

Nea Leo:
Kuluttavaa politiikkaa
Politisoitu kuluttajuus ja muuttuva kansalaisuus

Tampereen yliopisto
Politiikan tutkimuksen laitos
Valtio-oppi
Pro gradu –tutkielma
Toukokuu 2007

Tampereen yliopisto

Politiikan tutkimuksen laitos

LEO, NEA: Kuluttavaa politiikkaa. Politisoitu kuluttajuus ja muuttuva kansalaisuus.

Pro gradu –tutkielma, 98s. + 3 liites.

Valtio-oppi

Toukokuu 2007

Tässä tutkielmassa tarkastelen muutosta, joka poliittisen toimijuuden ymmärtämisessä ja kokemisessa on tapahtunut uusien poliittisten toimintatapojen yleistymisen myötä. Analysoin muutosta Animalian kesän 2005 mainoskampanjan avulla. Aineistoni koostuu mainoskampanjan ympärillä käydystä julkisesta keskustelusta, jota tutkielmassani edustavat Helsingin Sanomissa ja Aamulehdessä julkaistut kampanjaa käsitelleet mielipidekirjoitukset. Kysyn, millaisiksi poliittisiksi toimijoiksi kirjoittajat identifioituvat eli millaisena he näkevät poliittisen toimijuutensa. Vertailuaineistona analysoin lisäksi kyseisen Animalian mainoskampanjan kuvia. Tutkin, millaista toimijuutta mainosjulistella pyrittiin rakentamaan eli millaiselle toimijalle ne oli suunnattu.

Poliittiseen toimijaan on perinteisesti totuttu viittaamaan kansalaisen käsitteellä, joka on yhä vahvasti sidoksissa kollektiiviseen ja julkiseen poliittiseen toimintaan. Uudelle politiikalle tyypillinen henkilökohtaisiin elämänpoliittisiin valintoihin perustuva toiminta haastaa nykyisen kansalaisuuden käsitteen. Henkilökohtaisista poliittisen toiminnan muodoista nostan esiin kuluttajuuden politisoitumisen. Keskityn kansalaisuuden ja kuluttajuuden suhteeseen ja pohdin, kuinka kuluttajuuden politisoituminen ja kulutuspäätösten nostaminen poliittisten toimintatapojen joukkoon muokkaa ihmisten käsitystä kansalaisuudesta.

Kansalaisuuden käsitteen rajoihin törmääminen pakottaa pohtimaan, millainen on uuden poliittisen toimija. Tutkielmani teoreettisessa osuudessa tarkastelen politiikan muutosta ja uutta poliittista poliittisen toimijuuden muutoksen näkökulmasta. Lisäksi sivuan poliittisesta julkisuudesta ja sen rajoista eli politiikan pelikentistä käytyä keskustelua. Analysoin kampanja toimii mikroaineistona ja peilauspintana poliittisen toimijuuden muutoksesta ja rajoista käydylle keskustelulle. Vastaamalla tutkimusaineistolle esittämiini kysymyksiin teen yhden tulkinnan uudesta poliittisesta toimijasta. Analyysini apuvälineinä käytän Chaim Perelmanin argumentaatioteoriaa ja Kenneth Burken ajatusta retorista identifikaatiosta. Koska tarkoitukseni on toimijuuden tarkastelun avulla pohtia kansalaisuuden *käsitteen* muutosta, analyysissäni on piirteitä myös käsiteanalyttisestä tarkastelusta.

Analyysistäni käy ilmi, että henkilökohtaiset kulutusvalinnat ovat kirjoittajille jo luonteva osa poliittista toimijuutta. Niitä ei koeta vastakkaisina tai korvaavina toimintamuotoina perinteisemmille poliittisille toimintatavoille, vaan ne ovat yksi poliittisesti toimimisen tapa muiden toimintatapojen joukossa. Aineistoni osoitti myös, että henkilökohtaisten valintojen poliittisuuden hyväksymisen lisäksi uuteen toimijuuteen sisältyy pyrkimys keskusteluun ja omien mielipiteiden vapaaseen ilmaisuun: Julkinen tila halutaan vallata takaisin vapaan keskustelun ja mielipiteiden vaihdon ja ilmaisun areenaksi.

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	1
1.1. MIKSI TUTKIA KANSALAISSUUDEN KÄSITTEEN MUUTOSTA?	4
2. POLITIIKAN MUUTTUVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ	7
2.1. UUSI POLITIIKKA POLIITTISEN MUUTOKSEN JÄSENTÄJÄNÄ	10
2.1.1. <i>Elämänpolitiikka</i>	12
2.2. UUSI POLIITTINEN TOIMINTA.....	14
2.2.1. <i>Vastamainonta poliittisena performanssina</i>	16
2.3. ANIMALIAN JULISTEKAMPANJA ESIMERKINÄ UUDESTA POLIITTISESTA TOIMINNASTA.....	17
3. POLIITTISEN TOIMINNAN KENTÄT.....	19
4. POLIITTINEN TOIMIJUUS UUDESSA POLIITTISESSA	22
4.1. KANSALAINEN VALTIOLLISEEN POLITIIKKAAN SIDOTTUNA TOIMIJANA	24
4.2. KANSALAISEN VELVOLLISUUDET JA OIKEUDET	26
4.3. KANSALAISTUVA POLITIIKKA	28
4.4. KANSALAISSUUS MUUTTUVASSA POLIITTISESSA TOIMINTAYMPÄRISTÖSSÄ.....	30
5. KULUTUSVALINNAT POLITIIKKANA	32
5.1. KULUTTAJUUDEN MONET MUODOT.....	33
5.2. IDEOLOGISOITU KULUTTAJUUS KANSALAISSUUDEN KORVAAJANA?	34
6. RETORIikka POLIITTISEN TOIMIJUUDEN TUTKIMUKSEN APUVÄLINEENÄ	37
6.1. POLITIIKAN TUTKIMUS JA RETORIikka	38
6.1.1. <i>Retorinen politiikan tutkimuksen käänne ja käsitteiden tutkimus</i>	40
6.2. PERELMAN JA POLITIIKAN MIKROMAAILMAN TUTKIMUS	42
6.3. ARGUMENTOINTI TOIMINTANA	43
6.4. EETOS, PAATOS JA LOGOS – ARGUMENTOINNIN ASPEKTIIT.....	45
6.5. PERELMANIN ARGUMENTAATIOTEORIA	46
6.5.1. <i>Universaali- ja erityisyleisöt argumentaation kohteina</i>	46
6.5.2. <i>Argumentaatiotekniikat</i>	46
6.5.3. <i>Esisopimukset argumentaation perustana</i>	49
6.6. BURKE JA RETORIikka OSANA INHIMILLISEN TOIMINNAN SYMBOLISTA ULOTTUVUUTTA.....	50
7. POLITIIKKAA MAINOKSISTA – ANIMALIAN MAINOSKAMPANJASTA KÄYDYN JULKISEN KESKUSTELUN ANALYYSI.....	52
7.1. SANOMALEHTIAINEISTO POLITIIKAN TUTKIMUKSEN KOHTEENA.....	55
7.1.1. <i>Animalian Broilerikampanjan käsittely joukkotiedotusvälineissä</i>	56
7.2. ANIMALIAN BOIKOTTIIN JOUTUNUT MAINOSKAMPANJA RETORISENA DRAAMANA	58
7.3. ANIMALIAN ULKOMAINOSKAMPANJAN KÄSITTELY MIELIPIDESIVUILLA	59
7.3.1. <i>”Kuluttajalla on velvollisuus kantaa vastuu tekemistään valinnoista”</i>	61
7.3.2. <i>”Kaupungissa on oltava tilaa myös epäkaupalliselle diskurssille”</i>	64
7.2.3. <i>”Kaupunkitilan käyttöä mediana on tarpeen hallita”</i>	66
7.2.4. <i>”Kansalaisjärjestöjen on saatava ilmaista mielipiteensä kaupunkitilassa”</i>	70
7.2.5. <i>”Eettinen kuluttaja valitsee kukkarollaan”</i>	72
7.4. TOIMIJUUDEN RAKENTUMINEN ANIMALIAN JULISTEKAMPANJAN ARGUMENTAATIOSSA	74
8. POLITIIKKAA MAINOKSILLA- MAINOSKAMPANJAN KUVIEN ANALYYSI.....	78
8.1. ANIMALIA MAINOSTAJANA	80
8.1.1. <i>Animalian mainoskampanjan julistekuvat</i>	81
8.2. ”OLE KERRANKIN IHMISIksi” - ANIMALIAN JULISTEKAMPANJA YLEISÖN TUOTTAJANA.....	83
9. ANALYYSIN YHTEENVETO: UUDEN POLIITTISEN TOIMIJA T – KANSALAISIA, KULUTTAJIA VAI JULKISOA?	86
LÄHTEET.....	91

LIITTEET: MAINOSKAMPANJAN JULISTEKUVAT	99
LIITE 1: BROILERIKIUSAUS	99
LIITE 2: SÄÄSTÖPOSSU	100
LIITE 3: MINKIN LOUKKU	101

1. JOHDANTO

Poliittisen toiminnan muutos on ollut politiikan tutkimuksessa ja julkisessa keskustelussa esillä ja mielenkiinnon kohteena jo jonkin aikaa. Erilaisia uuden poliittisen toiminnan muotoja on tutkittu melko runsaasti ja monipuolisesti¹. Elämänpolitiikasta, henkilökohtaisten valintojen poliittisuudesta ja etenkin valintojen poliittisesta painoarvosta ja merkityksestä on käyty paljon julkista keskustelua. Elämänpoliittisista valinnoista erityisen paljon esillä ovat olleet kulutusvalinnat ja niiden politisoituminen. Esimerkiksi Helsingin Sanomissa ilmestyi kesällä 2006 Vallan kuluttajat -kesäsarja, jossa Suomen poliittista eliittiä haastateltiin heidän kulutusvalinnoistaan. Mielestäni voidaankin katsoa, että henkilökohtaiset valinnat (erityisesti kulutusvalinnat) ymmärretään julkisessa keskustelussa jo varsin yleisesti yhdeksi poliittisen toiminnan muodoksi. Enemmänkin nykykeskustelussa tuntuu olevan kyse siitä, kuinka tärkeänä ja merkittävänä uudenlaisia poliittisen toiminnan muotoja todellisuudessa pidetään eli millainen painoarvo niille annetaan ja mikä on niiden merkitys politiikalle. Tähän keskusteluun liityn omalla tutkimuksellani. En itse omassa tutkimuksessani lähde kuitenkaan enää syvemmin problematisoimaan uuden poliittisen toiminnan rajoja, vaan hyväksyn henkilökohtaiset valinnat osaksi uutta poliittista.

Uudella poliittisella ymmärrän politiikan sääntöjä muuttamaan pyrkivää poliittista osallistumista, joka perinteisten alapoliittisten kollektiivisten toimijoiden lisäksi nostaa esiin myös yksilöt. Jaan mm. Tuija Lattusen (2003) kanssa käsityksen, jonka mukaan uusi poliittinen pyrkii purkamaan luonnollistuneita, politiikan tilaa rajoittavia rakenteita, synnyttämään poliittista toimijuutta ja uusia poliittisen toiminnan mahdollisuuksia. En kuitenkaan halua tarkastella uutta poliittista enää automaattisesti järjestelmän ulkopuolisena toimintana. Pikemminkin haluaisin nähdä uuden poliittisen ennen kaikkea laajentavan poliittisen aluetta ja jopa yhdistävän eri poliittisen toiminnan osa-alueita keskenään, ja mahdollistavan siten uusien asioiden, ilmiöiden ja elämänalueiden nousun poliittisen keskustelun piiriin. Omalta osaltani haluan olla madaltamassa raja-aitaa eri asioita painottavien poliittisten toimintatyylien tarkastelutapojen välillä, en erottelemassa tai arvottomassa niitä keskenään.

Politiikan muutosta ja uusia poliittisen toiminnan keinoja käsitelleeseen keskusteluun ja tutkimukseen tutustuessani havaitsin, kuinka vähän huomiota on kiinnitetty varsinaiseen poliittisen toimijuuden muutokseen. Uudet toimintatavat ja keskustelu politiikan rajoista ovat vieneet keskusteluissa ja tutkimuksessa suurimman huomion. Toimijuuden muutosta on toki tutkittu jonkin

¹ ks. esim. Follesdal & Micheletti & Stolle 2006; Hellsten & Martikainen 2001; Häyhtiö 2004; Lappalainen 2002; Lattunen 2003; Micheletti 2003; Micheletti 2006; Mäenpää 2005; Rinne 2004; Rättilä 2004.

verran (ks. esim. Rättilä 2004) ja monet uuden poliittisen piiriin sijoittuvaa toimintaa tutkineet tutkijat ovat sivunneet aihetta omissa tutkimuksissaan (ks. esim. Rinne 2004; Häyhtiö 2004). Huomio on kuitenkin keskittynyt lähinnä toimijuuden ilmenemiseen ja mahdollisuuksiin. Poliittisten toimijoiden oma kokemus toimijuudesta on sen sijaan jäänyt vähäiselle huomiolle. Oma tutkimukseni pyrkii vastaamaan tähän haasteeseen. Mielenkiintoni kohdistuu poliittisen toimijuuden ymmärtämiseen uuden poliittisen toiminnan piirissä. Kysyn: *Millainen on uuden poliittisen toimija?* Tämän kysymyksen kautta on mahdollista pohtia, millaisia elementtejä poliittiseen toimijuuteen nykyisin liitetään ja sitä kautta tarkastella kansalaisuuden käsitteessä tapahtunutta muutosta.

Poliittiseen toimijaan on totuttu viittamaan kansalaisen käsitteellä, joka on puolestaan lähtökohtaisesti totuttu liittämään kollektiiviseen ja julkiseen poliittiseen toimintaan. Poliittisen toiminnan kollektiivisuus on sisäänrakennettu nykyiseen kansalaisen käsitteeseen. Risto Kunelius törmäsi kansalaisuuden käsitteen rajoihin kääntäessään John Deweyn klassikkoteosta *Julkinen toiminta ja sen ongelmat* ja etsiessään vastinetta englannin kielen sanalle *public*. Kansalainen ei riittänyt kattamaan kaikkea sitä poliittista toimintaa ja osallistumista, joihin Deweyn käyttämä sana *public* nyky-yhteiskunnassa viittaa. (Kunelius 2006, 8-9.).

Omassa tutkimuksessani olen kiinnostunut erityisesti kansalaisuuden ja kuluttajuuden suhteesta, ja siitä kuinka kuluttajuuden politisoituminen ja kulutuspäätösten nostaminen poliittisten toimintatapojen joukkoon muokkaa ihmisten käsitystä kansalaisuudesta. Kuluttajuuden ja kulutusvalintojen hyväksyminen ja ymmärtäminen poliittiseksi toiminnaksi haastaa kansalaisuuden käsitteen ja nostaa esiin monia kysymyksiä: Kuinka henkilökohtaisiin valintoihin perustuva poliittinen toiminta on sovitettavissa yhteen kansalaisuuden käsitteen kanssa? Miten kuluttajuuden politisoituminen² on muokannut kansalaisen käsitettä? Kuinka henkilökohtaisiin valintoihin perustuva kuluttajuus ja lähtökohtaisesti kollektiiviseen toimintaan nojaava kansalaisen käsite ovat yhdistettävissä?

Lähestyn poliittisen toimijuuden ymmärtämistavan muutosta Animalian Broilerikampanjaa kesällä 2005 mainostaneen julistekampanjan avulla³. Muutos poliittisen toimijuuden ymmärtämistavoissa ja toimijuuteen viittaavien käsitteiden käytössä on jo käynnissä, mutta ilmiö on vielä toistaiseksi jäänyt teoreettisesti määrittelemättömäksi. Tutkimuksellani pyrin tuomaan käynnissä olevaa

² Politisoinnin ymmärrän jonkin asian tai ilmiön poliittiseksi uudelleen arvioimiseksi. Politisointi on siis asian/ilmiön saattamista kiistanalaiseksi ja vaihtoehtojen olemassaolon osoittamista. Kuluttajuuden politisoituminen tarkoittaa siten sen nostamista poliittisen arvioinnin ja keskustelun kohteeksi. (ks. Palonen 1988).

