

This is a self-archived version of an original article. This version may differ from the original in pagination and typographic details.

Author(s): Lehtovaara, Tytti

Title: Mainostekstit vaikuttavat mielenterveyden häiriöiden merkityksiin

Year: 2020

Version: Published version

Copyright: © Lehtovaara & AntroBlogi, 2020

Rights: CC BY-NC-ND 4.0

Rights url: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Please cite the original version:

Lehtovaara, T. (2020, 12.10.2020). Mainostekstit vaikuttavat mielenterveyden häiriöiden merkityksiin. AntroBlogi. <https://antroblogi.fi/2020/10/mainostekstit-vaikuttavat-mania/>



Mainostekstit vaikuttavat mielenterveyden häiriöiden merkityksiin

Tytti Lehtovaara (<https://antroblogi.fi/author/tyttilehtovaara/>)

Uutiskommentit (<https://antroblogi.fi/category/kaikki-julkaisut/uutiskommentit/>)

📅 12.10.2020 22:02 (<https://antroblogi.fi/2020/10/>)



(https://antroblogi.fi/wp-content/uploads/2020/10/sale_wp.jpg)

Vaatetusalan yritykset ovat tänäkin syksynä käyttäneet mainoskampanjoissaan mielenterveyden häiriöitä kuvaavia termejä, kuten “mania” ja “hullu”. 10.10. vietettiin mielenterveyden päivää: on siis ajankohtaista pohtia, miten lääketieteelliset termit, mainonta ja kulttuuri kietoutuvat yhteen.

Mediassa on useana vuonna keskusteltu siitä, miksi tällaisten termien käyttö mainonnassa on ongelmallista ja loukkaavaa mielenterveyden häiriötä sairastavien kohtaan. Miten ongelmallisuus muodostuu kielellisen viestinnän kautta?

Mainonnan kulttuuri ei muodostu yksin yritysten toimesta, vaan koostuu myös asiakkaiden kokemuksista ja median reaktioista. Olemme aktiivisia toimijoita kulttuurin muodostumisessa. Tuotamme taukoamatta kulttuuria vuorovaikutuksessa kanssaeläjien ja materiaalisen maailman kanssa. Kulttuuri muodostuu usein itsestään selvistä ja vaikeasti tavoitettavista tekijöistä, joita on vaikeaa nähdä, ellei niitä havainnoi ja tarkastele tietoisesti.

Kun mainosta tarkastelee kulttuurisesta näkökulmasta, ovat sanat, lauserakenteet ja välimerkit oleellinen osa viestinnällistä kokonaisuutta. Mainokseen valituista sanoista syntyy asiakkaalle miellelyhtymiä ja merkityksiä. Mainosta voidaan ajatella laajempaan tekstikokonaisuuteen, kun siihen katsotaan liittyvän myös sen, mikä yritys on mainoksen tehnyt; mikä media-alan toimija mainosta levittää; ja millä mainosalustalla se jaetaan. Mainoksen kielen kokonaisuuteen kuuluu myös hetki, jossa asiakas ottaa mainoksen vastaan sekä se, millaisessa tilanteessa tämä tapahtuu: lukeeko, kuuleeko vai katsooko asiakas mainoksen. Asiakas ei tulkitse mainosta tyhjiössä vaan siinä kulttuurisessa, kielellisessä ja sosiaalisessa ympäristössä, jossa hän sillä hetkellä elää.

Lääketieteen näkökulmasta katsoen mania on vakava mielenterveyden häiriö, jossa ihminen usein toimii hallitsemattomasti ja pakonomaisesti, eikä hänellä ole sairauden tunnetta. Maniaan voi kuulua arjen hallitsemattomuutta, holtitonta rahan käyttöä tai harkitsematonta sosiaalista toimintaa. Manian lääketieteelliseen määritelmään siis liittyy useita negatiiviseksi miellettyjä asioita. Vaatteiden shoppailukulttuuri taas mielletään usein mukavaksi tekemiseksi, huolettomaksi vapaa-ajan vietoksi, ystävien kanssa oloksi ja oman statuksen korostamiseksi. Siihen kytkeytyy monia positiivisia merkityksiä.

Kun mania-sanaa lääketieteen negatiivisine mielleyhtymineen käytetään mainoksessa, jossa kuluttajaa houkutellaan positiiviseksi kehystetyn toiminnan pariin, syntyy ristiriita. Mania-sanana viljeleminen kevyeksi mielletyssä mainostuksessa murtaa termin vakavuuden merkitystä. Sen käyttö on irrotettu lääketieteellisestä asiayhteydestä, ja sijoitettu osaksi kevyttä kulutuskulttuuria.

