



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	13.10.2004
Tekijä(t)	Kristian Eppert	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	69
Otsikko	Kulutus ja identiteetti. Yksilöllisyyttä ja yhteisöllisyyttä Dynamo-baarissa.		
Ohjaaja(t)	KTT Timo Toivonen & KTT Rami Olkkonen		

Tiivistelmä

Dynamo sijaitsee ränsistyneessä puutalossa Turun keskustassa, ja sen koko olemusta voisi intuitiivisesti luonnehtia musiikin, tilan ja asiakkaitensa kautta underground/vaihtoehtohenkiseksi. Tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää identiteetin rakentumista kulutuksen kautta Dynamossa, turkulaisessa "vaihtoehtobaarissa". Osaongelmina pyritään:

- esittelemään vallitsevaan kulutuskulttuurin johtaneita muutoksia ja tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet tuotteiden merkitysten kulutukseen identiteettiä rakennettaessa.
- esittelemään niitä mekanismeja, joita ihmiset ja ryhmät käyttävät identiteettinsä rakentamiseen kuluttaessaan merkityksiä.
- tutkimaan niitä merkityksiä, joita yhteisöt ja yksilöt ammentavat Dynamosta identiteettiensä rakentamiseen.
- ymmärtämään yhteisöllisyyden ja yksilöllisyyden välistä suhdetta Dynamon kontekstissa.

Tutkimus on luonteeltaan laadullinen ja deskriptiivinen. Teoria ankkuroituu vahvimmin McCrackenin, Featherstonen, Bourdieun ja Maffesolin töihin. Tutkimusote on toiminta-analyttinen. Tutkimuksessa on käytetty menetelminä teemapohjaisia ryhmähaastatteluja, osallistuvaa havainnointia sekä vapaamuotoisia keskusteluja/haastatteluja. Ryhmähaastatteluja tehtiin Turun kauppakorkeakoululla ja Dynamossa yhteensä kolme. Haastateltujen ryhmien koot vaihtelivat kahdesta viiteen haastateltavaan.

Dynamo nivoutuu osaksi dj-kulttuuria ja sen ympärillä pyörivää mediarummutusta ja muotimaailmaa. Dynamon imago on vaihtoehtohenkinen, vapaamielinen, liberaali, esteettinen, suvaitseva ja toisaalta myös elitistinen. Keskeistä subjektiivisen identiteetin rakentamiselle Dynamossa on sen tarjoama suvaitseva ilmapiiri erilaisuudelle. Tunnelma saatetaan kokea tyylillisesti dynamohengestä poikkeaville myös sisäpiirimäisenä ja ahdistavana. Dynamon asiakkaat rakentavat identiteettejään, samastuvat toisiinsa sekä erottautuvat valtavirran ja keskinkertaisuuden merkityksistä ulkoisella tyylillään, musiikkimaullaan, arvoillaan ja toiminnallaan. Em. tekijöitä ohjasi eräänlainen kirjoittamaton normisto, joka kiteytyy Dynamon hengeksi. Se ohjaa asiakkaitten määrittelyjä dynamohenkisyydestä ja rakentaa yhteisöllisyyttä. Myös hetkelliset tunnepohjaiset yhteenkuuluvuuden tunteet olivat tärkeitä yhteisöllisyyden rakentajia Dynamossa. Nämä Maffesolin uusheimojen kaltaiset, tyylillisesti heterogeenisiksi koetut ryhmät syntyivät dj:n soittaman musiikin ja sen luoman tilanteen kautta.

Asiasanat	identiteetti, kulutus, yhteisöllisyys, yksilöllisyys, nuorisokulttuuri, elämäntapa, klubikulttuuri (oma)
Muita tietoja	