³ Animalian tiedottajan Eeva Suhosen mukaan julistekampanjalla ei ollut varsinaista nimeä (sähköpostikirjeenvaihto 31.4.2007).

muutosta näkyväksi ja politiikan tutkimuksen piiriin Analysoin Animalian julistekampanjasta käydyssä julkisessa keskustelussa esiintyneitä poliittista toimijuutta ja poliittisen toiminnan tilaa ja rajoja koskevia argumentteja. Animalian mainoskampanja on mielestäni erinomainen esimerkki uudesta poliittisesta toiminnasta ja sen ympärillä käydyn keskustelun analyysi on siten hyvä aineisto uuden poliittisen toimijan ymmärtämistapojen tutkimukselle. Esittelen kampanjan ja perustelen esimerkkitapaukseni valinnan tarkemmin tutkielmani toisen luvun lopussa.

Analyysini kohteena olevat argumentit olen kerännyt kahdesta Suomen laajalevikkisimmästä sanomalehdestä Helsingin Sanomista ja Aamulehdestä (Levikintarkastus Oy 2007).⁴ Koska olen kiinnostunut erityisesti yksittäisten ihmisten käsityksistä poliittista toimijuutta kohtaan, olen valinnut yksityiskohtaisempaan analyysiin lehtien mielipidekirjoitukset. Pyrin lukemaan kirjoituksista, *millaisiksi poliittisiksi toimijoiksi kirjoittajat itse identifioituvat*, millaisen poliittisen toiminnan pariin he pyrkivät kirjoituksillaan ihmisiä houkuttelemaan ja miten he pyrkivät vakuuttamaan yleisönsä suosimansa toimintatyylin tehosta ja paremmuudesta muihin verrattuna.

Analyysini jakautuu kahteen osaan. Yleisönosastokirjoitukset muodostavat tutkielmani pääaineiston, mutta niiden rinnalle nostan analyysin kohteeksi myös kampanjan mainosjulisteet. Pohdin, *millaiselle toimijalle Animalian mainokset on suunnattu*. Tarkoitukseni on verrata yleisön omia käsityksiä poliittisesta toimijuudesta niihin poliittisen toimijuuden piirteisiin, joihin Animalian kampanja pyrki vetoamaan. Julistekampanjan kuvat toimivat siis tutkielmassani vertailuaineistona. Valitsemani kaksiosainen analyysi on mielestäni hedelmällinen tapa tarkastella uuden poliittisen eri puolia yhdistävää ilmiötä. Samalla rajaukseni mahdollistaa poliittisen toimijuuden muutoksen tarkastelun laajemmin kuin mihin pelkät yleisönosastokirjoitukset tarjoaisivat mahdollisuuden.

Tapausesimerkkini analyysin avulla pyrin avaamaan keskustelua poliittisen toimijuuden kokemisesta uuden poliittisen piirissä. Tutkimuskysymyksiini vastaamalla teen yhden tulkinnan siitä, millainen on uuden poliittisen toimija. Millaisia piirteitä toimijaan uudeksi poliittiseksi toiminnaksi luokiteltavan esimerkkitapaukseni yhteydessä liitetään? Nähdäänkö uuden poliittisen toimija ensisijaisesti kansalaisena vai kuluttajana?

Tutkielmani etenee teoreettisen tarkastelun ja metodin kautta aineiston analyysiin ja koostuu siten kolmesta keskenään kommunikoivasta osiosta. Tutkielmani teoreettisessa osuudessa tarkastelen politiikan toimintaympäristön muutosta ja uutta poliittista poliittisen toimijuuden muutoksen

näkökulmasta. Lisäksi sivuan myös poliittisesta julkisuudesta ja sen rajoista eli politiikan pelikentistä käytyä keskustelua. Käyn myös läpi erilaisia kansalaisuuden ja kuluttajuuden ymmärtämistapoja. Metodiosuudessa esittelen valitsemani retoriikan tutkimuksen menetelmät eli Chaim Perelmanin argumentaatioteorian ja Burken ajatuksen retorista identifikaatiosta sekä perustelen niiden sopivuuden aineistoni tulkinnan apuvälineiksi. Työn viimeinen osio koostuu aineistoni analyysistä. Analyysin teemat ovat määrittyneet teoriataustasta esiin nousevien kysymysten pohjalta. Teoriataustassa esiin nousseet kysymykset poliittisen toimijuuden määrittelyn ongelmista ja poliittisen toimijuuden rajoista muodostavat peilauspinnan kampanjasta käydyssä keskustelussa esiintyville argumenteille. Kampanjasta käyty keskustelu toimiikin tutkielmassani mikroaineistona ja peilauspintana poliittisen toimijuuden muutoksesta käydylle keskustelulle. Analyysin yhteenvedossa liitän lopuksi analyysini tulokset teoreettiseen keskusteluun ja pohdin niiden merkitystä uudesta poliittisesta toimijasta politiikan tutkimuksen piirissä käydylle keskustelulle. Aivan ensimmäiseksi perustelen kuitenkin, miksi valitsemani poliittisen toimijuuden ja sitä kautta kansalaisen käsitteen muutoksen tutkimus on tärkeää juuri nyt.

1.1. Miksi tutkia kansalaisuuden käsitteen muutosta?

Politiikan tutkijoista mm. Kari Palonen (ks. esim. 1996) on todennut kansalaisen käsitteen olevan retorisen käänteen tarpeessa. Sinikka Sassi puolestaan on pohtinut kansalaisuuden muutosta viestinnän tutkimuksen näkökulmasta vuonna 2000 ilmestyneessä väitöskirjatutkimuksessaan ja todennut kansalaisen olevan tällä hetkellä kateissa ”valtiokansalaisen virkapuvun alla” (Sassi 2000, 120). Tällä hetkellä poliittiseen toimijaan viitataan tilanteen mukaan hyvin erilaisilla käsitteillä. Esimerkiksi kuluttajuuden politisoinnin myötä ja kulutusvalintojen noustua esiin yhtenä poliittisen toiminnan muotona, on toimijoihin niiden yhteydessä niin julkisessa keskustelussa kuin yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen piirissä viitattu milloin kuluttajina, milloin kansalaisina. Lisäksi on puhuttu kuluttajakansalaisista ja kansalaiskuluttajista. Käsitteitä käytetään usein päällekkäin ja sekaisin, eikä niiden sisällöstä näytä olevan selkeää ymmärrystä, saati yksimielisyyttä. Käsitteet ja niiden sisällöt muuttuvat ja muovautuvat käytössä. Kansalaisuuden kohdalla tämä prosessi on tällä hetkellä käynnistynyt juuri uusien elämänalueiden politisoitumisen ja sen kautta tapahtuneen poliittisen toimijuuden muutoksen myötä. Koska kansalaisuuden käsite on politiikan tutkimuksen keskeisimpiä käsitteitä, on mielestäni sekä tärkeää että mielenkiintoista hahmottaa poliittisen toiminnan muutosta myös sen kautta.

⁴ Levikintarkastus Oy:n tutkimuksen mukaan vuonna 2006 laajalevikkeisin 7-päiväinen sanomalehti oli Helsingin Sanomat (levikki 426 117). Aamulehti oli levikiltään toiseksi suurin (levikki 138 258).

Lähden tutkimuksessani liikkeelle konstruktionistisesta oletuksesta, jonka mukaan maailman tapahtumat ja toimijat luodaan meille niistä kertovassa kielessä (ks. esim. Kuusisto 1998). Maailma on aina tulkittu ja merkityksellistetty ja se syntyy ja muuttuu kielessä. Maailman tapahtumat ja toimijat syntyvät kieltä käyttävien ihmisten muotoilemissa kertomuksissa ja tulkinnoissa ja toisaalta myös yksittäisistä kertojista irrallisina elävissä diskursseissa (Kuusisto, 1998, 14–15). Kansallisvaltio-ajatteluun kriittisesti suhtautuvan yhteiskuntafilosofi Giorgio Agambenin sanoin: ”Ihminen voi paljastaa olemassa olevan kielen avulla, mutta hän ei voi paljastaa kieltä itseään. Toisin sanoin: ihminen näkee maailman kielen kautta, mutta hän ei näe kieltään”. (Agamben 2001, 47).

Käsite on paitsi kielen- myös tieteellisen tiedontuottamisen perusyksikkö. Käsitteiden muutoksen ymmärtäminen, hahmottaminen ja tutkiminen ovat siten yksi muutoksen ja uusien ilmiöiden ymmärtämisen ja hahmottamisen perusedellytyksiä. Käsitteen taustalla on enemmän tai vähemmän yhtenäinen joukko ilmiöitä (muita käsitteitä), joita käsite osaltaan heijastaa (Ahonen & Kallio 2002, 11). Käsitteet ovat konstruktioita, jotka koostuvat toisista käsitteistä ja mahdollistavat abstraktin ajattelun.

Uuden poliittisen toiminnan pariin luokiteltavasta tapauksesta käydyn keskustelun analysoiminen on perusteltua ja tärkeää, sillä käsitteiden sisällöt ja ymmärtämistavat muokkautuvat juuri Animalian mainoskampanjasta käydyn julkisen keskustelun kaltaisissa tilanteissa. Käsitehistorioitsijana tunnetun Terence Ballin (1988, 11–14.) mielestä käsitteiden merkityksestä käyty kamppailu on poliittista kamppailua aidoimmillaan, sillä siinä erilaiset tavat hahmottaa maailmaa ottavat mittaa toisistaan. Ball on todennut, että käsitteet saavat sisältönsä jatkuvissa kiistoissa ja ovat meidän muutettavissamme. Hän on omassa tutkimuksessaan nostanut esiin ja korostanut kielen ja diskurssien poliittista ja aktiivisesti olemiseemme vaikuttavaa luonnetta. Ballin mukaan omaksumamme käsitteet järjestävät maailmaamme ja ohjaavat ja kahlitsevat ajatteluamme, mutta eivät silti ole merkitykseltään pysyviä. Kyösti Pekonen (1991, 46.) on myöhemmin kehittänyt Ballin ajatusta hieman eteenpäin ja väittää, että ihminen kokee maailman nimenomaan käsitteinä. Kielen käyttö on Pekoselle todellisuutta luovaa toimintaa. Kieli ei ole Pekosen mukaan vain tapahtumien kuvaamisen väline vaan itse osa tapahtumia. Pekonen pitääkin tärkeimpänä kamppailua symbolisesta vallasta eli siitä kenen kielellä, sanoilla ja termeillä tilanne ja todellisuus kulloinkin määritellään. Poliittinen puhe ei ole tosiasioiden toteamista, vaan niiden nimeämistä ja merkityksellistämistä ja tapa, jolla kaoottisesta maailmasta organisoidaan mielekäs. (ks. myös Kuusisto 1998.)

”Jokainen sanomisteko tekee tapahtumisessaan samalla läsnä olevaksi ei-toivotun, johon se vastauksena ja kysymyksenä viittaa”, totesi Hans-Georg Gadamerkin. Nykyajattelua luonnehtiva edellytyksen tunnustaminen voidaan tiivistää seuraavaan lauseeseen: Kaikki käsittäminen perustuu käsittämättömälle. (Agamben 2001, 52–53.) On siis uskallettava tutkia myös jotakin ”ilmassa olevaa” ilmiötä ja muutosta, joka on aistittavissa ja käytännön tasolla tunnistettavissa, mutta jolle ei vielä ole nimeä. Tähän olen omassa tutkimuksessanikin pyrkinyt. Agambenin mukaan ei voida olettaa, että jokin asia tai ilmiö voidaan nimetä tietynlaiseksi ja niiden merkitys säilyy siten aina muuttumattomana. Ei voida myöskään ajatella, että jotakin asiaa tai ilmiötä ei ole olemassa, ellei sille ole nimeä. Idea ei ole sana eli metakieli, eikä edes näky kielen ulkopuolisesta objektista, vaan idea on *näky kielestä itsestään*. Kieli, joka välittää ihmiselle jokaisen asian ja kaiken tietoisuuden, on itse välitön. Puhuva ihminen ei siis voi tavoittaa mitään välitöntä lukuun ottamatta kieltä itseään ja välitystä itseään. Siksi kielen ja käsitteiden tutkimus ja tarkastelu ovat hyvä lähtökohta muutoksen tutkimiselle. (Agamben 2001, 52–57.)

Agambenia mukailleen yhteinen ymmärrys käsitteistä on siis yhteenkuuluvuuden perusta. Tämän voi nähdä lähtökohtana vieraantuneisuuden tunteelle, josta julkisessa keskustelussa ja politiikan tutkimuksen piirissä on viime aikoina usein puhuttu. Poliitikko, yhteisöllisyys ja poliittinen vaikuttaminen koetaan vieraaksi, koska niihin liittyvistä käsitteistä ei ole tällä hetkellä yhteistä ymmärrystä, vaan samoja käsitteitä käytetään hyvin monissa eri merkityksissä. Nykytilanteessa osa poliittisesta toiminnasta tuntuu jäävän täysin käsitteiden ulkopuolelle. Moni saattaakin kokea poliittisen osallistumisen itselleen vieraana, vaikka todellisuudessa tekee esimerkiksi tietoisilla kulutusvalinnoillaan koko ajan harkitusti poliittisia tekoja. Koska hänen poliittinen toimijuutensa ei kuitenkaan mahdu nykyisten poliittiseen toimijaan viittaavien käsitteiden piiriin, yksilö kokee vaikuttavansa politiikan ulkopuolella, eikä miellä itseään poliittiseksi toimijaksi ja siten ei myöskään näe tekojensa poliittisuutta.

Haluan tutkimuksellani muistuttaa, että kamppailu poliittisen toimijuuden määrittelystä on mitä suurimmassa määrin poliittista. Pierre Bourdieun mukaan henkinen poliittinen valta ja johtajuus ovat niillä poliittisilla voimilla, joiden kieltä puhutaan ja joiden määritelmä tietystä tilanteesta ja todellisuudesta tietyinä tulkintakoodina ja merkitysten järjestelmänä on vallitseva (Bourdieu 1977, 170.; ks. myös Pekonen 1991). Yhteiskunnallisen osallisuuden tunteen ja osallistumisen mahdollisuuksien kannalta ei ole samantekevää, millainen käsitys poliittisesta toimijuudesta nousee vallitsevaksi diskurssiksi. Millaista toimijaa nyky-yhteiskunnassa kuunnellaan? Käsitteiden käytön ja sisällöllisen ymmärryksen sekä niiden muutoksen tutkimus palauttaa toivottavasti myös lukijan mieliin, että käsitteiden ja niiden käytön muutoksen takana on aina suurempi yhteiskunnallinen

murros ja muutos. Agambenin mukaan nyt on tapahtumassa teolliseen vallankumoukseen verrattavissa oleva ”suuri muutos”, jonka seurauksena:

”...suvereniteetin, oikeuden, kansakunnan, kansan demokratian ja yhteistahdon termit ilmentävät nykyään todellisuutta, jolla ei enää ole mitään tekemistä sen kanssa, mitä nämä käsitteet tarkoittivat, ja se, joka jatkaa niiden kritiikitöntä käyttöä, kirjaimellisesti ei tiedä, mistä puhuu”. (Agamben 2001, 75.)

