tarpeettoman epärealistinen, Burt ja Micheletti väittävät. Osallistuvaa demokratiaa voidaan heidän mielestään edistää vain, jos poliittisen osallistumisen lähtökohdaksi hyväksytään tavallisten arkisten pulmien ja tilanteiden politisoiminen. Tuomalla yksityisen elämän tasolla ilmenneitä ongelmia julkisuuteen niiden merkitystä voidaan arvioida yleisemmin ja niitä voidaan yrittää ratkaista kollektiivisesti. Terve itseintressi on siten tärkeä poliittista aktivoitumista motivoiva tekijä, Burt ja Micheletti päättävät. (Tässä Hannah Arendt olisi ollut Michelettille oiva keskustelu- ja kiistakumppani. Valitettavasti tällaista keskustelua teoksesta ei löydy.)

Tältä pohjalta Micheletti kehittää myös omaa käsitettään, individualistista kollektiivista toimintaa (*individualized collective action*), jonka hän haluaa erottaa kollektivistisesta kollektiivisesta toiminnasta (*collectivist collective action*). Tällä käsitteellä hän haluaa kuvata kansalaistoimintaa, jossa yhdistyvät kaksi edellä mainittua ulottuvuutta, yksityisen hyvinvoinnin tavoittelu ja julkinen poliittinen toiminta. Individualistinen kollektiivinen toiminta nousee ruohonjuuritasolta. Sen kautta ihmiset pyrkivät yksin ja yhdessä ottamaan vastuuta eri tavoin ja eri areenoilla niistä asioista, jotka he kussakin kontekstissa katsovat reagoitavia vaativiksi ongelmiksi. Micheletti erottaa tällaisen henkilökohtaisen, ”puolikollektiivisen” toiminnan konventionaalista, valmiiksi strukturoidusta poliittisesta käyttäytymisestä virallisilla politiikan areenoilla. Teoksessa esitetystä havainnoista voi päätellä, että puolikollektiivinen toiminta on jatkuvasti lisääntymässä. Se kertoo Micheletin mukaan ”ensimmäisen modernin” perustavista muutoksista, joiden seurauksena kansalaiset joutuvat yhä useammin toimimaan tilanteissa ja paikoissa, joita määrittää epätäydellinen tieto, valintojen moninaisuus, riskin ottaminen ja ennakoimattomat seuraukset.

Yksi Micheletin teoksen keskeisistä tavoitteista on osoittaa, kuinka markkinoista voi tulla väylä poliittiselle toiminnalle. Kuluttamisen areenat mahdollistavat julkisen poliittisen toiminnan myös silloin ja sellaisille toimijoille, joilla ei ole pääsyä tavanomaisille päätöksenteon areenoil-

le. Protestien ja kampanjoiden kautta kuluttajakansalaiset voivat tuoda esiin kysymyksiä, jotka eivät ole aiemmin olleet poliittisella agendalla ja joita ei sille muutoin hyväksyttäisi. Monet uudet poliittiset ja eettiset kysymykset, esimerkiksi ihmisoikeudet ja ympäristöongelmat, ovat nousseet julkisen keskustelun ja hallinnollisen politiikan agendalle tätä tietä. Tunnettuja ovat esimerkiksi 1970–80-lukujen kampanjat Nestlé-yhtiön valmistamaa ja erityisesti köyhiin maihin markkinoimaa äidinmaidon korviketta sekä Etelä-Afrikan apartheid-hallintoa vastaan. (Nestlé-kampanja jatkuu edelleen.) Viime vuosina boikotit ja muut kampanjat ovat jatkuvasti lisääntyneet ja globalisoituneet – niiden kohteena ovat Niken ohella esimerkiksi Microsoft, Shell ja Esso/ExxonMobil, Monsanto, Maailmanpankki ja Israelin hallitus. Kansallisia ja paikallisia kampanjoita käydään niin ikään kaikkialla. Näistä esimerkeistä voi hyvin päätellä, että tietyissä oloissa kuluttaminen voi kääntyä suoraksi toiminnaksi. Tämä ei silti tarkoita, että kuluttaja-aktivismi olisi aina onnistunutta ja tehokasta toimintaa (puhumattakaan sen hyveellisyydestä – kaikki poliittinen kuluttaminen ei suinkaan tavoittele demokratiaa ja ihmisoikeuksia). Micheletti huomauttaa, että onnistuminen ja tehokkuus edellyttävät, että toiminta on riittävän julkista ja laajamittaista ja että se johtaa jonkinasteiseen instituutiutumiseen, uusien käytäntöjen ja normien omaksumiseen ja parhaimmassa tapauksessa näiden valvontaan.