Maniaa käytetään puhekielessä myös heittomaisina ilmauksina: ”mä tein sitä ihan maniassa”, jolla kuvataan flow-tilan tapaista tuntemusta tai euforista olotilaa silloin, kun asian tekeminen sujuu vaivatta. Mainoksissa sillä viitataan esimerkiksi vimmatusti ostamiseen niin, että ajan ja paikan taju katoaa.

Termin tällainen käyttö kertoo, että ei ymmärretä, kuinka vakavasta häiriöstä on kyse. Ei ymmärretä myöskään sitä, kuinka paljon haittaa termin huoleton käyttö aiheuttaa maniasta kärsivälle ja hänen läheisilleen. On tärkeää tiedostaa manian lääketieteestä kumpuava vakavuuden viesti ja käyttää mielenterveyshäiriöiden nimiä harkiten, jotta ne eivät sekoitu mainonnan kevyisiin tulkintoihin.

— Lukemista

1. Pidempi versio tästä kommentista [kirjoittajan blogissa Vaatteitako vain?](#) (<https://vaatteitakovain.com/2020/10/12/mainostekstit-vaikuttavat-mielenterveyden-hairioiden-merkityksiin/>).
2. Jouhki, Jukka & Steel, Tytti 2016: Etnologinen tulkinta ja analyysi. Kohti avoimempaa tutkimusprosessia. Ethnos-toimite 18. Helsinki: Suomen kansatieteilijöiden yhdistys Ethnos ry.
3. Kouri, Jaana 2016: Askel kulttuurien tutkimukseen. Turku: Turun yliopisto.
4. Kupiainen, Jari 2013: Kulttuurintutkimus – johdanto. Tietolipas. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
5. Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2009: Kurssi kohti diskurssia. Tampere: Vastapaino.

Jaa:



KIELI ([HTTPS://ANTROBLOGI.FI/TAG/KIELI/](https://antroblogi.fi/tag/kieli/)) MEDIA ([HTTPS://ANTROBLOGI.FI/TAG/MEDIA/](https://antroblogi.fi/tag/media/)) MIELENTERVEYS ([HTTPS://ANTROBLOGI.FI/TAG/MIELENTERVEYS/](https://antroblogi.fi/tag/mielenterveys/)) VAATETUS ([HTTPS://ANTROBLOGI.FI/TAG/VAATETUS/](https://antroblogi.fi/tag/vaatetus/))

Kirjoittaja



(<https://antroblogi.fi/author/tyttilehtovaara/>)

Tytti Lehtovaara (<https://antroblogi.fi/author/tyttilehtovaara/>)

Tytti Lehtovaara on etnologian ja antropologian väitöskirjatutkija Jyväskylän yliopistosta. Väitöskirjassaan "Vaateen muistava ja aistiva keho — Naisten kertomuksia ja kokemuksia pukeutumisvalinnoista" hän tutkii pukeutumista ja kuluttamista kulttuurisesta näkökulmasta. Väitöskirjan keskiössä ovat pukeutumisen ja kulutuksen elämäkerrallisuus, kokemuksellisuus sekä kehoisuus. Lehtovaara kirjoittaa blogia Vaatteitako vain?, jossa hän käsittelee pukeutumisen, kulutuksen ja kulttuurin lisäksi etnologisen ja etnografisen tutkimuksen tekoa sekä tutkijan arkea.

OSALLISTU KESKUSTELUUN







Tallenna nimeni, sähköpostiosoitteeni ja kotisivuni tähän selaimeen seuraavaa kommentointikertaa varten.

Lähetä

Lue myös nämä:

 Tilaa! (<http://eepurl.com/c4q0Nj>)

Seuraa meitä!

 (<http://www.antroblogi.fi/feed/>)
 (<https://www.facebook.com/antroblogi/>)
 (<https://twitter.com/antroblogi>)
 (<https://www.linkedin.com/company-beta/16210166/>)
 (<https://www.instagram.com/antroblogi/>)
 (<https://www.youtube.com/channel/UCnIvUvSDqO1uvWqSiF8CtKw>)

Toimintaa tukee

(<https://koneensaatio.fi/>)

(<https://www.taike.fi/fi/etusivu>)

AntroBlogi 2018. Kaikki aineisto julkaistaan CC BY-NC-ND -lisenssin (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) alaisena.  (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Tämä sivusto käyttää evästeitä: Lue lisää. (<https://antroblogi.fi/privacy-policy/>)

Hyväksyn