2. POLITIIKAN MUUTTUVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Käsitteet valtio ja yhteiskunta menevät Jarmo Rinteen mukaan helposti sekaisin. Käsitteillä on kuitenkin selvä ero. Yhteiskunta on rajaukseltaan löyhempi, monimuotoisempi ja määrittelemättömämpi ja valtio on itse asiassa yksi yhteiskunnan osa-alue. Muita yhteiskunnan osa-alueita ovat erilaisista sosiaalisista ryhmistä muodostuva sosiaalinen järjestelmä ja taloudellisten ryhmien muodostama taloudellinen järjestelmä. Valtion kovan ytimen muodostaa poliittinen järjestelmä, joka on poliittisen yhteisön eli valtion keskeinen elementti. Poliittinen järjestelmä on erikoisasemassa suhteessa muihin yhteiskunnan järjestelmiin, koska sen on mahdollista puuttua muiden yhteiskunnan järjestelmien rakenteisiin ja organisoitumisen tapoihin. Poliittinen järjestelmä organisoii yhteiskunnallista elämää lain ja hallinnon avulla ja sillä on ollut muita järjestelmiä keskeisempi rooli juuri poliittiseen järjestelmään kuuluvan säädösvalan takia. Yhteiskunnan toimivuutta hoitavat valtiolliset instituutiot, joissa toimimista on perinteisesti kutsuttu poliittiseksi. Poliittisen toiminnan paikkana on siis perinteisesti pidetty valtiota. Poliittista toimintaa pidettiin pitkään synonyyminä nimenomaan valtiolliselle toiminnalle (Rinne 2004, 90; ks. myös Lappalainen 2002, 22).⁵

Perinteisen järjestelmäkeskeisen politiikan rinnalle on kuitenkin viime aikoina noussut myös muita tapoja ymmärtää poliittinen toiminta ja osallistuminen. Poliitiikan paikat ja tavat ovat kokeneet syvällisen muutoksen. Muutoksen taustalla ovat Rinteen mukaan paitsi uudet yhteiskunnalliset liikkeet, myös ilmiöt, kuten globalisaatio, kansallisvaltion roolin muuttuminen ja uusliberaalin talousajattelun nousu. Nämä kaikki ovat haastaneet valtiokeskeisen politiikan näkökulmaa ja osin jopa kaventaneet politiikan toiminta-alaa. Poliitiikkaa tutkivassa kirjallisuudessa on eroteltu laaja ja ahtaampi politiikan määrittely. Ahtaamman määrittelyn mukaan politiikka on tietäntyyppisten organisaatioiden johtamista. Puhutaan institutionaalisesta politiikkakäsityksestä, joka on ollut politiikan tutkimuksessa valtavirtaa viime aikoihin asti. Rinnalle on kuitenkin noussut laajempi politiikka-määrittely, joka Rinteen mukaan tarkoittaa organisoitujen ihmisryhmien hallitsemista. (Rinne 2004, 90–91.) Laajemman politiikan määrittelyn ansio on, että se nostaa esiin monia aiemmin ei-poliittiseksi määriteltyjä toimintatapoja. Kuitenkin laajempikin politiikan määrittely

edellä kuvauksella tavalla ymmärrettynä jättää politiikan ulkopuolelle henkilökohtaiset ja elämänpoliittiset valinnat, silloin kun kyse ei ole edes jossain määrin organisoidusta liikkeessä mukana toimimisesta. Yksittäisten ihmisten kulutusvalintojen poliittisuus jää siis tämänkin määritelmän ulkopuolelle. Poliittikka liitetään ihmisyhteisöihin, mutta voiko poliittiseen yhteisöön kuulua ja osallistua myös ilmaisemalla itseään henkilökohtaiseen elämänalueen valinnoilla? Riittääkö esimerkiksi pelkkä kuluttajan roolissa toimiminen poliittisen yhteisön jäsenyyden oikeutukseksi?

Huolestuneita tutkimuksia ja kirjoituksia kansalaisten ja erityisesti nuorten vähäisestä kiinnostuksesta politiikka kohtaan julkaistaan jatkuvasti. Aihe huoletti lehtiä ja poliitikkoja myös eduskuntavaalien 2007 alla. Helsingin Sanomissa aiheesta kirjoitettiin esimerkiksi otsikoin ”Kansan äänestysinto laskusuunnassa” (HS 28.1.2007) ja ”Kansa ei vielääkään innostu eduskuntavaaleista” (HS 16.2.2007). Lisäksi keväällä 2007 erityisesti nuoria houkuteltiin vaaliurnille *Anna äänesi kuuluu* – kampanjan avulla. Huolestuneisuuden keskellä huomiotta tuntuu usein jäävän, ettei poliittinen osallistuminen sinänsä ole kadonnut. Kyse on katsontakannasta ja osallistumisen voi myös perustellusti nähdä muuttaneen osaksi muotoaan. Institutionaalisen eli perinteisemmän poliittisen toiminnan rinnalla puhutaankin asiakohtaisesta politikoinnista, jossa yksilön autonomia korostuu. Institutionaalisisessa politiikassa yksilölle sen sijaan tuntuu useimmiten jäävän vain valitsijan rooli. Jos poliittisen osallistumisen piiriin lasketaan uudet, muihinkin kuin valtiollisiin instituutioihin kytkeytyneet poliittisen toiminnan muodot, saattaisi aihetta käsittelevien kyselyiden ja gallupeiden lopputuloksena olla jopa poliittisen osallistumisen ja aktiivisuuden lisääntyminen. Markkinoista ja yksilökeskeisestä poliittisesta toiminnasta puhutaan usein politiikan kilpailijana. Villiina Hellsten (2005) huomauttaa, että niiden voi nähdä vievän tilaa puolue- ja muulta organisaatiopohjaiselta politiikalta, mutta ne eivät välttämättä uhkaa politiikkaa sinänsä.

Jarmo Rinne ja Tapio Häyhtiö totesivatkin Helsingin Sanomien Mielipide-palstalle kirjoittamassaan artikkelissa, että huoli nuorten osallistumattomuudesta näyttäisi tähtäävän ennen kaikkea ”oikeanlaisen ja soveliaan” poliittisen osallistumisen lisäämiseen”. Puoluepolitiikan kiinnostavuuden lisääminen on elintärkeää poliittisen järjestelmän mielipiteiden pluralismin kannalta. Nuorten aliedustuksen nähdään tässä kontekstissa johtavan kierteseen, jossa politiikan asialista ja tuotokset ovat nuorten todellisuudelle vieraita. Tämä ruokkii entisestään osallistumattomuutta edustuksellisen järjestelmän rakenteisiin. (Häyhtiö & Rinne, 29.3.2005.) Poliittisen osallistumisen vähenemisestä puhuttaessa kyse ei useimmiten ole siis toiveesta lisätä

⁵ Tämä näkyy yhä myös siinä, että tämänkin uutta poliittista toimijuutta käsittelevä tutkielma valmistuu valtio-oppi -nimisen oppiaineen tutkielmana.

poliittista osaamista yleensä, vaan tietynlaisen valtiokansalaisen rooliin nojaavan poliittisen osallistumisen lisäämisestä.

Luokkapohjaisen äänestämisen vähenemisestä on tullut länsimaisille demokratioille tyypillinen ja niiden poliittisten järjestelmien kannalta ongelmallinen piirre. Samaan aikaan talouselämä kehittää jatkuvasti uusia tapoja saada markkinatutkimuksia ja ostopäätöksiä suorempaa ja ennen kaikkea yksilöllisempää tietoa kuluttajan tarpeista. Roope Mokka ja Aleksi Neuvonen ovat listanneet Sitran julkaisemassa raportissaan *Yksilön ääni – Hyvinvointivaltio yhteisöjen ajalla* erilaisia kuluttajailmiöitä ja toteavat, että samalla kun kuluttajien kuulemiseksi kehitellään yhä uusia menetelmiä, hyvinvointivaltiossa kansalaiselle jäävä ainoa osallistumisenmuoto tuntuu kärjistäen olevan äänestäminen. (Mokka & Neuvonen 2006, 33.) Ei ihme, että kuluttajan roolissa tehdyt valinnat saatetaan kokea kansalaisena toimimista houkuttelevampana ja tehokkaampana vaikuttamiskeinona. Kulutuspolitiikointi tuntuukin liittyvän kiinteästi nopeatempoisen jälkiteollisen tietoyhteiskunnan nousuun (Featherstone 1995, 73). Nopeatempoisessa informaatiomiljöössä, jossa toimitaan tässä hetkessä ja tuloksia odotetaan nopeasti, äänestäminen voidaan kokea liian hidastempoisena ja tehottomana välineenä. Tilalle nousee jokapäiväisestä elämästä tuttuja toimintamuotoja (kuten kuluttaminen), jotka nostetaan poliittisen toiminnan välineeksi.⁶

Jälkimodernille uudelle politiikalle on tyypillistä, että aikaisemmin kollektiiviseksi toiminnaksi kumuloitunut tyytymättömyys ja huolenaiheet eivät välttämättä enää suuntaudu valtiojärjestelmää kohtaan, vaan muuntuvat osaksi itsereflektiivistä identiteetin rakentamista. Villiina Hellstenin mukaan voidaan puhua eräänlaisesta ”tee-se-itse” -politiikoinnista, jota pidetään erityisen tyypillisenä postmodernille ajalle ja sen poliittisille toimijoille. (Hellsten 2005, vrt. Bauman 1992.) Kun moniarvoisuus ja relativistisuus lisääntyvät ja universaalit ohjenuorat menettävät merkitystään, omakohtaisen vastuun ja valintojen merkitys ja välttämättömyys kasvavat. Jokaisesta postmodernin toimijan teosta tulee moraalinen ja vastuullinen yksilön valinta. Henkilökohtaisen ja poliittisen yhteen kietoutuminen välittyy Hellstenin mukaan etenkin markkinoiden kautta: yhä kasvava joukko kansalaisia ilmaisee poliittisia preferenssejään osto- ja kulutustottumusten välityksellä. (Hellsten 2005.) Myös monet muut tutkijat (mm. Manuel Castells ja Ulrich Beck) korostavat jälkiteollisen yhteiskunnan yksilöllistymisen heijastuvan lähinnä kuluttajaroolin ja kuluttajan valintojen merkityksen kasvuna. Kriitikkojen (ks. esim. Bauman 2002) mukaan tätä kehitystä voidaan pitää myös näennäisenä, sillä esimerkiksi muoti osoittaa, kuinka sarjallisia ja yleisiä kuluttajavalinnat voivat olla ympäri maailmaa. Kiinnostus kuluttajien vaikutusmahdollisuuksia kohtaan on kuitenkin

jatkuvasti voimistunut ja monet teoretikot, kuten Michelle Micheletti (2003; 2006), uskovat vahvasti kuluttajuuteen politiikan teon välineenä.

Poliittisen osallistumisen sisällöstä käytävä keskustelu on siis väistämätöntä. Poliitiikan tutkijat ovatkin ottaneet yhtenä keskustelun välineenä käyttöön termin *uusi politiikka* kuvaamaan siirtymää instituutioihin nojaavasta perinteisenä pidetystä politiikasta entistä laajempaan ja yksilölähtöisempään politiikan ymmärtämisen tapaan. Samalla pohdittavaksi nousee kysymys, kuinka yksilökeskeistä politiikka voi olla ollakseen vielä politiikkaa. Rinne ja Häyhtiö ovat määritelleet toiminnan olevan poliittista silloin, kun sillä on merkitystä ja vaikuttavuutta myös muille kuin toimijalle itselleen. He korostavat, että toiminnan pitää heijastua poliittisen yhteisön elämään ollakseen poliittista. (Häyhtiö & Rinne, 5.5.2007) Kari Palosen mukaan taas politiikkaa on siellä, missä tehdään valintoja erilaisten mielipiteiden ja toimintatapojen välillä. Näin ymmärrettynä politiikka liittyy kaikkiin muutosalttiin tilanteisiin (Palonen 1988, 18–20). Kari Palosen tulkinnan mukaan yksilökeskeisetkin elämänpoliittiset valinnat ovat politiikkaa, Häyhtiön ja Rinteen poliittisen toiminnan määritelmän mukaan ne ovat sitä tietyllä varauksella.

Zygmunt Bauman sen sijaan esittää, että ”politiikka sellaisena kuin me sen tunnemme” eli toimintana, jonka odotetaan muuntavan yksityiset ongelmat julkisiksi kysymyksiksi ja päinvastoin, katoaa kokonaan (Bauman 2002, 88). Väitän kuitenkin, että tilanne ei ole näin dramaattinen. Kuten analyysistäni käy myöhemmin ilmi, henkilökohtaisen poliittisen vaikuttamisen muotoja suosivat ihmisetkin kokevat yhteisen edun tärkeimmäksi toimintansa vaikuttimeksi. Taustalla on nähtävissä myös kaipuu ja tarve yhteisöllisyyteen, olkoonkin, että osin löyhään sellaiseen. Eri katsantokannoista huolimatta teoreettisessa keskustelussa tunnustetaan yleisesti, että politiikka ja poliittinen toiminta ja osallistuminen ovat muutoksen kourissa. Tämä kehitys heijastuu luonnollisesti myös poliittiseen toimijuuteen.

2.1. Uusi politiikka poliittisen muutoksen jäsentäjänä

Perti Lappalaisen (2002,14) mukaan Suomessa tapahtui 1990-luvulla syvä poliittinen muutos. Tuolloin alettiin hänen mukaansa purkaa sitä poliittista järjestelmää, joka oli luotu aikaisemmillä vuosikymmenillä. Purkamiseen liittyi myös laaja perinteisesti ymmärretyn politiikan ja poliittisen toiminnan kyseenalaistaminen. Voisi jopa väittää, että viimeistään silloin alkoi monelle tutkijalle ja politiikan harrastajalle käydä selväksi, että politiikka ei ole vain yhteiskunnasta erilleen rajattu

⁶ On kuitenkin huomautettava, että vaikka kuluttajasta ja kansalaisesta nähdään toisinaan tee-se-itse -politikoinnin yhteydessä jo lähes synonyyminä, ei kaikki kuluttaminen ole poliittista. Poliittinen kuluttajuus edellyttää harkintaa ja tietoista valintaa.

sektori ja että poliittisia toimijoita eivät ole vain perinteiset puolueet, kansanedustajat, hallitus yms. julkiset organit. Poliittisten toimijoiden joukko on huomattavasti laajempi kuin jokapäiväisessä kielenkäytössä on usein vieläkin tapana ymmärtää.

Politiikan tutkimuksen piirissä on keskusteltu uuden politiikan synnystä laajaan poliittisen ymmärtämisen tapaan nojaten. Feministisen teorian ja yhteiskunnallisen aktiivisuuden⁷ myötä tuli tunnetuksi ajatus ”henkilökohtainen on poliittista”. Feminismi ideologiana ja toimintana pyrkii avaamaan ja purkamaan mm. kaikkia arkisia tilanteita, joissa nainen jää ”toiseksi” sukupuoleksi (tai joissa sukupuoli rajaa/määrittää toimijuutta). Samalla tavalla myös yksilöllisiä ratkaisuja kulutuksen ja elämäntavan alueella on mahdollista avata poliittisesti. Yksilöllistyvässä maailmassa ja riskiyhteiskunnassa yksilö joutuu eettis-poliittisiin vastuutilanteisiin sosiaalisesti ja ekologisesti – halusipa hän sitä tai ei. Laajentunut politiikan ymmärtämisen tapa avasi politiikan areenaksi myös arkielämän, mikrovaltasuhteet ja elämäntavat. Lähes kaikki on otettu politiikan piiriin. Sukupuoli on politiikkaa, identiteetti on politiikkaa, luonto on politiikkaa, ruumis ja kaikki muu henkilökohtainen (ja yhteinen) on politiikkaa.

Mutta jos kaikki on poliittista, käykö niin, että uusi (uudehko) poliittinen kompastuu omaan kaikkeuteensa. Jos kaikki on poliittista, onko mikään enää poliittista? Pekka Piippo on pohtinut kysymystä teatterin näkökulmasta. Piipon mukaan tätä inflaatiota ei tapahdu juuri uuden poliittisen ansiota. Mikään ei ole koko ajan ja vain poliittista, koska muitakin mahdollisia tarkastelutapoja on. Tämän vuoksi poliittinen ei tarkastelutapana koe inflaatiota ja samalla se välttää myös vanhan yhteiskunnallisuuden puuduttavuuden, jonka vallitessa asiat pysyvästi jaettiin yhteiskunnallisiin – esimerkiksi ns. kantaottavaan teatteriin – ja muihin. (Piippo 2000.)

