

Kuluttajien roolit ja toimijuus erilaisilla kulutuksen areenoilla

Outi Uusitalo

PÄÄKIRJOITUS

Kuluttajuus on moniulotteinen ilmiö, joka pitää sisällään tietoja ja taitoja, arvoja ja asenteita, toimintaa ja käytäntöjä, merkityksiä ja identiteetin rakennusaineita. Kuluttajana toimiminen tämän päivän yhteiskunnassa ulottuu yhä uusille alueille ja tarkoittaa kuluttaja-toimijan roolin liikkumista aktiivisen tuottajan sekä osallistujan ja passiivisen vastaanottajan välillä. Osa kuluttajien toiminnoista rutiininomaistuu ja kuluttajat passivoituvat. Näin on käynyt esimerkiksi monien päivittäin ostettavien peruselintarvikkeiden kohdalla. Samaan aikaan toisilla kulutuksen osa-alueilla kuluttajat muuttuvat tiedostaviksi asiakkaiksi ja omaksuvat entistä aktiivisemmän roolin. Näin näyttää tapahtuva alueilla, joita aikaisemmin ei ole pidetty varsinaisesti taloudelliseen vaihdantaan kuuluvina, kuten sairaalan potilaana tai oppilaitoksen opiskelijana. Tämän Kulutustutkimus.Nyt-lehden artikkelit käsittelevät kuluttajien rooleja ja toimijuutta erilaisilla kulutuksen areenoilla.

Anu Maijalan artikkeli osallistuu sukupuoleen ja kulutukseen liittyvään keskusteluun avaamalla kuluttajaan, palvelukohtamiseen ja palveluympäristön sukupuolittuneisuuteen liittyviä merkityksiä. Tutkimus käsittelee sukupuolen rakentumista naisasiakkaiden palvelukohtamista koskevista odotuksista, kontekstina on maskuliininen autokaupan palveluympäristö. Aineisto on koostettu naiskuluttajien eläytymismenetelmää hyödyntäen kirjoittamista tarinoista, ja sen analysoinnissa on sovellettu foucaultilaista diskurssianalyysiä. Artikkelin lisää ymmärrystä siitä, millä tavoin sukupuoli ohjaa kulutuskokemusta koskevien odotusten rakentumista ja arvonmuodostumista. Palveluympäristön sukupuolittuneisuus ja toisaalta palvelukohtamisessa läsnä olevien ihmisten sukupuoli ohjaavat kuluttajien odotuksia. Sukupuolittuneessa palveluympäristössä tapahtuva arvonmuodostusprosessi on voimakkaasti sukupuolittunut. Laadukkaan palvelun luomiseksi ja autokaupan palveluympäristön arvopotentialin hyödyntämiseksi on tärkeää pyrkiä avaamaan maskuliininen palveluympäristö erilaisille positioille, jotka mahdollistavat naiskuluttajien toiminnan arvostettuina kuluttajina ja oman naisidentiteettinsä edustajina.

Minna Aution, Susanna Helovuoren ja Jaakko Aution artikkeli tarkastelee potilaan ja lääkärin välistä vuorovaikutusta, näiden kahden perinteisen roolin muuttumista sekä rooleja koskevia odotuksia siirryttäessä lääkärin vas-

taanottohuoneen kasvokkaisesta vuorovaikutuksesta kohti sähköistyvää terveystiedon välitystä. Potilaiden aktiivinen toimijuus ja omatoiminen tiedon etsintä on lisääntynyt, ja vastaavasti lääkärin rooli on saanut uusia ulottuvuuksia ja muuttunut jopa kohti asiakaspalvelijaa. Näiden muutosten myötä, sähköisten tietokanavien muokkaamassa toimintaympäristössä myös potilaan ja lääkärin keskinäiset odotukset ovat muuttuneet. Kirjoittajat hyödyntävät rooliteoriaa ja analysoivat teemahaastatteluin kerätyn aineiston pohjalta potilaskuluttajan ja lääkärin keskinäisiä rooliodotuksia sekä rooleissa tapahtuneita muutoksia. Tutkimus kuvaa sitä, miten potilaan ja lääkärin välinen suhde ja roolit ovat entistä moninaisempia. Potilaan rooli muuttuu hoidon kohteena olemisesta kohti aktiivista tiedon etsijää, joka edistää omaa terveyttään, kun taas lääkärin asiantuntijarooli laajentuu kohti asiakaspalvelijan tai tasavertaisen kumppanin asemaa.

Nuoret omaksuvat kuluttajan roolin jo varhaisessa vaiheessa, käyttävät rahaa ja ovat osallisina sopimuksissa, jotka velvoittavat heitä ja joilla saattaa olla vaikutuksia heidän talouteensa. Nuorilla on kuitenkin usein niukasti rahallisia resursseja ja vähäinen kokemus raha-asioiden hoitamisesta. Sen vuoksi he ovat erityisen haavoittuva kuluttajaryhmä samaan aikaan kun kuluttaminen on yhä keskeisempi osa nuorten elämää. Laura Luukkasen ja Anu Raijaksen artikkeli keskittyy analysoimaan 15-20 -vuotiaiden nuorten omia käsityksiä taloudellisesta osaamisesta. Kirjoittavat valottavat nuorten näkökulmaa talousosaamisen osa-alueisiin ryhmäkeskusteluissa kerätyn aineiston perusteella. Nuorten talousosaaminen rakentuu heille itselleen läheisten alueiden kautta. Osa nuorista tuntee heikosti taloudellisia tietolähteitä ja kokee talousasioiden seuraamisen vaikeana. Nuoret kaipaavatkin tukea taloudellisen osaamisen rakentumiselle. Tiedon tuottajien tulisi nykyistä paremmin varmistaa materiaalien saatavuus nuorten näkökulmasta.

Kuluvan vuoden 2012 aikana on julkistettu kaksi suomalaisten kuluttajien näkökulmasta tärkeää kuluttajapoliittista ohjelmaa: Suomen kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2012-2015 sekä Euroopan komission kuluttaja-agenda. Petteri Repo katsauksessaan analysoi ja vertailee näiden ohjelmien tavoitteita ja painopisteitä. Mielenkiintoinen katsaus herättää ajatuksia ja kysymyksiä kuluttajapolitiikan painopisteiden muutoksista. Esimerkiksi kestävä kulutus näyttää jäävän ohjelmissa taustalle.

Tässä numerossa julkaistaan myös Jenniina Halkoahon lektio "Identiteettiä rakentava median kuluttaminen" sekä Sari Ollilan lektio "Kuluttajien asenteet ruoan hintaa kohtaan".

Lokakuussa 2012 joukko Kulutustutkimuksen seuran aktiiveja ja muita kuluttaja-asiantuntijoita tutustui Brysselissä Euroopan parlamentin toimintaan sekä meppien työhön europarlamentaarikko Mitro Revon kutsumina. Minna Aution matkaraportti kertoo vierailun kohokohdista. Antoisia lukuhetkiä mielenkiintoisten artikkeleiden parissa.