Micheletti myöntää että kuluttamisen, poliittisuuden ja hyveellisyyden yhdistäminen voi tuntua teoreettisesti kaukaa haetulta. Toisaalta hän kuitenkin puolustaa argumenttiansa toteamalla, että kuluttajuus poliittisen toiminnan paikana vertautuu hyvin kansalaisyhteiskuntaan: molemmat tarjoavat ”koodin”, jonka kautta ihmiset voivat pyrkiä itse ottamaan vastuuta omasta elämästään ja ympäristöstään. Kuluttamiseen liittyvä vastuunottaminen implikoi arvioinnin, autonomian ja solidaarisuuden periaatteita – siis ominaisuuksia, joilla teoreetikot ovat yleensä kuvanneet ”hyveellistä” kansalaisuutta. Eikö siis poliittisesti ja eettisesti tietoinen kuluttaminen voisi olla hyvän kansalaisuuden ominta toiminta-aluetta jälkimodernissa yhteiskunnassa? Michele Micheletti on valmis vastaamaan myönteisesti – monet muut eivät.

Micheletti korostaa naisten aktiivista roolia kuluttamiseen liittyvien kysymysten politisoimisessa. Esimerkiksi 1920–40-luvuilla amerikkalaiset kotirouvat mobilisoivat monia kriittisiä kampanjoita ruoan korkeita hintoja vastaan. Nämä kampanjat olivat Micheletin mukaan laajalle levinneitä, ja niissä toimi laaja kirjo etnisiä ryhmiä. Kapinoissa naiset järjestäytyivät löysiksi *ad hoc* -verkostoiksi, joilla kuitenkin oli suhteellisen stabiili rakenne. Naisaktivistit käyttivät tehokkaasti hyödykseen tuon ajan moderneja kommunikaatiovälineitä, radiota ja sanomalehtiä. Informaatiota levitettiin eri kanavia pitkin tuottajien, kauppiaiden ja hallinnon painostamiseksi. Vastaavalla tavalla Ruotsissa nousi 1970-luvulla ”protestidaamien” organisoima ”margarinikapina”.

Micheletti mainitsee naisten osuudesta myös Yhdysvaltain kansalaisoikeustaistelussa. Taistelun kuuluisimman vaiheen aloitti Rosa Parks 1955 istuutamalla bussissa val-

koisille varatulle paikalle. Parksien pidätyksestä käynnistyi valtakunnallinen bussiboikotti, joka päättyi, kun USA:n korkein oikeus julisti rotuerottelun julkisissa kulkuvälineissä perustuslain vastaiseksi. Parksin tapaus on kuuluisa – mutta vähemmän tunnettua on, kuinka merkittävä rooli naisilla oli boikottiaktioiden suunnittelussa ja toteutuksessa ja koko kansalaisoikeustaistelun aikaansaannoksissa.

Micheletti mainitsee kolme pääasiallista syytä, jotka selittävät naisten aktiivista roolia poliittisessa kuluttamisessa: 1) naiset ovat perinteisesti olleet perheen päivittäisestä hyvinvoinnista vastaava osapuoli; siihen on olennaisesti kuulunut perheen kulutuskäytännöistä huolehtiminen; 2) tässä ominaisuudessa naiset ovat olleet herkempiä riskiyhteiskunnasta nouseville ongelmille ja valmiita reagoimaan nopeastikin esimerkiksi terveyttä uhkaaviin ongelmiin; 3) naiset on perinteisesti suljettu ulos julkisesta toiminnasta ja heidän esittämänsä ongelmat on tuomittu epäpoliittisiksi – tämä on pakottanut naiset etsimään muita väyliä tuodakseen esiin huolensa ja toimiakseen poliittisten tavoitteidensa saavuttamiseksi. Aktiivinen poliittinen kuluttaminen on tällä tavoin usein toiminut naisten ”kansalaistajana” poliittisesti epäsuotuisissa olosuhteissa.