Mitä uudella politiikalla sitten tarkoitetaan? Mikä siinä on uutta? Mistä sen nousu kertoo? Villiina Hellstenin ja Tuomo Martikaisen (2001) mukaan uuden politiikan nousun voidaan ajatella tarkoittavan eräänlaista politiikan paradigmanmuutosta. Poliittisella paradigmalla he tarkoittavat tällöin perustavanlaatuisia tapaa hahmottaa politiikkaa eli sitä mitkä ovat tärkeimpiä kollektiivista toimintaa ohjaavia arvoja ja asiakysymyksiä sekä legitiimejä politiikan toimijoita ja toimintatapoja. Jälkitekollisen tietoyhteiskunnan rakennemuutosten myötä poliittisissa asiakysymyksissä, osallistumisvaateissa ja kollektiivisen toiminnan perusteissa tapahtuneet muutokset ovat merkinneet, että perinteinen tapa hahmottaa poliittista kenttää, sen toimijoita ja toimintaa ohjaavia sääntöjä ainakin osin kyseenalaistuu ja täydentyy uuden politiikan toimintasäännöillä.

⁷ Tematiikasta tarkemmin ks. esim. Koivunen ja Liljeström 1996, 13, 15.

Tuija Lattunen (2003, 72) näkee uuden poliittisen päivitettyinä versiona vanhasta ”henkilökohtainen on poliittista” -iskulauseesta. Alkuperäinen tapa käsittää henkilökohtaisen ja poliittisen välinen suhde on kääntynyt ylösalaisin: henkilökohtainen ei olekaan politiikan vaikutusten seurausta, vaan politiikka on tulosta henkilökohtaisesta. Henkilökohtaisen poliittisuus voisi viitata myös politiikasta vetäytymiseen, sen sijaan poliittisen henkilökohtaisuus liittyy toimijan kiinteästi politiikkaan (vrt. Lahtinen 2002, 101.). Poliittisen henkilökohtaisuus lähtee siitä, että henkilökohtaisilla valinnoilla on poliittisia seurauksia. Henkilökohtaisten valintojen politisoitumiseen yhteydessä puhutaan usein elämänpolitiikasta. Erittelen seuraavaksi siitä käytyä keskustelua.

2.1.1. Elämänpolitiikka

Uudesta politiikasta puhuttaessa ei voi välttyä elämänpolitiikan ja subpolitiikan eli ns. alapolitiikan määrittelyltä. Elämänpolitiikka on yksi niistä yhteiskuntatieteiden käsitteistä, joilla on pitkä historia, mutta jotka ovat valtavirrassa nousseet esiin ja ajankohtaisiksi vasta viimeisen parin vuosikymmenen aikana. J.P. Roos ja Tommi Hoikkala toteavatkin, että on periaatteessa mahdollista väittää, että kaikki elämänfilosofia ja keskustelu hyvästä ja oikeasta elämästä aina Aristotelesta asti on ollut elämänpolitiikkaa (Hoikkala & Roos 1998, 9).

Anthony Giddensin mukaan elämänpolitiikka (life politics) on politiikkaa, joka liittyy minään, identiteettiin, itserefleksiivisyyteen, elämäntyyliin, hyvinvointiin ja elämäntyyliin (Giddens 1991, 214). Elämänpolitiikan piiriin kuuluvat sellaiset poliittiset kysymykset, jotka nousevat itsensä toteuttamisen prosesseista jälkitraditionaalisessa kontekstissa. Siinä globaalit vaikutukset tunkevat syvälle minän refleksiiviseen projektiin ja päinvastoin: Itsensä toteuttaminen vaikuttaa globaaleihin strategioihin. Elämänpolitiikka on Giddensille siis elämää koskevien päätösten politiikkaa. (Emt., 215.; ks. Hoikkala & Roos 1998.)

Giddens edustaa näkemystä, jonka mukaan elämänpolitiikan viimekäden tavoitteena on onni. J.P. Roos puolestaan näkee onnen elämänpolitiikan päämääräksi liian vaativana ja toisaalta ainakin yhteisötasolla liian herkkänä. Roos (1998, 23) toteaa, että yhteiskuntien onnen tavoittelu on tuottanut aina hirveitä tuloksia sekä utopioissa että käytännössä. Yksilöt kyllä tavoittelevat onnea, mutta yhteiskunnan tehtävänä on nimenomaan asettaa rajoja sille, miten ihmiset voivat onnea tavoitella.

Roos ja Hoikkala korostavat, että kun ihmiset tekevät omaa elämäänsä koskevia päätöksiä yksilöinä, he eivät tee elämänpolitiikkaa. Pikemminkin tällöin on kyse yrityksestä hallita omaa

elämäänsä, kenties kontrolloida sitä ja toteuttaa itseään. Toisaalta ”tavallinen” politiikkakaan ei ole elämänpolitiikkaa. Elämänpolitiikka jää näiden kahden väliin. Elämänpolitiikka koostuu yhteisistä, ryhmiä ja yhteiskuntaa koskevista ratkaisuista, joilla vaikutetaan ihmisten elämäntapaan, mahdollisuuksiin, ihmissuhteisiin, itsensä toteuttamiseen, kurjuuteen ja hyvinvointiin. Roos ja Hoikkala tiivistävät määrittelynsä seuraavasti: ”Elämä ei ole elämänpolitiikkaa, mutta elämän muokkaaminen eri tavoin on”. Elämä on kohde elämänpolitiikalle. Elämänpolitiikan kohteita ovat esimerkiksi keskustelu keinohedelmöityksestä tai eettisestä kuluttajuudesta. (Hoikkala & Roos 1998, 12.)

Ulrich Beck puolestaan jäsentää elämänpolitiikan käsitteen riskin käsitteen avulla. Beck on perustanut koko käsityksensä nyky-yhteiskunnasta riskin käsitteeseen. Riskien näkökulmasta katsottuna elämänpolitiikka tarkoittaa, että meidän on yhä enemmän ohjattava elämäämme sen mukaan, miten vähentäisimme erilaisia uhkatekijöitä, kuten ympäristökatastrofeja. Riskien mullistavuus piilee Beckin mukaan siinä, että niitä vastaan ei voi suojautua perinteisen vakuutusajattelun avulla. Esimerkiksi väestökatastrofin vaikutukset ovat vähänkin pidemmällä tähtäyksellä globaalisia. Riskisuuntautunut elämänpolitiikka on väistämättä pitkälle kollektiivista, sillä riskejä voidaan torjua vain yhteisten sääntöjen ja periaatteiden avulla. (Beck 1995, 12–16; ks. Hoikkala & Roos 1998.)

Beck puhuu alapolitiikasta ja haluaa sen avulla muistuttaa poliittiselle luonteenomaisesta itseorganisoitumiskyvystä. Alapolitiikka voi ainakin potentiaalisesti mobilisoida monia, ellei kaikkia, yhteiskuntasektoreita. Alapolitiikka eroaa jakamista ja valta-asemia koskevasta konfliktiprosessista eli ns. ”virallisesta” politiikasta siinä, että se päästää yhteiskunnallisen vaikuttamisen näyttämölle poliittisen järjestelmän ulkopuolisia toimijoita. Lisäksi poliittisesta vaikutusvallasta käytävään kamppailuun pääsevät osallistumaan yhteiskunnallisten ja kollektiivisten toimijoiden lisäksi myös yksilöt. (Beck 1995, 39.)

Elämänpolitiikkakeskusteluun ja elämänpoliittisiin valintoihin liittyvät pohdinnat moraalista ja etiikasta. Poliittisen toimijuuden määrittelyn taustalta nousee aina esiin myös moraalinen ulottuvuus ja kysymys siitä, millainen on hyvä toimija. Moraali sanana on monimerkityksinen. Michel Foucault määrittelee moraalien toisaalta joukoksi arvoja ja toimintasääntöjä, joita yksilölle ja ryhmille annetaan erilaisten määräilykoneistojen, kuten perheen, kasvatustieteiden ja kirkon välityksellä. Ensimmäisen määrittelyn lisäksi Foucault määrittelee moraalien tarkoittavan myös yksilöiden todellista käyttäytymistä suhteessa heille annettuihin sääntöihin ja arvoihin. Näin tarkasteltuna sillä tarkoitetaan tapoja, joilla yksilöt enemmän tai vähemmän kokonaan alistuvat

johonkin käyttäytymisperiaatteeseen, tottelevat tai vastustavat jotakin kieltoa tai ohjetta ja kunnioittavat tai laiminlyövät jotakin arvojen kokoelmaa. (Foucault 1998, 132.)

Traditionaalisessa yhteiskunnassa ihmisen moraalisesti oikea käytös oli määritelty suurin piirtein seuraavilla periaatteilla: lähimmäisiä ei saanut vahingoittaa, ei saanut pettää, eikä varastaa. Moraali antoi tietyt rajat toiminnalle ja valinnoille. Nykyisin yksilöillä ei ole kovinkaan selkeitä moraalisia sääntöjä ja auktoriteetteja. Moraaliselta tuntuva käytös voikin olla epämoraalista, jos se välillisesti edesauttaa globaaleja vääryyksiä. Ympäristötuhojen vastustaminen voi olla moraalisesti valppaampaa kuin sokeasti totteleva lainkuuliaisuus yhteiskunnassa, joka saastuttaa ympäristöä, hävittää metsää ja tuhoaa kasvi- ja eläinlajeja. Hoikkala ja Roos esittävät kirjassaan esimerkkinä Eläinten vapautusrintaman toiminnan suhteessa ”lailiseen elinkeinonharjoitukseen”, jonka EVR kokee rahallista voittoa tavoittelevana eläintenräökkäyksenä. Elämänpolitiikan myötä moraalisten ratkaisujenkin on katsottu henkilökohtaistuvan. (Hoikkala & Roos 1998, 15–16.) Myös Animalia perusti analyysini kohteena olevan kampanjansa ihmisten henkilökohtaisessa päätöksenteossa osoittamalle moraalille. Mainoskampanjan tarkoituksena oli saada ihmiset huomaamaan henkilökohtaisten kulutusvalintojen moraalinen merkitys.

2.2. Uusi poliittinen toiminta

Yhteiskunnallisten arvojen vallankumousta useiden vuosikymmenten ajan seuranneen Ronald Inglehartin mukaan uusi poliittinen toiminta voidaan nähdä seurauksena kognitiivisten taitojen kehitymisestä: poliittisen toiminnan luonne muuttuu auktoriteetteja seuraavasta niitä haastavaksi ja ohjaavaksi (Inglehart 1990, 359–362). Inglehartin väite on, että jälkimodernit yhteiskunnat ovat siirtyneet materiaalisista arvoista jälkimateriaalisiin (Inglehart 1997, 35). Poliittisten ideologioiden inspiroiman osallistumisen on korvannut asiakohtainen politikointi. Materiaaliset arvot eivät ole enää poliittisen toiminnan tavoitelistan kärjessä, vaan tärkeämmiksi toimintaa suuntaaviksi tavoitteiksi koetaan ilmaisun vapauden ja elämänlaadun (oikeus päättää oman elämän suunta ja määrittellä itselle tärkeitä asiat) kaltaiset tavoitteet ja arvot. (von Beyme 1995, 121–122, ks. myös Häyhtiö & Rinne, 5.5.2005.)

Poliittisen toiminnan uudet muodot ovat useimmiten pienimuotoisina pidettyjä aktioita, jotka keskittyvät ennen muuta ongelmien näyttämiseen. Pertti Lappalaisen (2002, 19) mukaan tällainen performatiivinen toiminta sopii aikaan, jolloin asioita ei ole helppo jäsentää kahtiajaoiksi eikä odotushorisontissa liioin näy selkeitä ratkaisuja asioiden muuttamiseksi. Toiminnasta on tullut ensisijaisesti viesti, joka näyttää, tuo esiin ja provosoi. Toimijoiden on täytynyt kiinnittää entistä

enemmän huomiota tyyliin, jotta tällainen toiminta on voinut olla menestyksekkästä. Toiminnasta on tullut poikkeavaa, erottautumista ´normaalista´. Myös Risto Alapuron mukaan toiminta on viesti, nimenomaan sitä eikä muuta. (Alapuro 1997, 51). Uusia yhteiskunnallisia liikkeitä tutkinut Kaj Ilmonen näkee tähän liittyen uusien liikkeiden merkityksen perustuvan ennen kaikkea niiden kykyyn dramatisoimalla kiinnittää huomio haluamiinsa asioihin, ei niinkään liikkeiden varsinaisiin poliittisiin saavutuksiin (Ilmonen 1998, 38).

Hellsten puolestaan haluaa muistuttaa, että uudetkin politikoinnin muodot ovat poliittisiin päämääriin tähtääviä eli instrumentaalisia. Samalle ne voidaan kuitenkin nähdä itsessään myös muulle yhteiskunnalle kohdistettuna viestinä, jolla kyseenalaistetaan vallitsevia arvoja, käytäntöjä, merkityksiä ja tulkintoja (Hellsten 2005; ks. myös Melucci 1989). Vastapuolena voi tällöin olla fyysisen henkilön ja instituution ohella myös jokin kielen kautta rakentuva hallitsemis- tai keskustelutapa (Sassi 2000, 79).

Michele Micheletti (2003, 25) on tutkinut kulutusta poliittisena toimintamuotona. Hän kutsuu elämänpoliittisten valintojen kautta vaikuttamista yksilöllistyneeksi kollektiiviseksi toiminnaksi (eng. *individualized collective action*). Yksilöllistynyt kollektiivinen toiminta on vastuunottamista omasta jokapäiväisestä toiminnasta yksin tai yhdessä muiden kanssa sellaisten ongelmien ratkaisemiseksi, jotka koetaan tärkeiksi hyvän elämän tavoittelun kannalta. Olennaista on, että yksittäisten kansalaisten ei tämän ajattelumallin mukaan tarvitse enää osoittaa lojaalisuutta mielipiteitä välittävälle toimijoille tullakseen osallisiksi politiikasta ja yhteiskunnasta.⁸

Perinteisen politiikan lähtökohdista poikkeavien politiikan muotojen ongelma on, että ne tulkitaan usein politiikan häiriöiksi ja sysätään marginaaliin, jolloin ne eivät ”normaalin poikkeuksina” näyttäydy kiinnostavina ilmiöinä itsessään (Lattunen 2003, 5). Ratkaisuksi tähän Lattunen tarjoaa kehittelemäänsä *häirinnän politiikan* -käsitettä. Käsitteellistämällä poikkeava poliittinen toiminta politiikan häiriön sijaan häirinnän politiikaksi mahdollistaa sen näkemisen uudenaikaisena poliittisen toimimisen tapana. Näin ennen poikkeavana pidetty poliittinen toiminta sisältyy sellaisenaan poliittisen osallistumisen piiriin. Lattunen hakee tukea Alberto Meluccin ajatuksesta, jonka mukaan käsillä on muutos liikkeistä poliittisina toimijoina liikkeisiin, jotka toimivat välineinä. Kyseessä on siis kahden erilaisen ja erillisen prosessin synty ja eriytyminen. Melucci erottelee toimijat, jotka ajavat mm. poliittisen järjestelmän avautumista ja politiikan sääntöjen uudelleenmäärittelyä ja

⁸ Toisaalta voi kysyä, eikö tämänkin ajattelumallin mukainen toiminta ole riippuvainen jostakin tiedottavasta auktoriteetista ja siten edellytä ainakin jonkinasteista lojaalisuutta sitä kohtaan?

ryhmät, jotka keskittyvät asiakysymyksiin puhtaasti kulttuurisessa tai kulttuurisesti ilmaistussa muodossa tehden asiaa tunnetuksi ja yleisesti havaituksi.

Tunnetuksi ja havaituksi tekeminen on Meluccin mukaan nimeämistä, joka on ensisijaisen tärkeää asian poliittisen ratkaisun kannalta. Vasta kun asia on nimetty, se voidaan myös käsitellä poliittisesti. Siihen asti asiakysymys ainoastaan toiminnallistuu rakenteiden, vallan ja hierarkioiden kautta. Melucci ennustaa puhtaan välineen osan valinneiden liikkeiden määrän kasvua. Poliittisen toiminnan aspekti tulee hänen mukaansa toki säilyttämään asemansa, mutta myös sen toimintatavakseen valinneet liikkeet tulevat sisällyttämään toimintaansa ”kulttuuristen” liikkeiden toiminnasta tuttuja elementtejä. Lattunen toteaaakin, että kulttuuriset protestit voidaan nimetä poliittisen järjestelmän ulkopuolelta operoiviksi politiikan toimintatavoiksi, jotka eivät noudata poliittisen järjestelmän toimintanormeja. Siksi niiden lähettämien viestien tulkitseminen onnistuu parhaiten yhdistämällä politiikan viitekehukseen myös kulttuurista tulkintakehystä. (Lattunen 2003, 5-7.)

