

# Pääkirjoitus

## Kulutuksen kulttuurisia

### heijastumia

---

Käsillä olevan Kulutustutkimus.Nyt -lehden kaksoisnumeron artikkelit tarkastelevat kukin omalla tavallaan kulutuksen ja kulttuurin symbioosia. Ne keskittyvät varsin erilaisista lähtökohdista käsin valottamaan tuotteiden ja palveluiden sekä niiden käytön kulttuurista merkityksellisyyttä. Kulutustutkimuksen eri koulukunnat ja tutkimussuunnat tarjoavat runsaasti vaihtoehtoisia lähestymistapoja kulutuksen ja kulttuurin välisen kanssakäymisen tarkasteluun. Yhtäältä tuotteet ja palvelut voidaan nähdä kulttuurin heijastumina ja toisaalta kulttuurin rakennusaineina. Kuluttajat voidaan nähdä niin kulttuuristen merkitysten tulkitsoijoina kuin niiden tuottajina. Kulttuuri voidaan nähdä kulutuksen kontekstina yhtä lailla, kuin itse kulutus voidaan nähdä kulttuurin muokkaajana. Nämä kaikki näkökulmat kulutuksen ja kulttuurin välisen vuoropuhelun tarkasteluun ovat esillä tässä julkaisussa.

Jenniina Halkoaho tarkastelee arjen kulutuskokemuksia kaupunkilehden Ruusut ja risut -palstan välittämänä. Palstan kirjoituksissa kuluttajien (hyvässä ja pahassa) kriittiset kulutuskokemukset kirjautuvat julkiseksi Word-of-Mouth-viestinnäksi. Näin kaupunkilaisten yksittäiset kulutuskokemukset nousevat paitsi heijastamaan niin myös rakentamaan kaupungin kulutus-kulttuuria. Tutkija jäsentää kuluttajien kertomia tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä herättäneitä asiakaspalvelutilanteita sisältöanalyysin keinoin. Miellenkiintoiseksi löydökseksi nousee sosiaalisen vuorovaikutuksen vahva esiintyminen. Ihmisten väliset kohtaamiset vaikuttavat olevan avainasemassa niin hyvien kuin huonojenkin kulutuskokemusten muovaajina.

Eliisa Kylkilahti, Ari Kuismin ja Minna Autio asettavatkin sosiaalisen vuorovaikutuksen tarkastelunsa keskiöön. He tutkivat kuluttajien ja asiakaspalvelijan välisen interaktion monitasoisuutta. Tutkijat käyttävät aineistonaan tarinoita kuluttajien miellyttäviksi kokemista palvelukohtaamisista ja tulkitsevat näitä kulttuurisina puheina. He osoittavat, että perinteisesti sovellettu teatterin metafora ei ole riittävä kuvaamaan kuluttajien ja asiakaspalvelijan vuorovaikutuksen monimuotoisuutta. Tilalle tutkijat tarjoavat roolipelaamisen vertauskuvaa, mikä tunnistaa leikillisen ja pelillisen improvisaation läsnäolon onnistuneissa palvelukokemuksissa. Tässä tarkastelussa kuluttajat nähdään aktiivisina, palvelukäsikirjoitusta yhdessä asiakaspalvelijan kanssa rakentavina ja arvoaluovina toimijoina, kuten kokemuksellisen kuluttamisen näkökulma edellyttääkin.

Kulutuskokemukset ovat polttopisteessä myös Minttu Karppisen ja Pirjo Laaksosen tutkimuksessa, jossa tarkastellaan kulttuuritapahtuman ja sitä ympäröivän paikan välisiä jännitteitä. He kysyvät, mikä rooli paikalla on kulttuuritapahtumaan liittyvissä kulutuskokemuksissa. Kuluttajien kokemuksia (monistetulla) musiikkifestivaalilla kerättiin heidän itse ottamiensa valokuvien ja niihin pohjautuvien haastattelujen avulla. Tulokset osoittivat, että paikalla on fyysisten, sosiaalisten, mielikuvallisten ja emotionaalisten ulottuvuuksien kautta rooli siinä, miten vahvan elämyksen kulttuuritapahtuma synnyttää. Tutkimus ehdottaa, että nykytapahtumien yhtenä uskottavuuden kriteerinä vaikuttaa olevan se, miten moniulotteisesti ja saumattomasti itse tapahtuma ja sitä ympäröivä paikka linkittyvät toisiinsa.