Eräs mielenkiintoinen alaluku teoksessa pohtii amerikkalaisen ja eurooppalaisen poliittisen vaikuttamisen eroja. USA:ssa kuluttamiseen on vallankumouksen alkuvaiheista (esim. Boston Tea Party) saakka liittynyt voimakasta poliittista latausta. Kuluttaminen on keskeisesti määrittänyt amerikkalaista itseidentiteettiä ja poliittista mentaliteettiä ja tarjonnut luontevan alueen tehokkaalle poliittiselle vaikuttamiselle. Järjestäytynyt työväenliike ei sen sijaan koskaan saanut USA:ssa samanlaista jalansijaa, joka sille kehittyi Euroopassa. Micheletti toteaa, että Euroopassa on tyypillisesti suuntauduttu tuotanto-orientoituneeseen poliittiseen toimintaan. Työväenliike on ollut suhteellisen voimakas, ja se on pystynyt tehokkaasti käyttämään lakkoja, kollektiivisia neuvotteluja ja korporatiivista yhteistyötä tavoitteidensa ajamiseksi. Kuluttamista on puolestaan pidetty toisarvoisena kysymyksenä – siihen on suhtauduttu enemmän yksinkertaisesta tarpeiden tyydytyksen näkökulmasta kuin mahdollisuutena kohdata ja ratkaista yhteiskunnallisia ongelmia. Vuosisadan alussa monet sosialistijohtajat arvelivat epäillen, että keskittyminen kuluttamiskysymyksiin opettaisi työläisille liiallisesti porvarillisia arvoja ja heikentäisi luokkatietoisuutta. Esimerkiksi osuuskuntaliikettä kritisoitiin tältä pohjalta. Poliittisten liikkeiden miesvaltainen johto myös pelkäsi, että konsumerismi politisoisi kodin piiriin ja valtaistaisi naiset epäsuotuisalla tavalla liiankin aktiiviseksi kansalaisiksi. Naisten poliittisuus haluttiin pitää kurissa.

Lisäksi Micheletti tuo esiin, että Euroopassa on aina suhtauduttu epäillen sellaiseen kollektiiviseen toimintaan, joka ei kanavoidu organisoitujen yhdistysten kautta. Jotta toiminta olisi legitimiä, sen on täytynyt olla korkeasti strukturoitua ja liittyä tunnettuihin ja yleisesti hyväksytyihin intressiorganisaatioihin – tai asemansa vakiinnuttaneisiin yhteiskunnallisiin liikkeisiin. Viime aikoihin saakka yksilöllinen poliittisuus on ollut skeptisen arvion kohteena. Se on määritelty ulkoparlamentaariseksi ja usein epätoivotta-

vaksi ilmiöksi, joka saattaa rikkoa edustuksellisen demokration hyväksi koettuja rutiineja ja tuoda esiin asioita, jotka ”oikeasti kuuluisivat” ammattiliittojen ja kuluttajien oikeuksia ajavien instituutioiden hoidettaviksi. Tämä on se poliittinen ja teoreettinen perinne, jota poliittinen kuluttaminen Euroopassakin yhä lujemmin haastaa. Myös eurooppalaiset yhteiskunnat ovat voimallisesti markkinoistuneet, samalla kun työväenliikkeen asema ja valta on vähitellen hämärtynyt. Kuluttaminen on politisoitunut Euroopassakin – vieläpä radikaalimmin tuloksin kuin USA:ssa, Micheletti väittää. Euroopassa esimerkiksi ollaan avoimempia tuotantoa ohjaavien ja valvovien merkintäjärjestelmien (*labeling schemes*, esimerkiksi ympäristömerkit ja sertifikaatit) kehittämiselle ja käyttöönnotolle.

*Political Virtue and Shopping* on eittämättä tärkeä tutkimuksellinen avaus politiikan ja poliittisen osallistumisen muutosten ymmärtämiseksi uudella tavalla. Teos on helpopolkuisen ja rakenteeltaan selkeä, ja se soveltuu hyvin yliopistotasoiseksi oppikirjaksi. Teoksen ansioihin kuuluu myös monitieteisyys – siinä hyödynnetään kiitettävästi uutta kirjallisuutta esimerkiksi sosiologian, taloustieteen ja ympäristötieteen aloilta. Micheletti käyttää sekä sekundääri- että primäärilähteitä. Näitä hän lukee ”poliittisen kuluttamisen silmälasien” läpi tavalla, jota yhteiskuntatieteissä ei aiemmin ole tehty. Teos kuitenkin luo poliittisen kuluttamisen ilmiökentästä vain yleiskuvan; monet lukijat saattavat jäädä kaipaamaan tarkempaa analyysiä.