Vastamainonta on yksi esimerkki tällaisesta tunnetuksi ja havaituksi tekemiseen tähtäävästä, uudeltaisesta poliittisesta toiminnasta. Suurin osa viesteistä, joita ihminen kaupungilla vastaanottaa, ovat mainontaa eli puhetta kuluttajille. Näiden viestien sekaan, kulutusyhteiskunnan omia aseita käyttäen, tunkeutuvat myös vastamainokset. Kuluttajatodellisuuteen tuntuu kuuluvan, että myös vastarinta ja vaihtoehdot alkavat organisoitua markkinavetoisesti. Poliittinen viestintäkin on jälleen siirtymässä kaduille markkinakoneiston suoltamien viestien sekaan.

2.2.1. Vastamainonta poliittisena performanssina

Mainonta voidaan lyhyesti määritellä myynnin edistämistarkoituksessa tietylle ihmisjoukolle suunnatuksi viestinnäksi, jonka tehtävänä on saada vastaanottajassa aikaan ostoreaktio (Dyer 1982, 2-3). Mainoskuvienkin päällimmäinen tarkoitus on mainostettavan tuotteen myyminen. Mainonnan avulla ihmiset kytketään osaksi kulutuskulttuuria ja sen avulla vahvistetaan tuotteiden ja ihmisten vuorovaikutusta. Mainoskuvien maailma myy meille onnellisuuden kuvaa, jonka yritämme saavuttaa tuotteita ostamalla. (Kujala 2005, 83–84, ks. esim. Berger 1972.)

Mainoskuvia on totuttu lähestymään kulttuurituotteina, joiden avulla uusinnetaan ja ylläpidetään vallitsevassa kulttuurissa yhteisinä pidettyjä käsityksiä (Kujala 2005, 84). Kun mainostelineistä totutaan vastaanottamaan onnellisuutta lupailevia viestejä, on toisaalta ymmärrettävää, että kuluttamatta jättämiseen ja omien kulutusvalintojen seurausten miettimiseen kannustavat viestit

saavat aikaan hämmennystä ja herättävät vastustusta. Kaupalliset viestit ovat vallanneet julkisen kaupunkitilan niin, että niiden viesteihin on jo totuttu. Sen sijaan muunlaiset viestit katukuvassa aiheuttavat lähes poikkeuksetta keskustelua. Näin kävi myös Animalian julistekampanjan yhteydessä.

Alun perin vastamainonta tarkoitti eriävien mielipiteiden ja viestien lisäämistä alkuperäisten mainosten päälle (Klein 2001, 260). Nykyisin vastamainokset ovat kuitenkin alkuperäisen ja uuden viestin sulautumia eli vastamainos on usein alkuperäisen mainoksen tarkka parodia, mutta eroaa sisältönsä puolesta radikaalisti alkuperäisestä. Vastamainonta luetaan nykyisin osaksi kulttuurihäirinnäksi (culture jamming) kutsuttua poliittisen aktivismin lajia. Sen kohteena ovat valtavirtamedian tuottamat viestit, joita se pyrkii häiritsemään ja vääristelemään mitä mielikuvituksellisimpia tapoja käyttäen. (Klein 2001, 259–260)⁹ Antimainonnan veteraani on kansainvälinen Adbusters Media Foundation, jonka Adbusters-lehti ilmestyy 61 maassa. Suomessa vastamainoksia julkaisee Voima-lehti, joka on alkuvuodesta 2007 liittynyt osaksi Adbusters-verkostoa.

Esimerkkitapauksena analysoimani Animalian mainoskampanja ei ole varsinaista vastamainontaa, mutta se hyödyntää kampanjassaan vastamainonnan tutuksi tekemiä kulutuskriittisiä ja antikaupallisia piirteitä ollen samalla parodia mainoksista ja niiden lupauksista. Kampanja on loistava esimerkkitapaus uudesta, keskustelua ja huomiota herättämään pyrkivästä poliittisesta toiminnasta.

2.3. Animalian julistekampanja esimerkkinä uudesta poliittisesta toiminnasta

Animalian julistekampanja on mielestäni tapauksena ja ilmiönä hyvä esimerkki uudesta poliittisesta. Kampanjassa kiteytyi uutta poliittista leimaava yksityisen ja julkisen, kansalaisuuden ja kuluttajuuden roolien välinen rajankäynti ja dialogi. Näen Animalian mainoskampanjan esimerkkinä kohtaamisesta. Kampanja sekoitti ja yhdisti kaksi perinteisen poliittisen toiminnan piirissä erilliseksi ymmärrettyä toiminta-aluetta ja sekoitti näiden alueiden toimintatyylejä keskenään. Kampanja muistutti yksityisen alueen toiminnan eli henkilökohtaisten valintojen (tässä tapauksessa kulutuspäätösten) poliittisista vaikutuksista julkisessa tilassa, mutta paikassa (tässä tapauksessa mainostelineet), jossa oli totuttu vastaanottamaan yksityisen sfääriin perinteisesti luettuja kaupallisia, epäpoliittisiksi miellettyjä viestejä. Mielestäni koko uusi poliittinen kulminoituu kampanjasta käydyssä keskustelussa.

⁹ Lisää vastamainonnasta ja kulttuurihäirinnästä: Lattunen 2003.

Animalian mainoksissa on löydettävissä sama lähestymistapa kuin Kalle Lasnin luotsaaman Adbustersin antimainoksissa. ”Me teemme politiikalle saman, mitä kansalaisoikeusliike teki sille 60-luvulla, naisliike 70-luvulla ja ympäristöliike 80-luvulla”, lupasi kulttuurihäirintään ja antimainontaan keskittyneen Adbusters-liikkeen perustaja ja johtohahmo Kalle Lasn Helsingin sanomien Nyt-liitteen antimainontaa käsittelevässä artikkelissa (HS/NYT 32/2004). Kulttuurihäirinnän yleistyminen onkin vahvassa kytköksessä kuluttajuuden politisoitumiseen ja sitä kautta kansalaisuuden käsitteen muutokseen. Kuten johdannossa kerroin, ajatukseni on aukaista kansalaisuuden käsitteen muutosta pohtimalla kampanjasta käydyn keskustelun analyysin ohella myös, kenelle mainokset on suunnattu. Millaista kuluttajaa tai kansalaista niillä tavoitellaan? Ja toisaalta millaista uutta poliittista toimijaa kuluttajuuteen/kulutuskulttuuriin vahvasti liittyvät, vastamainonnan tyyliä valikoimasta ammentavat mainokset ovat rakentamassa?

Animalian kampanja koostui kolmesta julisteesta: Broilerikiusaus, Säästöpossu ja Minkin loukku (ks. liitteet). Mainoskampanja ja sen herättämä julkinen keskustelu osoittautuivat erittäin mielenkiintoiseksi aineistovalinnaksi, sillä kyseessä on ensimmäinen runsaasti huomiota herättänyt, vastamainonnan keinoin ihmisiä lähestynyt mainoskampanja Suomessa. Kampanja ei kuitenkaan ollut vastamainontaa sen varsinaisessa merkityksessä eli kyseessä ei ollut parodia valmiista mainoksista, vaan järjestö oli tilannut kampanjan mainostoimisto Incognitolta. Järjestö itse kuvailee mainoskampanjaansa ja sen tarkoitusta 30.6.2005 julkaisemassaan tiedotteessa seuraavasti: ”Julisteissa pyritään vetoamaan oivalluksen kautta suuren yleisön emotioihin. Tarkoituksena on herättää suuri yleisö tiedostamaan eläinten kohtelua ja liittymään Animalian jäseniksi, jotta järjestö voi toimia laajemmin eläinten hyväksi”. Mainosten esityspaikkoina toimivat ulkomainosyhtiö JCDecaux’n omistamat mainostilat bussipysäkeillä. Kampanja käynnistyi noin kymmenellä paikkakunnalla Suomessa 30.6.2005.

Animalian kampanjasta erityisen mielenkiintoisen tekee se, että mainospaikat omistava ulkomainosyhtiö JCDecaux keskeytti kampanjan alle vuorokauden kuluttua sen julkaisusta. JCDecaux perusteli kampanjan keskeyttämistä saamansa kielteisen palautteen määrällä. Animalian kampanja palasi kuitenkin uudelleen katukuvaan 14.11.2005 Mainonnan eettisen neuvoston todettua mainokset kansainvälisten sääntöjen mukaisiksi. Keskeyttämisspätös herättää lisäkysymyksen: Miksi osa yleisöstä ärsyyntyi puhuttelustaan niin paljon, että vaatii mainosten poistamista? Tähän kysymykseen palaan tarkemmin aineistoni analyysin yhteydessä.

Kampanjasta käyty keskustelu tulee mm. boikotiksi ja sensuuriksi kutsutun keskeytyspäätöksen aiheuttaman keskustelun takia ulottuneeksi aina ajankohtaiseen ongelmaan julkisesta tilasta ja keskusteluareenalle pääsystä. Kampanja nivoo yhteen uuden poliittisen monta eri ilmiötä kuluttamalla vaikuttamisesta ja poliittisen toiminnan ja toimijuuden muutoksesta julkiseen tilaan keskusteluareenana ja sen takaisin valtaamiseen uudenlaisen poliittisen toiminnan keinoin. Nämä kaikki kampanjan esiin tuomat ilmiöt ovat erittäin mielenkiintoisia ja ansaitisivat omat tutkimuksensa. Kampanjaa on mahdollista tarkastella myös hyvänä esimerkkinä estetisoituneesta (Lattunen 2003) ja performatiivisesta politiikasta. On mielenkiintoista pohtia mm. mikä merkitys on sillä, että järjestö ottaa käyttöön marginaaliseksi toiminnaksi määriteltyjä politikoimisen keinoja. Omassa tutkimuksessani keskityn kuitenkin ensisijaisesti toimijuuden tarkasteluun. Muita kampanjaan liittyviä teemoja nostan tässä tutkimuksessani esiin siinä määrin, kun katson ne poliittisen toimijuuden tarkastelun kannalta olennaisiksi.

3. POLIITTISEN TOIMINNAN KENTÄT

Keskustelu uudesta politiikasta liittyy jo lähtökohtaisesti poliittisen toiminnan kentistä eli julkisesta ja yksityisestä ja niiden rajankäynnistä käytyyn yhteiskunnalliseen keskusteluun. Sama aihe nousee esiin myös analysoimissani Animalian mainoskampanjaa käsitelleissä mielipidekirjoituksissa. Erityisesti kuluttajuuden politisoitumista käsittelevässä tutkimuksessa ei mielestäni voikaan ohittaa markkinoiden ja kansalaisyhteiskunnan välisestä kamppailusta käytyä keskustelua.

Julkisen elämän kehityksestä ja etenkin sen demokratian periaatteelle ja ihanteelle epäedullisesta suunnasta on paljon tutkimusta. Aihetta pidetään usein länsimaisen poliittisen organisoitumisen perinnön kohtalonkysymyksenä. Kaj Ilmonen toteaaakin vanhojen sosiaalisten kittien rapistumisen ja siitä seuranneen ihmisten yksilöllistymisen olleen Èmile Durkheimista lähtien yksi yhteiskuntatieteiden kestokertomuksista. Joukko 1800-luvun taloustieteilijöitä ja sittemmin Marx vauhdittivat tätä kehitystä. Ilmonen lainaa Marxia: ”Markkinoiden saatanalliset myllyt jauhoivat hitaasti, mutta vakaasti kansalaisyhteiskunnan mureniksi niin, että kaikki kiinteä haihtui ilmaan”. (Ilmonen 2003, 10.) 1900-luvun alussa ei menty aivan näin pitkälle, mutta erityisesti Frankfurtin koulukunnan edustajat puhuivat yhteiskunnan yksiulotteistuvan markkinoiden paineessa. Tunnetuimpia modernin julkisen alueen kriittisiä teoreetikoita ovat Hannah Arendt, Michel Foucault ja Jürgen Habermas.

Lähes kaikkiin yhteiskuntateoreettisiin näkemyksiin, joiden mukaan markkinoiden toiminta tuhoaa kansalaisyhteiskunnan, sisältyy taipumus nähdä yhteiskunta jakautuneena erilaisiin makrotason

alueisiin, kuten valtioon ja markkinoihin. Oletuksena on tavallisesti myös, että nämä alueet tunkeutuvat kansalaisyhteiskuntaan ja alistavat sen tarkoitusperiinsä. Tunnetuimpia tällaisen ajattelun nykyedustajia on Jürgen Habermas. Hänen kuuluisa ajatuksensa on, että yhteiskunnan systeeminen puoli (valtio ja markkinat) ”kolonisoii” elämismaaillamme ja tuottaa siihen erinäisiä yhteiskunnallisia patologioita. (Ilmonen 2003, 10.) Habermas jakaa yhteiskunnan järjestelmään ja elämismailmaan. Järjestelmään kuuluvat raha (taloudellinen kansalaisyhteiskunta) ja valta (valtopoliittinen valtio). Elämismailma koostuu puolestaan tiedosta, moraalista ja estetiikasta. Järjestelmä pyrkii Habermasin mukaan valtaamaan elämismailman. Kommunikatiivisesti toimiva elämismailma pyrkii taas toisaalta vastustamaan tätä kehitystä, toisaalta se myös rikastuu rationaalistuessaan. (Pulkkinen 2003, 66.)

Habermasin mukaan demokratiakeskustelun pääkysymys on poliittisen julkisuuden alueen puolustaminen valtion ja markkinoiden valtaa vastaan. Habermas yhdistää julkisen alueen elämismailman käsitteeseen ja julkinen alue koostuu hänen mukaansa vapaasta keskustelusta. Keskustelu ja rationaalinen argumentointi ovatkin Habermasille poliittisen kamppailun muotoja. Vapaan keskustelun alueen toteutuminen edellyttää sanan-, mielipiteen- ja lehdistönvapauden periaatteiden sekä tasa-arvon ihanteen toteutumista yksilöiden välillä. (Emt., 66–67., ks. myös Habermas 2004.) Tuija Pulkkisen mukaan Habermasin teorian merkittävin piirre on, että muotoillessaan ymmärtämisen pätevyysvaatimukset¹⁰ standardipuhetilanteessa Habermas asettaa painon puhujan tarkoitukselle. Pulkkinen tulkitsee Habermasin nähneen ihannepuhetilanteen myös kuvauksena ihanteellisesta demokratiasta. (Emt., 68–69.)

Hannah Arendtin (2002, 40) perusajatus on, että sosiaalisen ja poliittisen välillä on nykyään mahdotonta nähdä mitään kuilua. Tämän kuilun katoaminen on Arendtille pohjimmiltaan uudelle ajalle ominainen ilmiö. Arendtin mukaan kyse ei ole teoriasta tai ideologiasta, vaan yhteiskunnan synnyn myötä ”kotitalouden” piiriin kuuluneet asiat ja taloudelliset aktiviteetit nousivat julkisen alueelle. Yksityisen ja julkisen alueen väliset erot liudentuivat ja molemmat sulautuivat sosiaalisen alueeseen. Arendtin mukaan julkinen on mennyttä, koska se on olemassa vain yksityistä varten ja yksityinen siksi, että se on ainoa jäljellä oleva huolenaihe. Arendtin oppilaan Richard Sennettin (1977) tunnetun väitteen mukaan kaupunki julkisena tilana on tyhjentynyt keskustelusta ja politiikasta ja sitä myöten se on menettänyt vaikutuksensa yhteiskunnassa. (Mäenpää 2005, 37).

¹⁰ Tiedon alueella pätevyyskriteeri on totuudellisuus, moraalissa oikeudellisuus ja estetiikassa autenttisuus. (Pulkkinen 2003, 68.)