Alueellinen aspekti on mukana myös Lotta Alhonoron ruoankulutusta käsittelevässä tutkimuksessa. Hänen kiinnostuksensa kohdistuu erityisesti maaseudulla asuviin kuluttajiin ja siihen, miten sosiaalinen vastuullisuus merkityksellistyy heidän puheissaan ruoasta. Ryhmäkeskusteluissa käytettiin kuvakollaaseja stimuloimaan puhetta ruoan kulutuksen koko kehältä aina alkutuotannosta jätteiden käsittelyyn. Tutkimustulokset valottavat sosiaalista vastuuta kovin moninaisena kulttuuristen merkitysten kenttänä. Siihen liittyy niin lähipiiristä välittämisen kuin paikallisen, kansallisen ja globaalin hyvinvoinnin merkityksiä.

Vastuullisuuden teemaan tarttuvat myös Hanna Leipämaa-Leskinen ja Inka Leino. Heitä kiinnostaa erityisesti kysymys siitä, millaisia kategorijäsenyyksiä vastuulliset kuluttajat saavat, kun he toimivat ihanteidensa vastaisesti. Kuluttajien kirjoittamien eläytymistarinoiden kautta tutkijat tarkastelevat sitä, miten ei-vastuullista kosmetiikan valintaa argumentoidaan, miten se oikeutetaan ja miten syntyneitä ristiriitoja neuvotellaan. Analyysi paljastaa poikkeavien kategorijäsenyyksien rakentuvan kolmenlaisiksi identiteeteiksi (katuva, järkeilevä ja armollinen), joita moralisoidaan ja selitetään eri tavoin.

Johanna Kalja lähestyy kulttuurillisia merkityksiä julkisuuden henkilön välittämisenä ja kuluttajien tulkitsemisena. Hän on kiinnostunut julkisuuden henkilön (David Beckham) ja hänen mainostamiensa eri brändien herättämien mielleyhtymien yhteensopivuudesta. Analyyttiseksi viitekehyykseksi rakentuu balanssiteoria. Tulokset osoittavat, että julkisuuden henkilöön liitettävät merkitykset eivät välttämättä kiinnity mainostetun brändin ominaisuuksiksi kuluttajan mielessä. Onnistunut yhteistyö edellyttääkin potentiaalista assosiaatiosiltaa brändin ja julkisuuden henkilön välillä.

Kulutuksen kulttuurinen luonne nousee keskiöön myös Sueila Pedrozon lektiössä. Hän tarkasteli väitöskirjassaan brasialaisnuorten tapoja käyttää teknologiaa. Tutkimus osoitti, että teknologian käyttötavat heijastavat brasilialaisen yhteiskunnan vahvoja sosioekonomisia ja koulutuksellisia eroja. Tutkija toteaa, että teknologian ja tiedon epätasainen leviäminen omalta osaltaan vahvistaa ja uusintaa jo olemassa olevia eriarvoisuuksia. Näin teknologian kulutus siis heijastaa mutta myös lujittaa ympäröivän kulttuurin kategorioita.

Käsillä olevan lehden artikkelit jäsentävät kulttuurin ja kulutuksen välistä vuoropuhelua käytäntöinä, puheina, merkityksinä ja kategorioina. Ne kyke-

nevät kukin paljastamaan kulttuurin ja kulutuksen yhteiseloä valitusta näkökulmasta, erityisten peruspremissien rajaamina sekä ajallisesti, paikallisesti ja temaattisesti täsmentyneinä. Kulttuurin ja kulutuksen dynaaminen resiprokaalinen vuorovaikutus raottuu kussakin tutkimuksessa vain kapeana säteenä. Tarvitsemme paitsi tutkimuksellista runsautta niin myös sen monipuolisuutta kyetäksemme paljastamaan enemmän tuon vuorovaikutuksen spektriä. Siksi onkin ilahduttavaa todeta, että kulutustutkijoiden paradigmallinen ja metodologinen työkalupakki on merkittävästi monipuolistunut jo Kulutustutkimus.Nyt -lehden lyhyenkin historian aikana.

Toivomme antoisia lukuhetkiä kulutustutkimuksen ystäville!

Sulvalla 6.11.2013

Pirjo Laaksonen

Minna-Maarit Jaskari