

Mikä onkaan suhteeni brändeihin?

Hanna Lehtimäki & Juha Suoranta (toim. 2006). **Kasvattajan brändikirja**. Finn-Lectura; Naomi Klein (2001). **No logo**. WSOY; Alissa Quart (2003). **Brändätyt**. Like.

Kanadalainen journalisti Naomi Klein puuttuu suuryritysten ylivaltaan teoksessaan *No logo* ja tarkastelee brändejä globaalina ilmiönä, kun taas Alissa Quart syventyy kirjassaan *Brändätyt* kriittisesti siihen, mitkä vaikutukset kaupallistuneella kulttuurilla on lasten ja nuorten kehitykselle. Hän näkee tässä ajassa elävät lapset brändättyinä sukupolvena.

Kasvattajan brändikirja jatkaa edellä mainittujen teosten viitoittamaa tietä ja haastaa lukijat mielenkiintoiselle matkalle brändien maailmaan. Kasvattajan brändikirja on artikkelikoelma kaikille brändeistä ja niiden ymmärtämisestä kiinnostuneille lukijoille.

Kirjan artikkelit peilaavat todellisuutta brändien keskellä elävästä jälkimodernin yhteiskunnan kansalaisesta. Uusliberalistisessa markkinataloudessa elävät kansalaiset sosiaalistuvat kuluttajiksi jo lapsesta lähtien. Brändit ovat merkkituotteita, mielikuvia, tarinoita, arvoja ja elämäntapoja. Ne voidaan nähdä kapitalistisen yhteiskunnan uskontona, jolle pysytään uskollisena ja jonka nimeen vannotaan. Teos tarkastelee brändejä laajasti yksilö- ja yhteisötasolla ja yleisesti kulttuurisena ilmiönä. Teos on jaettu viiteen teemaan: brändien käyttö, brändit ja digitaalisuus, brändien rakentaminen, brändit ja kult-

tuuri sekä kulttuurinen häirintä ja brändien haltuunotto.

Brändien käyttöä käsitellään kolmessa artikkelissa. *Minna Autio* kirjoittaa suomalaislasten ja -nuorten kasvusta kuluttajaksi brändien maailmassa. *Terhi-Anna Wilska* tarkastelee sitä, miten sukupuoli määrittää lasten ja nuorten kulutusta ja miten lapset ja nuoret kasvavat nais- ja mieskuluttajuuteen perheen ja yhteiskunnan sosialisointia kautta. *Pekka Mattila* laajentaa näkökulmaa brändien yhteisölliseen tehtävään tarkastellen sitä *Pierre Bourdieu* n pääoman teorian viitekehyksestä käsin.

Brändejä ja digitaalisuutta tarkastellaan kahden artikkelin verran. *Sonja Kangas* käsittelee verkkobrändejä ja verkko yhteisöön osallistuvien roolia brändin rakentajina ja muokkaajina. *Heidi Keso*, *Hanna Lehtimäki* ja *Tarja Pietiläinen* kirjoittavat verkkobrändin luomisesta käyttäen tapaus esimerkkinä virtuaalisyhteisö Sooda.comin kehitystä.

Brändien rakentuminen -kappale sisältää kolme artikkelia. *Aki-Mauri Huhtinen* syventyy sodan brändäämiseen. Artikkelin kuvaus siitä, miten sota tuotteistuu mediassa ja aikamme kulttuurissa. *Johanna Kuja* ja *Elina Kivi* kirjoittavat vastuullisesta brändistä ja sen rakentumisesta. *Marjo Vuorikosken* artikkeli paneutuu siihen, miten brändit näkyvät koulu maailmassa ja miten niiden mukana tuomat arvot ja elämäntavat ovat ristiriidassa koulun vallitsevan tilan kanssa.

Brändit ja kulttuuri -osioon

on sisällytetty kolme artikkelia. *Jussi Ojajärvi* kirjoittaa siitä, miten brändit ovat esillä suomalaisessa kertomakirjallisuudessa, *Atte Oksanen* ja *Sari Näre* tosi-tv:stä ja moraalin brändämisestä sekä *Tarja Rautiainen-Keskustalo* tunteiden brändämisestä esimerkkinä *Idols*-ilmiö.

Kirjan päättävässä "Kulttuurinen häirintä ja brändien haltuunotto" -osiossa *Reijo Kupiainen* käsittelee muun muassa kulttuurinhäirintää sekä *Mika Hannulan* ja *Juha Suorannan* artikkelit katutaidetta ja brändien lukutaitoa.

Kasvattajan brändikirja on tärkeä ja ajankohtainen teos, jonka artikkelit tarkastelevat brändejä monipuolisesti ja mielenkiintoisesti. Tieteelliset artikkelit tarjoavat uusia näkökulmia ja ajatuksia, mutta eivät syyllisty moralisointiin. Parhaimmillaan artikkelit tarjoavat eväitä informaatioyhteiskunnan ymmärtämiseen ja sen kriittiseen tarkasteluun.

Brändit heijastavat elettävää aikaa. Ne muuttavat ja muokkaavat elettävää todellisuutta.

Artikkelit houkuttelevat lukijan pohtimaan henkilökohtaista suhdetta brändeihin ja niiden paikkaa omassa elämässä. Artikkeleiden loppuun lisätyt pohdittavaa-osiot syventävät käsiteltyä teemaa ja tarjoavat esimerkiksi opettajille lisäviikkeitä aiheen käsittelyyn.

JANI SIIRILÄ