Julkista tilaa koskevassa tutkimuksen yhteydessä on nostettu esiin myös kansalaistoiminnan väheneminen ja sen myötä yhteisöllisyyden heikkeneminen, jotka puolestaan liittyvät keskusteluun yksilöllistymisestä ja kommunitarismista (ks. esim. Haatanen 2002). Erityisesti pohjoisamerikkalaisille kaupunkikulttuurin ja julkisen tilan tutkijoille (mm. Mike Davis, Robert D Putman) urbanisoitumisen on merkinnyt kulutuskulttuurin kasvua ja sen myötä yksilöllistymistä, privatisoitumista ja materialismia, joiden alta julkinen kanssakäyminen on saanut väistyä. (Mäenpää 2005, 38.) Myös Habermas on todennut, että julkisuuden hajoamisen myötä yleisö on jakautunut järkeään ei-julkisesti käytäviin asiantuntijavähemmistöihin ja julkisesti vastaanottajaksi asettuneisiin laajoihin kuluttajamassoisiin (Habermas 2004, 256).

Erityisen huolissaan julkisen kentän autioitumisesta on Zygmunt Bauman (2002, 51–52), joka huomauttaa kriittisen teorian tehtävän muuttuneen päinvastaiseksi entiseen nähden. Siinä, missä sen tehtävä oli aiemmin puolustaa yksilön riippumattomuutta ”julkisen sfäärin” joukkojen hyökkäyksiltä, on kriittisen teorian tehtävä nykyisin puolustaa katoavaa julkisuutta tai kuten Bauman toteaa ”sisustaa ja kansoittaa uudelleen nopeasti autioituvaa julkisuutta”. Baumanin mukaan on olemassa ammottava ja koko ajan levenevä kuilu *de jure*- yksilöiden tilanteen ja heidän mahdollisuuksiensa ja omasta kohtalostaan määräävien, haluamiaan valintoja tekevien *de facto* - yksilöiksi välillä. Tuosta kuilusta huokuvat hänen mukaansa ne myrkylliset höyryt, jotka saastuttavat yksilöiden elämän nykyisin. Kuilua ei kuitenkaan ole mahdollista silottaa ilman politiikkaa (isolla P:llä, kuten Bauman itse korostaa). Hänen mukaansa voidaan olettaa, että kuilu on auennut ja leventynyt juuri siksi, että julkisuus ja erityisesti ”agora” on tyhjennetty. Agoran Bauman näkee julkisen ja yksityisen välitilana, jossa elämänpolitiikka kohtaa edellä mainitun politiikan isolla P:llä, jossa yksityiset ongelmat käännetään julkisten kysymysten kielelle ja yksityisille huolille etsitään, neuvotellaan ja sovitellaan ratkaisuja. (Bauman 2002, 51.)

Suomalaisista tutkijoista kaupunkia julkisena tilana on tutkinut mm. Pasi Mäenpää, joka pyrki omassa tutkimuksessaan tuomaan kuluttamiseen liittyvää yksityisenä pidettyä, ei-kielellistä toimintaa julkisen alueelle. Mäenpää ei näe julkisen ja yksityisen välistä suhdetta pysyvänä, vaan pikemminkin jännitteisenä, limittyvänä ja sekoittavana. (Mäenpää 2005, 38.) Myös oma tutkimukseni osoittaa, ettei jakoa yksityiseen ja julkiseen tule nähdä liian jyrkkänä Erilaisia poliittisen osallistumisen muotoja, uutta ja vanhaa, ei tarvitse lähtökohtaisesti nähdä toisensa poissulkevinä, vaan ne voivat myös täydentää toisiaan. Bauman (2002, 48–49) sen sijaan näkee, että nykytilanteessa julkinen politiikka luopuu tehtävästään ja elämänpolitiikka ottaa vallan. Samalla julkiselta sfääriltä riisutaan hänen mukaansa kaikki sisältö ja se latistuu paikaksi, jossa tunnustetaan ja esitellään yksityisiä huolia. Baumanin mukaan olisikin tarpeellista etsiä elämänpolitiikan tilalle

vaihtoehtoisia yhteisen elämän malleja. Palaan tähän keskusteluun ja Baumanin väitteeseen analyysini yhteenvedossa. Seuraavaksi on kuitenkin tarpeen tarkastella vielä tarkemmin poliittisesta toimijuudesta ja siihen viittaavista käsitteistä käytyä keskustelua.

4. POLIITTINEN TOIMIJUUS UUDESSA POLIITTISESSA

Zygmunt Baumanin mukaan moderni yhteiskunta on olemassa loputtomana yksilöllistymisen toimintana. Samalla yksilöiden toiminta koostuu yhteiskunnaksi kutsuttujen keskinäisten sidosten verkoston päivittäisestä uudelleen muotoilemisesta ja uudelleen sopimisesta. Kumpikaan näistä ei pysy aloillaan kovinkaan kauaa, joten yksilöllistymisen merkitys muuttuu jatkuvasti ja saa alati uusia muotoja. Bauman väittääkin, että modernin yhteiskunnan tavaramerkiksi on muodostunut sen jäsenten sovittaminen yksilön rooliin. Yksilöllistyminen koostuu siitä, ettei ihmisen identiteettiä pidetä enää annettuna, vaan se mielletään tehtäväksi. Ihmisten itsensä kannettavaksi jää vastuu tuosta tehtävästä suoriutumisesta ja sen seurauksista. Yksilön valinnanvapauden aikakaudella kyseisestä tehtävästä kieltäytyminen ei kuitenkaan Baumanin mukaan missään nimessä kuulu asiaan. Bauman siteeraa Beckiä (Beck 1992, 137.): ”Siitä miten kukin elää, tulee omaelämäkerrallinen ratkaisu järjestelmän ristiriitaisuuksiin”. Riskejä ja ristiriitaisuuksia tuotetaan edelleen sosiaalisesti, mutta tarve selviytyä niistä yksilöllistetään. (Bauman 2002, 41–46.)

Bauman muistelee jo Alexis de Toquevillen (1805–1859) väittäneen, että yksilö on kansalaisen suurin vihollinen. Kansalainen on henkilö, joka on taipuvainen etsimään omaa hyvinvointiaan kansakunnan hyvinvoinnin kautta. Yksilö sen sijaan suhtautuu useimmiten nihkeästi, epäillen tai kyllästyneesti ajatukseen yhteisestä asiasta, yhteisestä hyvästä tai oikeudenmukaisesta yhteiskunnasta. Bauman toteaaakin, että yksilöllistymisen käänköpuolena on kansalaisuuden vähittäinen säröileminen ja hajoaminen. (Bauman 2002, 47–48.) Myös kansalaisuutta tietoyhteiskunnassa tutkinut Ari-Veikko Anttiroiko on todennut, että jälkimodernia mentaliteettia luonnehtii toisinajattelun logiikka, joka pyrkii mieluummin purkamaan kuin rakentamaan. Ajattelun poliittisena tuloksena syntyy Anttiroikon mukaan narsismin ja epäilyksen kyllästävä epäpoliittinen yksilö, joka hyväksyy paralogiat, epävarmuuden ja pluralismin. Kansalaisuuden idean kannalta tällaisella ajattelutavalla on hänen mukaansa kauaskantoisia seurauksia. (Anttiroiko 1998.)

Syynä kansalaisuuden säröilyyn on Baumanin mukaan se, että julkisuudessa puidaan ja vatvotaan nimenomaan yksilöinä esiintyvien yksilöiden huolia ja edesottamuksia. Yksityinen kolonisoii julkisen. Ihmiset uskaltavat julkiselle areenalle vain halutakseen verkostoitua, eivät yrittääkseen löytää yhteisiä asioita ja tapoja sopia yhteisen hyvän merkityksestä. (Bauman 2002, 49.) Toisaalta

Animalian mainoskampanjasta käydyssä keskustelussa kuitenkin nimenomaan keskusteltiin ja väiteltiin siitä, millainen poliittinen toiminta johtaisi yhteiseen hyvään. Palaan tähän keskusteluun myöhemmin analyysini yhteydessä.

Tuija Lattunen (2003, 72–73) on omassa tutkimuksessaan todennut, että uuden poliittisen aikakaudella, jossa arkielämän henkilökohtaiset valinnat ymmärretään poliittisiksi, yhteiskunnallisella tasolla halutun muutoksenkin on lähdeittäviä henkilökohtaisista valinnoista. Politisoidessaan henkilökohtaisia valintoja uusi poliittinen on kärjistänyt äärimmilleen tavan havainnoida maailmaa ihmisen subjektiviteetin kautta. Poliittisen ollessa henkilökohtaista yksittäisestä toimijasta tulee jopa poliittisia instituutioita ”merkittävämpi” taho. Lattunen puhuu toimijapolitiikasta, jonka seurauksena syntyy vastuu omasta toiminnasta ja omista valinnoista. Valintojen politisoitumisella tarkoitetaan käsitystä siitä, että omat valinnat ovat nimenomaan poliittisia ja osaltaan muodostamassa vallitsevaa toimijapolitiikkaa. Tämä puolestaan johtaa siihen, että vastuulliseen poliittiseen toimintaan kuuluu muiden ihmisten haastaminen huomaamaan valintojensa seuraukset ja ottamaan siten vastuu omasta toiminnastaan. Tähän toimijapolitiikan ajatukseen Animaliaakin nojasi pyrkiessään herättelemään ihmisiä mainoskampanjallaan.

Koska toimijalla on uudessa poliittisessä niin merkittävä rooli, on mielestäni tärkeää tutkia, millaiseksi poliittinen toimijuus nyky-yhteiskunnassa ymmärretään ja millaisena se koetaan. Kulutusvalinnat puolestaan ovat nyky-yhteiskunnassa yksi pisimmälle politisoituneista henkilökohtaisen valinnan piiriin kuuluvista alueista. Kirsi Kallion mukaan nykyajan poliittinen vaikuttaminen tapahtuu suurelta osin markkinatalouden keinoin. Kallio menee jopa niin pitkälle, että toteaa kansalaisen roolin olevan paremmin ymmärrettävissä kuluttamisen kuin poliittisen osallistumisen kautta. (Kallio 2003, 46.) Poliittisen toimijuuden ja kansalaisuuden muuttunutta roolia onkin mielestäni hedelmällistä tarkastella juuri kuluttajuuden kautta.

Poliittisen kulttuurin yksilöllistyvät piirteet – median tukemat imagot, karisimat ja asiantuntijuudet, uudet professiot, markkinaehtoinen kehitys kohti kuluttajayksilöä, poliittisten kollektiivien rapautuminen ja valtiollistuminen sekä globaalit yhteydet – antavat ainakin periaatteessa uutta tilaa ja haasteita yksilöille ja heidän epävirallisille osallistumistavoilleen. Poliittiset valinnat ovat lähentyneet yksilöllisten valintojen maailmaa ja ratkaisuvastuuta. Liikkuvasta ja yritteliästä yksilöstä on tullut aikamme iskusana. Poliittiseen toimijaan on perinteisesti viitattu puhumalla kansalaisesta. Onko Baumanin ajatus yksilöllistymisen kansalaisuutta rapauttavasta vaikutuksesta totta? Vai olisiko mahdollista, että kansalaisuus laajenee kattamaan myös henkilökohtaiset poliittiset valinnat? Mahtuvatko kulutusvalinnat kansalaisen käsitteen piiriin? Onko mahdollista,

että yksilö toimii yhtä aikaa roolissaan kansalaisena ja kuluttajana? Näitä kysymyksiä pohdin aineistoni pohjalta lisää analyysini yhteenvedossa. Nyt käyn kuitenkin läpi kansalaisuudesta aiemmin esitettyjä määritelmiä.

4.1. Kansalainen valtiolliseen politiikkaan sidottuna toimijana

Arkikielessä kansalaisuuden käsitettä käytetään edelleen useimmiten kuvaamaan jonkun valtion kansalaisuutta ja sitä kautta muovautuvaa yksilön identiteettiä. Kansalaisuus merkitsee silloin täysivaltaista jäsenyyttä suvereenissa valtiossa sitä seuraavine oikeuksineen ja velvollisuuksineen. Suomalaiseen yhteiskuntatieteelliseen keskusteluun ja etenkin politiikan tutkimukseen aktiivisen/poliittisen kansalaisuuden käsitteen ja käytäntöjen ympärille kiertyvä keskustelu on rantautunut hitaasti.

Tiina Rättilän (2001, 192) mukaan tähän on omat historialliset syynsä. Suomalaisen poliittisen kulttuurin perspektiivistä katsottuna aktiivisella kansalaisella ei viime aikoihin saakka ole näyttänyt olevan erityistä merkitystä poliittisen järjestelmän toiminnan ymmärtämisessä ja selittämisessä. Poliittista osallistumista arvioivista kommentteista on pääteltävissä, ettei esimerkiksi perinteisen osallistumisen laskusuhdanteen ajatella muuttaneen itse järjestelmää ja sen toimintalogiikkaa. On huomautettu, että poliitikkoja ja politiikkaa kohtaan tunnetusta kriittisyydestä huolimatta kansalaiset edelleen luottavat yhteiskunnan perusinstituutioihin ja sellaiset yhteiskunnan rakenteet, kuten kansalaisten vapaaehtoistoiminta ja ammatillinen järjestäytyminen, ovat säilyneet vahvoina. Vaaliosallistumisen vähetessäkin puolueet nähdään edustuksellisen järjestelmän keskeisimpinä toimijoina. Muutoksista huolimatta suomalaisen kansalaisyhteiskunnan ja valtion suhteissa tuntuisi vallitsevan suhteellisen rauhallinen jatkuvuus.

Kansalaisen käsitteen historiaa tutkinut Henrik Stenius lähestyy samaa aihetta käsitehistorian kautta. Hänen muistuttaa, että sosiaaliset ja poliittiset avainkäsitteet ovat aina sidoksissa käyttökontekstiinsa ja käsitteiden käyttäjien omiin intentioihin. Hermeneuttinen asenne lähtee siitä, että kukin käsitteellistää maailman omalla tavallaan, eikä täysin universaalia diskurssia ole olemassa. Suomen kielen käsite kansalainen on Steniuksen mukaan tässä suhteessa ääritapaus. Suomenkielistä poliittista kulttuuria luomassa olleet jättivät tietoisesti suomen kielen käsitteen kansalainen yleiseurooppalaisten kansalaisuutta ilmaisseiden diskurssien ulkopuolelle. Käännösprosessissa päädyttiin sanaan, jolla ei ollut yhteyttä eurooppalaiseen kaupunkihistoriaan eikä eurooppalaisiin oikeusdiskursseihin. Suomen kielen kansalaisen käsite oli tulos tietoisesta pyrkimyksestä rakentaa käsitejärjestelmä omien suomalaisten ehtojen varaan. (Stenius 2003, 310–312.) Nämä lähtökohdat huomioon ottaen voikin olettaa, että kansalaisen käsitteen huono

sopeutuminen käytettäväksi valtiollisista rajoista riippumattomien poliittisten kanavien ja toimintamuotojen yhteydessä juontaa juurensa jo tästä historiallisesta seikasta. Suomalaisessa yhteiskunnallisessa keskustelussa perinteisen järjestelmäkäskeisen politiikan ulkopuolella tapahtuva toiminta määritellään yhä helposti epäpoliittiseksi ja jopa epäpolitiikaksi (Lattunen 2003, 4). Uusliikkeiden toimintaa ja uusia vaikuttamisen muotoja tuntuu olevan vaikea asettaa politiikan kartalle, joten ei siis ihme, ettei uusia poliittisia toimintamuotoja suosivalle toimijallekaan tunnu löytyvän sopivaa käsitettä.

