

Pääkirjoitus

Kuluttaja yksilönä ja osana yhteisöjä

Eliisa Kylkilahti, Jenniina Sihvonen ja
Outi Uusitalo

Kulutustutkimuksessa on kyse kuluttajan hyvinvoinnista, kotitalouksien kestävästä käytännöstä, muuttuvista perheistä, arjesta ja vapaa-ajasta. Koska kiinnostuksen kohteena on laaja kirjo erilaisia kulutuksen ilmiöitä, kentän syvempi ymmärrys edellyttää erilaisia näkökulmia, teorioita ja menetelmiä. Innovatiivista kulutustutkimusta tarvitaan niin kuluttajia ja kulutuksen ilmiöitä valottavien käsitteiden jäsentämiseen kuin kehittämään keinoja kannustaa kuluttajia muutokseen.

Kulutustutkimus.Nyt -lehden numerossa 2/2019 kulutustutkimuksen moninaisista näkökulmista esiin nousevat yhtäältä kuluttaja itsenäisenä ja voimaantuneena toimijana, toisaalta osana yhteisöjään ja kulttuuriaan sekä niiden rakentamista. Etenkin kestävyuden teemoissa havaitaan uusien sosiaalisten käytäntöjen merkitys yhteiskunnallisena muutosvoimana.

Kaisa Matschoss kollegoineen tarkastelevat artikkelissaan *Kokeilemalla kestäviin energiakäytäntöihin – yksin vai yhdessä?* sitä, miten erilaiset kokeilut kannustavat energiankulutuksen muutoksiin. Vaikka tarkasteltavana ovat kotiin sijoittuvat kuluttajien lämmitys- ja pyykinpesukäytännöt, tutkimuksessa tartutaan kokeilujen kautta kuluttajien ja kotitalouksien välisen yhteisöllisyyden ulottuvuuteen. Artikkelia voi lukea myös menetelmällisen kiinnostuksen kautta; tämä käytäntöteoreettisesti asemoitunut tutkimus yhdistelee erilaisia toisiaan täydentäviä määrällisiä ja laadullisia aineistoja.

Artikkelissaan *Perheen kanssa teatterissa - Lapsuudenperheen ylläpitäminen yhteisellä teatterin kulutuksella* Jani Varpan tutkimuskohteena on teatterissa käyminen perhettä rakentavana vapaa-ajan kulutuskäytäntönä. Artikkelit tuo esiin, miten erityisesti aikuistuvien nuorten ja äitien välinen perhesuhde rakentuu kodin ulkopuolella ja kietoutuu kulttuuripääoman uusintamiseen.

Samuel Pihan *Kuluttajan psykologinen voimaantuminen* -käsitteanalyysissä liikutaan yksilöllisellä, sosiaalisella ja institutionaalisella tasolla ja ammennetaan teoreettisia välineitä antiikin ajatuksista. Artikkelit erittelee ja asemoi aiempaa tutkimusta kuluttajan voimaantumisen ja antaa suuntaviivoja tulevalle tutkimukselle

aihepiirin parissa. Artikkelit kannustaa meitä kulutustutkijoita käymään tieteenfilosofisia pohdintoja siitä, mitä seurauksia usein tavoiteltavana pidetyllä kuluttajan vallan lisääntymisellä voi olla.

Tässä numerossa julkaistaan myös Erwan Mouazanin lektio *Managing Circular Business Models: Essays on Customer Value Creation, Dynamic Capabilities and Value Networks in the Circular Economy*. Lisäksi Visa Heinonen arvioi Matleena Friskin väitöskirjan "*Naiseni on oma itsensä*". *Rakennettu luonnollisuus, ruumiilliset kulutustuotteet ja nuorten sukupuolten murros 1961–1973*.

Lehti kutsuu kirjoittajia tarjoamaan artikkelikäsikirjoituksia. Käsikirjoituksia voi lähettää toimituskunnalle milloin tahansa osoitteessa journal.fi/kulutustutkimus.

Lukailoa Kulutustutkimus.Nyt-lehden parissa!

Päätoimittajatiimi

Eliisa Kylkilahti, Jenniina Sihvonen & Outi Uusitalo