Teoksessa nostetaan esiin monia olennaisia kysymyksiä politiikasta, demokratiasta ja kansalaisuudesta ja näiden suhteesta markkinoistuvaan (globaaliin) yhteiskuntaan. Michelettin oma – enimmäkseen implisiittinen – poliittinen arvio on, että kaupallisuuden hegemonia ei nujerra poliittista aktivismia vaan suuntaa sitä uudelleen. Kuluttamiseen sisältyy hänen näkemyksensä mukaan poliittisen innovatiivisuuden potentiaa ja todellisia mahdollisuuksia vaikuttaa tuotannon järjestämiseen. Silti toisenlaisetkin päätelmät olisivat mahdollisia. Esimerkiksi kriittisen teorian ja radikaalidemokratian näkökulmasta tällainen markkinoiden sisään sukeltava aktivismi tuskin tarjoaa riittävän radikaalia visiota tasa-arvoisemmasta ja demokraattisemmasta yhteiskunnasta. Micheletti kuitenkin onnistuu viritämään lukijan mielessä pohdintaa siitä, missä oikeastaan on radikaalin kritiikin ja muutoksen paikka nykyoloissa. Esimerkiksi kuluttaja-aktivistien esittelemä ”kulttuurijammas”, toisin sanoen tunnettujen brändien ja imagojen merkityssisällöillä leikittelyminen ja niiden ironisoiminen, on jännittävä ja tehokkaaksi osoittautunut tapa hämmäntää talouden ja politiikan valtakursseja. Mutta riittääkö tämä poliittiseksi utopiaksi ja ohjelmaksi? Micheletti yhtäältä puolustaa (erityisesti luvussa 5) poliittisen kuluttamisen vaikutusmahdollisuuksia mutta jättää kysymyksen kuitenkin viime kädessä auki. Michelettin reaalisosiologinen kanta on, että jatkuvasti monimutkaistuvassa maailmassa myös siihen kytkeytyvä vaikuttaminen on niin monisäikeistä ja laajalle ulottuvaa, että mitään yksinkertaisia päätelmiä sen tai tämän poliittisen toiminnan merkityksestä ja vaikutuksista ei voida tehdä. Vaikutukset saattavat joissakin tapauksissa olla nopeita ja näkyviä mutta useimmiten ne ovat hitaita ja piiloutuvia.

Niiden esiin kaivaminen ja ymmärtäminen vaatii Michelettin mukaan pitkäjänteistä vertailevaa ja monitieteistä tutkimusta.

Teosta vaivaa myös tietynlainen teoriahistoriattomuus. Tämä näkyy esimerkiksi kulutusyhteiskuntaa kriittisesti käsittelevien sosiologisten ja filosofisten keskustelujen sivuuttamisena; kritiikki vain mainitaan yleisellä tasolla. Michelettin argumentaatio olisi voitu mielenkiintoisesti asettaa näiden keskustelujen kontekstiin ja niille kontrastina (hyödyntäen vaikkapa foucaultilaista politiikkakonseptiota). Nyt kaikesta vakuuttelusta huolimatta lukija jää ihmettelemään, millä tavalla kuluttamisen politiikka pärjää teollisen ja kulutuskeskeisen yhteiskunnan tuottamalle ”yksidimensionaaliseksi” ihmisyydelle (vrt. Marcuse) ja vaikkapa TosiTV-tyyppisestä viihdejournalismista fasinoituneelle julkisuudelle. Edelleen, kun ottaa huomioon, kuinka intensiivisesti Micheletti painottaa naisten merkitystä kuluttamisen poliittisessa, on vähintäänkin omituista, että hän sivuuttaa yksityisen ja julkisen suhdetta jo pitkään kriittisesti luodan- neen naistutkimuksen. Naisten osuus poliittisessa kuluttamisessa on oletettavasti ollut keskeinen syy siihen, että tällainen ”yksityisen elämän” ongelmien esilletuonti on ollut poliittinen tabu. Tästä teemasta on jo olemassa pätevää tutkimusta ja teoretisointia, joka nyt jää teoksessa hyödyntämättä. Niin ikään poliittinen kuluttaminen kaikesta päätel- len eroaa Michelettin analyysissä yhteiskunnallisten liikkei-

den politiikkavisioiden – mutta miksi ja miten, sitä ei teok- sessa riittävästi selvennetä.

Vielä voidaan mainita, että paikoitellen Michelettin omaksuma teoreettinen käsitteistö on valitettavan kömpelöä. Tästä hyviä esimerkkejä ovat termit ”individualized collective action” ja ”collectivist collective action”. Micheletti olisi myös selkeästi hyötynyt poliittisen arvioinnin käsitteestä poliittisen toiminnan alueen ja painopisteiden muutosten hahmottamisessa ja selittämisessä – nyt arvioin- ti hädin tuskin vilahtaa tekstissä (vrt. Pertti Lappalaisen ”Poliittisen tyylin taito”, Vastapaino 2002).

Kansainvälisissä arvosteluissa Michelettin teosta on luonnehdittu teoreettisesti hyvin informoiduksi. Sitä teos on mielestäni vain kursorisesti. Sen sijaan *Political Virtue and Shopping* toimii lukijaystävällisenä johdatuksena kuluttaja- poliittisen aktivismin historiaan ja nykyisiin muotoihin. Yhtä kaikki, siitä voitaneen olla yhtä mieltä, että tunnem- me toistaiseksi kovin huonosti kuluttamiseen liittyvää poliittista arviointia ja sen syitä. Toivottavasti Michelettin teos, tutkimusohjelma ja kansainvälinen tutkijaverkosto motivoivat myös suomalaista tutkimusta tällaisen poliittisen kuluttamisen vaiheista, vaikutuksista ja globaaleista kytköksistä.

TIINA RÄTTILÄ