Sinikka Sassin mukaan kansalainen on muuttunut konservatiivisen poliittisen ajattelun myötä valtiokansalaiseksi, jonka osa on kuulua utopiaan modernista kansakunnasta ja modernista yksilöstä. Sassi esittää kärjistäen, että valtionkansalaista ei koskaan näytetä yhdessä muiden kanssa yhteisössään tai yhteiskuntaryhmässään, vaan aina eristettynä omassa yksinäisyydessään. Yksilö eli valtiokansalainen on vastuussa vain valtiolle, joka puolestaan antaa hänelle hänen oikeutensa. Sassin kuvailemassa valtiokansalaisen maassa politiikkaa tekevät poliitikot ja vain heillä on siihen "oikeus". Kun tätä oikeutta loukataan, politiikka ei enää "toimi". Poliitiikka onkin Sassin teorian mukaan eristetty modernin valtion alueelle, erilleen yhteiskunnasta. Tämä puolestaan on johtanut siihen, että yhteiskunnassa elävästä ihmisestä on tullut politiikan katsoja. Kansalaisten oman harkinnan, keskustelun ja päätöksenteon puuttuessa julkinen poliittinen maailma on kaventunut ja keventynyt. Sassi toteaaakin kansalaisuuden olevan hukassa. (Sassi 2000, 119–120.)

Hyvinvointivaltiodiskurssissa laaja-alaista ja vahvaa sosiaalivaltiota on puolestaan pidetty nimenomaan kansalaisuuden takaajana. Heikki Heikkilä katsoo kansalaisuuden kytkeytyvän hyvinvointivaltioajattelussa valtioon ainakin kahdella tavalla. Kansalaisuuden on katsottu edellyttävän riittävää taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista tasa-arvoa, jotka valtio pyrkii yhteiskunnan jäsenille takaamaan. Samalla heidän oletetaan toteuttavan kansalaisuuttaan toimimalla valtion luomissa tai sen tukemissa rakenteissa eli esimerkiksi äänestämällä, järjestäytymällä ammatillisesti tai osallistumalla erilaisten järjestöjen toimintaan. Erilaisiin jäsenyyksiin perustuva muodollinen osallistuminen on nähty hyvinvointivaltiossa ajoittain niin tärkeäksi, että kansalaisten päätöstä olla osallistumatta on pidetty moraalisesti tuomittavana. (Heikkilä 2001, 27–28.) Tämän ajattelun mukaan kansalainen on ikään kuin vastapalveluksen velkaa valtiolta saamastaan huolenpidosta. Kari Saastamoinen (1990, 74) onkin nähnyt sosiaalisiin oikeuksiin vahvasti panostavan hyvinvointivaltion luovan kansalaisuuteen jopa alamaisuuden leimaa.

Julkisen sektorin leikkaukset aloittivat kuitenkin jo vuosia sitten yhä jatkuvan keskustelun hyvinvointivaltion rapautumisesta. Esimerkiksi Heikki Luostarinen (1993, 256) on ollut huolissaan

siitä, johtavatko jatkuvat leikkaukset joidenkin ihmisryhmien kohdalla joko suoraan tai välillisesti kansalaisoikeuksien asteittaiseen vähenemiseen. Ajatus hyvinvointivaltion kriisistä nosti esiin kysymyksen, mitä kansalaiselle tapahtuu, kun sen sosiaalinen ulottuvuus irtoaa hyvinvointivaltion rakenteista – ja kontrollista. Keskustelu hyvinvointivaltion purkamisesta avasikin Heikkilän mukaan mahdollisuuden kytkeä kansalaisuuden käsite entistä enemmän yksilön vapauksiin ja kansalaisen velvollisuuksiin. (Heikkilä 2001, 28.)

4.2. Kansalaisen velvollisuudet ja oikeudet

Narkomaanien kansalaisuutta tutkinut Rosa Meriläinen (2002) muistuttaa, että kansalaisuudesta käydään jatkuvaa merkityskamppailua, jonka toisessa päässä ovat ajatukset kansalaisuuden luovuttamattomuudesta ja siten myös kansalaisoikeuksien luovuttamattomuudesta. Toisaalla taas nähdään ajatus kansalaisesta yhteisön jäsenenä, joka allekirjoittaa teoillaan ja ajatuksillaan kaikki yhteisön tärkeinä pitämät pelisäännöt – tällöin määritellään myös käsitystämme siitä, mikä on oikeusvaltio. Ensin mainitussa ajatuksessa kansalainen on tahtova subjekti, toisessa subjektiuden voi menettää.

Kansalaisuuden määrittely on kahdensuuntaista. Yhteisö ja valtio määrittelevät toisalta sen, kuka on kansalainen ja kuka ei. Toisaalta yksilö voi myös itse osallistua kansalaisuutensa määrittelyyn. Jälkimmäinen näkökulma laajentaa kansalaisuuden käsitteen käytäntöjen tasolle. Jean Leca näkee kansalaisuuden merkitsevän yksilön näkökulmasta kahta erilaista etua. Yksilöt, jotka kokevat kansalaisuuden kautta parhaiten pystyvänsä suojaamaan ja ajamaan omaa etuaan, ovat ”parhaita” kansalaisia. Ja toisaalta kansalaisuus on myös resurssi, jonka ansiosta hiljaisemmat kansalaisetkin voivat vaatia poliittista kompetenssia ja puolustaa omaa etuaan tehokkaasti. Mikäli hiljaiselle kansalaiselle ei tarjoudu mahdollisuutta vaatia kompetenssia, heiltä joko puuttuu kansalaisuus täysivaltaisuuden merkityksessä tai kansalaisuus sinänsä on rapautunut, eikä kykene tarjoamaan riittävää suojaa ja selkänöjää. (Leca 1992, 20.)

Kansalaisuuden kautta määrittyvät kansalaisoikeudet eroavat ihmisoikeuksista siinä, että kansalaisuus on sidottu valtioon. Ihmisoikeudet katsotaan universaaleiksi ja ne taas määrittyvät käytännössä kansainvälisten sopimusten kautta. Perustuslaissa määritellyn valtiokansalaisuuden lisäksi kansalaisuuden käsitteessä on Meriläisen mukaan oleellista sen sosiaalinen aspekti. Sosiaalisella kansalaisuudella Meriläinen tarkoittaa ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa määrittyvää yhteenkuuluvuutta ja saman sosiaalisen yhteisön, arvoyhteisön, jakamisen kokemusta. Vain tätä kautta voi muodostua suvereenin valtion täysivaltainen jäsenyys. Kansalaisuus vaatii

Meriläisen mukaan yhteisön kokemusta. Tällöin kyseessä on yhteisön kirjoittamattomien sääntöjen tunteminen ja sisäistäminen, ei lain määrittämä kansalaisuus. (Meriläinen 2002, 79.)

Sosiaalisen kansalaisuuden ohella Meriläinen nostaa esiin kansalaisen käsitteen poliittisen aspektin eli sen, miten yksilö kokee olevansa poliittinen subjekti tai miten yksilö koetaan poliittiseksi subjektiksi. Tämä kansalaisuuden aspekti korostuu omassa analyysissäni. Poliittinen kansalaisuus ei näy ainoastaan perinteisinä poliittisina oikeuksina, kuten oikeutena äänestää. Poliittiseen kansalaisuuteen kuuluvat myös oikeus osallistua ja vaikuttaa poliittisiin prosesseihin. Liberalismin idea kansalaisuudesta on painottunut ja rajoittunut näkökulmaan, jossa kansalainen on subjekti, jolla on oikeuksia. Sosiaalidemokraattinen liike toimi tämän näkökulman haastajana vaikuttaen vahvasti kansalaisoikeuksien ja kansalaisuuden laajentumiseen sosiaalisten oikeuksien suuntaan. Uusliberalistinen liike on puolestaan toiminut sosiaalidemokraattisen sosiaalipolitiikan vastavoimana. (Emt., 79–80.)

Ulrich Beck on riskiyhteiskunnan ja refleksiivisen modernin käsitteillään kuvannut tilannetta, jossa modernien valtioiden luoma taloudellis-poliittis-hallinnollinen järjestelmä muuntuu jatkuvasti uusia riskejä ja ennakoimattomia seurauksia ulossylkeväksi koneeksi, jonka rationaalinen hallitseminen käy mahdottomaksi. Ongelmien ja seurausten jatkuva tarkkailu ja korjaaminen vaativat valtavasti tiedollisia, taloudellisia ja hallinnollisia resursseja. Koska resurssit eivät riitä loputtomiin, uhkaa systeemi kuristua omaan monimutkaisuuteensa. John Ralston Saulin (1999) mukaan valtiollinen säätely ja kontrolli ovatkin kehittyneet niin uuvuttaviksi, että ne vieraannuttavat kansalaiset politiikasta. Tiina Rättilän mukaan tätä taustaa vasten onkin ymmärrettävää, että kansalaisten on vaikea tällaisessa järjestelmässä ylläpitää poliittisen vaikuttamisen etiikkaa. Rättilä toteaaakin, että yksittäiset kansalaiset ja erilaiset ryhmät ja liikkeet ovat alkaneet etsiä uusia väyliä ja areenoita, joiden kautta nostaa esiin erilaisia ongelmia yksittäisen ihmisen oman arkielämän ongelmista ilmastonmuutoksen kaltaisiin laajoihin, koko maapalloa koskeviin ilmiöihin. (Rättilä 2004, 85.)

Chantal Mouffin mukaan kansalaisuus tulisikin määritellä uudelleen siten, että siinä yhdistyisivät mahdollisuus poliittiseen yhteisöön, poliittiseen identiteettiin sekä sosiaalisiin ja poliittisiin oikeuksiin. Mouffin tavoite on radikaali, demokratiaa toteuttava, aktiivinen kansalainen, joka ilmentää kansalaisuuttaan toimimalla. (Mouffe 1992, 4.)

Kansalaisten oma-aloitteisuus ja itseorganisoitumiskyky muuttavat valtasuhteita radikaalisti (ks. esim. Lappalainen 2002). Yhteiskuntaan syntyy uusia valtakeskuksia, joka näkyy mm. siinä, että julkinen valta joutuu yhä useammin varautumaan esittämiensä suunnitelmien vastustamiseen. Tiina

Rättilän mielestä uutta tilannetta leimaa se, ettei ole olemassa viimekätistä tietoa, mikä on lopulta oikein ja hyväksi ihmisille. Jotta jälkimodernin yhteiskunnan hallitseminen olisi mahdollista, julkisen vallan olisi kehitettävä yhteistyötä laajemman osallisten joukon kanssa. (Rättilä 2004, 86.)

Globalisaation, Euroopan integraation sekä taloudellisen ja teknologisen kehityksen myötä kansalaisuus toiminnallisena subjektina on saanut uusia tulkintoja ja muotoja. Kansalaisten sijaan erilaisissa poliittisissa asiakirjoissa puhutaankin usein esimerkiksi kuluttajista, asiakkaista tai jopa käyttäjistä. Karoliina Snell (2002, 285) on tarkastellut biotekniikkapolitiikan kansalaiskuvaa. Hän toteaa Sosiologia-lehdessä ilmestyneessä artikkelissaan, että se nähdäänkö yhteiskunnan jäsenet kansalaisina, kuluttajina, ihmisinä vai väestönä, on samalla myös valintojen tekemistä siitä, kenelle asetetaan vastuun kantamisen tehtävät. Samalla päätetään luonnollisesti myös siitä, ketkä nähdään vastuun kohteina ja minkälaisiksi vastuusuhteet muodostuvat tieteen ja teknologian kehityssuunnista päätettäessä.

Biotekniikkapolitiikan vastuun kohteina kansalainen ja kuluttaja ovat hyvin erilaisessa asemassa. Kansalaisille tulee tarjota tasa-arvoisia mahdollisuuksia, kun taas kuluttajille tulee tarjota valinnanvapautta. Kuluttajat osallistuvat tulevaisuuden määrittelyyn ostamispäätösten kautta ja kansalaiset taas voivat osallistua päätöksentekoon joko edustuksellisen demokratian tai vapaaehtoisen kansalaistoiminnan kautta. Kansalaisen ja kuluttajan lisäksi Snell on erotellut tutkimuksessaan kaksi muuta luokkaa, jotka esiintyvät asiakirjoissa: väestö ja ihmiset. Nämä luokat eivät sisällä aktiivisen yhteiskunnallisen toiminnan mahdollisuutta. Väestö on lähinnä toimenpiteiden kohde ja ihmiset Snellin mukaan aktiivisia vain oman itsensä suhteen. (Emt., 286.)

4.3. Kansalaistuva politiikka

Kommunitaristisessa ajattelussa kansalaisten sosiaalisten oikeuksien nimissä toimivan byrokratisoituneen valtion on katsottu olevan aktiivisen ja vireän kansalaistoiminnan este (Heikkilä 2001,28). Kuntalaisaktiivisuutta poliittisena toimintana tutkinut Tiina Rättilä toteaa, että kiinnostus aktiiviseen kansalaisuuteen on noussut viime vuosikymmenien, teoreettisesti moniin suuntiin polveilevien keskustelujen lisäksi myös pragmaattiselta pohjalta. Ylhäältä lähtevä pragmaattinen kiinnostus heijastaa länsimaisten yhteiskuntien hajoamistendenssejä ja julkisen vallan tarvetta löytää uusia yhteisiä nimittäjiä kansalaisten integroimiseksi poliittiseen järjestelmään. Alhaalta nousevana aktivoitumisena kansalaisten toiminta puolestaan kertoo jonkinlaisesta edustuksellisen demokratian ja moderniuden kehityslogiikan kyllästymispisteen saavuttamisesta. Kansalaiset protestoivat yhtäältä päätöksentekojärjestelmän epäpoliittisointumista ja responsiivisuuden

heikentymistä sekä toisaalta myöhäismodernien tehokkuus- ja riskiyhteiskuntien epävarmuuksia ja ”itsesokeutta” vastaan. Myös uuden viestintäteknologian kehitys ja visiot siitä, että teknologia mahdollistaisi suoran demokratian klassisten ideaalien toteuttamisen, ovat toimineet aktiivisen kansalaisuuden innoittajina. Vaikka kansalaisuusprojektien edistämisen motiivit saattavat vaihdella, näyttäisi Rättilän mukaan kuitenkin vallitsevan jonkinlainen yksituumaisuus siitä, että demokratiaa pitää uudistaa juuri nyt ja että tässä tehtävässä kansalaisilla tulisi olla keskeinen rooli. (Rättilä 2001, 191.)

Donatella della Porta (2000, 240–241) menee demokratioiden uudelleenorganisointumista koskevissa päätelmissään jopa niin pitkälle, että päättelee puolueperustaisen demokratian tulleen tiensä päähän. Demokratioissa ollaan hänen mukaansa siirtymässä uuteen, julkisuuden demokratian vaiheeseen. Puolueiden asema heikkenee ja kollektiivisten tavoitteiden ja identiteettien muodostuminen palaa kansalaisyhteiskuntaan. Tilanne muistuttaa hänen mukaansa aikaa ennen joukkopuolueiden syntyä.

Yksityisen ja julkisen välinen ristiriita oli Arendtin mukaan uuden ajan alulle tyypillinen ilmiö, joka johti yksityisen ja julkisen alueen välisen eron liudentumiseen ja molempien sulautumiseen sosiaalisen alueeseen. (Arendt 2002, 74.) Kansalaisuus on hänelle jotakin, joka ei rakennu yksityisen alueella, vaan kansalaisuuden sosiaalista ja poliittista aspektia rakennetaan julkisessa tilassa. Yksilöllisyyden, ainutkertaisuuden ja omaleimaisuuden rakentaminen tapahtuu kuitenkin sekä yksityisessä että julkisessa tilassa. Jos kansalaisuuden kannalta on oleellista, miten ihminen joko on tai ei ole täysivaltainen subjekti, on yksilöllisyyden toteuttamisen paikkana julkisessa tilassa Arendtin mukaan nimenomaan sosiaalisen alue. Julkisella alueella on keskeiseksi nousut yksittäisten ihmisten elämänmahdollisuuksien, hyvän elämän ja hyvän arjen toteuttamisen mahdollistaminen, ei niinkään ”yhteinen etu”. Arendt linkittyikin kommentteillaan biopoliittiseen keskusteluun siitä, miten elämänpolitiikasta on tullut politiikan keskeinen sisältö. (Meriläinen 2001, 88–90.)

Elämänpolitiikan piirissä puhutaankin arkipolitiikoijista. Arkipolitiikoijat, joiksi politisoituneet kuluttajatkin luetaan, suosivat epämuodollista, pienimuotoista ja tilannekohtaista toimintaa. ”Henrik Bangin ja Eva Sörensenin mukaan arkipolitiikoijien toiminnallista identiteettiä määrittävät seuraavat piirteet:

- a) valmius ottaa asioista henkilökohtaista vastuuta suoraan silloin, kun se on mahdollista,
- b) toiminnan liittäminen kulloiseenkin paikkaan ja kulloisiinkin edellytyksiin,
- c) toimiminen sekä tarpeen että julkisen osallistumisen tuottaman ”nautinnon” vuoksi,
- d) toiminnan episodimaisuus,
- e) toiminnan anti-ideologisuus ja sitominen ongelmiin sekä
- f) pragmaattinen suhtautuminen asiantuntemukseen” (Rättilä 2001, 204.; ks. myös Bang & Sörensen 1998.)

4.4. Kansalaisuus muuttuvassa poliittisessa toimintaympäristössä

Kuten edellä olen kuvaillut, kansalaisten uudenlaisen aktivoitumisen taustalla vaikuttaa laaja-alainen yhteiskunnallinen uudelleenorganisoinnin prosessi. Tiina Rättilän (Rättilä 2004, 86) mukaan koko prosessia ymmärretään toistaiseksi vain vähän ja sitä myös kenties hieman pelätään. Ymmärrystä vaikeuttaa osaltaan sellaisen mielikuvaston ja poliittisen kielen puuttuminen, jolla uudelleenmuotoutuvaa yhteiskuntaa voitaisiin hahmottaa. Tämä näkyy myös havaitsemassani poliittisen toimijuuden käsitteellistämistä koskevassa hämmennyksessä ja toistuu analyysissäni.

Kari Palonen on huomauttanut, että jokaiselle poliittiselle hallintatavalle eli regiimille muodostuu oma sanastonsa. Eurooppalaisessa *polityn* sanastossa on Palosen mukaan erotettavissa peräkkäisiä, limittäisiä ja toistensa kanssa kilpailevia kerrostumia. (Palonen 2003, 574.) Anu Kantola on tutkinut kilpailuvaltion sanaston syntyä suomalaisessa politiikassa, ja jäljittänyt aineistona käyttämistään teksteistä kilpailuvaltion avainsanoja tutkien niiden esiintymistä ja käyttöä politiikassa. Kantolan tavoitteena oli selvittää, millaisiin sanastoihin suomalaisen kilpailuvaltion politiikka rakentuu. Samalla Kantola tarkasteli myös käsitteiden tapaa vaeltaa alueelta toiselle, samoin kuin käsitteistä käytyjä kamppailuja ja niiden käytötapoja. (Kantola 2006, 158.)

Analyysissään Kantola tukeutui Edvard Saidin kuvaukseen teorioiden tai ideoiden tavasta vaeltaa. Kantola havaitsi Saidin teorian mukaisesti omassa tutkimuksessaan käsitteiden siirtymisen yritysmaailmasta pienellä viiveellä hallitusohjelmiin. Käsitteistä muodostui kilpailuvaltion käsiteperhe, josta puolestaan muokkautuu kilpailuvaltion poliittisen hallinnan regiimin tuottava kilpailuvaltion sanasto (Kantola 2006, 158–159). Samalla tavalla myös Animalian kampanjasta käytyä keskustelua voi tarkastella toimijuuden eri ymmärtämistapoja ja muutosta valottavana esimerkkinä. Miten yhteiskunnallisissa valtasuhteissa tapahtuneet muutokset heijastuvat poliittisesta toimijuudesta ja sen rajoista ja mahdollisuuksista käytyyn keskusteluun (*tämän yhden esimerkin valossa*)? Millaiselle toimijalle nyky-yhteiskunta antaa mahdollisuudet toimia ja osallistua?

Kantola päätyi tutkimuksessaan lopputulokseen, jonka mukaan poliittisen hallinnan oletuksena ei ollut enää demokratiateorioiden mukainen *homo politicus*, vapaa ja täysivaltainen politiikan kansalainen, joka harkitsee, asettaa tavoitteita ja tekee päätöksiä yhdessä toisten kanssa keskustelun avulla. Omaan tahtoaan ilmaisevan kansalaisen tilalle astui huomattavasti mekaanisemmin toimiva *homo economicus*, jonka tarpeet tiedetään. Poliitiikan tavoitteena on rakentaa ohjaus- ja kannustinjärjestelmiä, jotka opastavat *homo economicusta* oikeaan suuntaan. Tällaisessa tilanteessa kyse ei ole enää yhdessä keskustelemisesta vaan ylhäältä tulevasta ohjaamisesta. Huomionarvoista on Kantolan havainto, jonka mukaan ongelmia ei nähdä niinkään rakenteellisina vaan enemmänkin psykologisina ja markkinoiden toimimattomuuden aiheuttamina. Esimerkiksi Kantola nostaa työttömyyden, jonka syyksi ei nähdä työn puutetta vaan työttömyyskorvausta nauttivan työntekijän haluttomuus ottaa työtä vastaan. Poliitiikka alkaa lähestyä terapiaa. Huomio ei keskity enää rakenteiden, vaan ihmisten muuttamiseen. Kantola toteaa, että kilpailuvaltion retoriikkaan näyttääkin liittyvän siirtymä yhteisestä politiikasta yksilöllistyvään terapiaan, jossa ongelman ratkaisut ovat yksilön kyvykkyydessä, eivät niinkään yhteiskunnan rakenteissa. (Kantola 2006, 172–173; ks. myös Kantola 2003.)

Myös Mikko Saastamoinen (2001) on todennut, että kulttuuristamme on tullut niin monimutkainen, että aikamme ihmisiä kehoitetaan etsimään henkilökohtaisen tason ratkaisuja rakenteellisen tason ongelmiin. Ihmisiä kehoitetaan satsaamaan itseensä, omaan identiteettiinsä ja toivomaan, että he selviytyvät rakennemuutoksessa, jonka luonteeseen perinteisellä poliittisella toiminnalla on yhä vaikeampaa vaikuttaa. Esimerkiksi Saastamoinen nostaa satsaukset elinikäiseen oppimisen ohjelmiin, joiden avulla rakenteellisen työttömyyden kohteiksi joutuneita ihmisiä kannustetaan itsensä kouluttamiseen ja sitä kautta itsensä muuttamiseen houkuttelevammaksi työmarkkinoille.

Yksilön kyvykkyyden korostamiseen liittyy kansalaisuuden näkeminen yksilön omana ”projektina”. Vaikka kansalaisuus on perinteisesti liitetty ajatukseen valtiokansalaisuudesta, sitä voi lähteä purkamaan myös esimerkiksi identiteetin ja roolin käsitteen kautta. Identiteetti viittaa kansalaisuuden kokemiseen yksilötasolla, kun taas rooli tuo mukaan yhteiskunnallisen ulottuvuuden. Auli Harju näkee kansalaisuuden vain yhtenä monista yksilölle tarjoutuvista rooleista ja rinnastaa sen esimerkiksi kuluttajuuden ja asiakkuuden rooleihin. (Harju 2005, 6.) Harjun ajatus rooleista on mielenkiintoinen. Itse en näe kuluttajuutta ja kansalaisuutta kuitenkaan irrallisina rooleina silloin, kun kuluttajuus nähdään politisoituneena.

5. KULUTUSVALINNAT POLITIIKKANA

Kulutukseen liitetään nykyään sellaisia piirteitä kuten yksilöllistyminen, fragmentoituminen, demokratisoituminen ja vapautuminen normatiivisista säännöistä. Kulutuksessa nähdään paljon myös alati uusia elämyksiä janoavia, hedonistisia piirteitä. Kulutusta pidetään omana alueenaan ja sen katsotaan korvanneen esimerkiksi työn keskeisenä identiteetin määrittäjänä.

Kulutus ei kuitenkaan tapahdu missään tyhjiössä: Kulutusvalintoihin on aina pyritty vaikuttamaan erilaisin säädöksin, yhteiskuntapoliittisen päätöksenteon kautta sekä valistuksen, neuvonnan ja mainonnan keinoin. Kulutus on myös tietoinen politiikan kohde eikä pelkkä yksityisasia. Vaikka monista kuluttamiseen liittyvistä säännöstelyistä on vapauduttu, on esimerkiksi terveyden ihanne voimistunut monin tavoin viime vuosina ja tupakointia rajoitetaan entistä tiukemmin säännöin. Uusia moraalisia näkökulmia kulutukseen on myös nostettu esiin, kun keskusteluun on tuotu ympäristönsuojelun ja kestävän kehityksen, eläinten suojelun tai lapsityövoiman käytön kaltaisia teemoja. Virallisen säätelyn vähentyessä ja valinnan mahdollisuuksien lisääntyessä vastuu kuluttamisen eettisistä valinnoista jää entistä enemmän kuluttajalle itselleen. (Ahlqvist 1998, 13). Maailmanlaajuiset virtuaalimarkkinat korostavat kuluttajan vastuuta vielä entisestään (Ahlqvist & Raijas 2004, 38).

Turo-Kimmo Lehtonen toteaaakin, että kuluttaja joutuu jatkuvasti arvioimaan sen, mitä pitää itselleen tarpeellisena. Tarpeellisuutta säätelevät tavan ja maun lisäksi erilaiset rajoitteet: varallisuus ja yhteisöllisesti välittyneet moraaliset periaatteet. Tällöin oma kuluttaminen on jatkuvan arvioinnin ja itsekontrollin kohteena. Kuluttaessaan ihmiset määrittävät paitsi yksilöllisyyttään myös yhteenkuuluvuuttaan toisten kanssa. Halutut tavarat ovat sekä esityksiä niistä ihmisistä ja elämäntavoista, joihin samastutaan, että kulttuuristen arvojen ja ihanteiden aineellistumia. (Lehtonen 1999, 25-30.)

Poliittisella kuluttajuudella eli konsumerismilla tarkoitetaan useimmiten ostopäätösten tekemistä poliittisin tai eettisin perustein. Se voidaan ymmärtää myös laajemmin markkinayhteiskuntaa ja kuluttamista kriittisesti arvioivana toimintana, jolloin toiminnalla voi olla monia erilaisia muotoja. (Rinne & Rättilä, 23.11.2005.) Yhteistä erilaisille politisoituneen kuluttajuuden toimintamuodoille on, että kuluttamiseen liittyvät arvovalinnat voivat pohjautua monimutkaisiinkin sosiaalisiin ja normatiivisiin rakennelmiin. (Micheletti 2003, 2-3). Politisoituneen kuluttajuuden näkökulmasta valintoja tekeväille kuluttajana toimiminen on poliittinen hyve.

5.1. Kuluttajuuden monet muodot

Kuluttajia ei toki voida tarkastella yhtenäisenä ryhmänä, vaan kuluttajat muodostavat pieniä alaryhmiä, joiden väliset intressit eroavat ja risteävät toisiaan mitä moninaisimmilla tavoilla. Niin kuluttajakuvia kuin kuluttaja-aktiivisuuden painotuksiakin on hyvin monenlaisia riippuen tarkastelijan näkökulmasta. Erittelen tässä niistä muutamia.

Kuluttajansuojelun lähtökohtana on perinteisesti ollut kuluttajan näkeminen *uhrina*. Taloustieteet ja 1980-luvun kuluttajapolitiikka puolestaan on tarkastellut kuluttajia pääasiassa *valitsijoina*. Kulutus on myös nähty kommunikaation välineenä. Tätä koulukuntaa edustaa mm. sosiologi Georg Simmel. *Kommunikoiva kuluttaja* ostaa tuotteita, koska ne merkitsevät hänelle jotakin ja kertovat hänen statuksestaan muille ihmisille. *Löytöretkeilevä kuluttaja* tulee puolestaan esiin Pierre Bourdieun tutkimuksissa. Hänen mukaansa kuluttamalla saatetaan etsiä omaa identiteettiä ja kuluttamisen ensisijainen tarkoitus on muista erottautuminen. Nykyisin puhutaan paljon myös *hedonistisesta kuluttajasta*. Kuluttaminen rakentuu jatkuvan mielihyvän tavoittelulle ja liittyy arkielämän estetisoitumiseen, luovan kulutuksen mahdollisuuteen ja identiteetin etsintään. Lisäksi psykologisesta näkökulmasta voidaan löytää kuluttajatyypeiksi mm. *lohdutautuva kuluttaja* ja *itsetuhoinen kuluttaja*, joka kuluttaa ylivojojensa piittaamattomalla asenteella. Kuluttajaboikotit ja yhä lisääntyvä kuluttajatietoisuus toivat esiin myös *kapinoivan kuluttajan*. Kuluttajaliikkeet kanavoivat kuluttajien intressejä ja mm. tuottavat tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista ja valmistusolosuhteista. (Pantzar & Heinonen 1998, 12–14.)

Toisaalta kuluttajien joukossa on myös ns. *anti-kuluttajia*, jotka pyrkivät mahdollisimman paljon eroon kaikenlaisesta kulutuksesta. Antikuluttamisen ilmentymiä ovat mm. buy-nothing-day, freeganismi, omavaraistaloudessa elävät ja steal something -liike. Kommunitaristinen näkökulma, joka asettaa yhteisön yksilön rinnalle, nosti esille kansalaisten osallistumisen ja päätöksenteon hajauttamista suhteessa markkinoihin painottavan kannan. Yksilöiden oikeuksia ei nähdä absoluuttisina ja yhteiskunnallinen reiluus on tärkeä päämäärä. Tästä näkökulmasta sai alkunsa *kuluttajan näkeminen kansalaisena*. (Emt. 1998, 14.)

Kuluttajista puhuttaessa ja erityisesti kansalaisen ja kuluttajan rooleja vertailevassa keskustelussa kuluttajalla todetaan usein olevan kansalaista suurempi määrä valinnanmahdollisuuksia. Roope Mokka ja Aleksis Neuvonen kirjoittavat:

”Tulevaisuuden kansalaisella on vähemmän valtaa kuin tulevaisuuden kuluttajalla. Riskinä, on että tulevaisuudessa voimme olla yksilöitä (ja valitsemamme elämäntaparyhmän jäseniä) vain kuluttamisen kautta. Ei siis ole suurikaan ihme, jos toimimme mieluiten kuluttajina. Kansalaisesta on tullut ressurssi, mutta kuluttajuus lupaa kuninkuutta”. (Mokka & Neuvonen 2007, 33.)

On kuitenkin hyvä pitää mielessä, että kulutuskaan ei ole vallankäyttöön kuulumaton alue. Tämä on syytä muistaa, vaikka kuluttajia tarkasteltaisiin lähtökohtaisesti agenteina, jotka voivat aina valita toisin ja myös silloin kun kulutusta lähestytään keinona tuottaa esimerkiksi muotia, statusta tai elämäntapaa. Kuluttamisen vapaus voi olla paljon näennäisempää kuin esimerkiksi kulutussosiologiassa on yleensä ajateltu. Steven Milesin sanoin: ” [Ehkä] me koemme voivamme olla keitä tahansa sen perusteella, mitä kulutamme, vaikka itse asiassa olemme yksinkertaisesti vain sellaisia kuin sosiaalinen järjestelmä haluaa meidän olevan: kuluttajia”. (Ilmonen 2003, 20.)

5.2. Ideologisoitu kuluttajuus kansalaisuuden korvaajana?

Kansalaisuuden ja kuluttajuuden suhteesta on politiikan muutoksen myötä käyty paljon keskustelua. Heikki Heikkiläkin on havainnut julkisessa keskustelussa mielenkiintoisen liikehdinnän kansalaisuuden ja kuluttajuuden välillä. Kuluttajista on luotu yhä aktiivisempaa kuvaa toimijana, joka ei halua vain valita annetuista vaihtoehdoista vaan myös vaikuttaa siihen, millaisia vaihtoehtoja hänelle asetetaan. Kansalaisuus on taas nähty monesti pelkkänä valitsemisena ja kaiken lisäksi valinnanvaraa on tarjolla huomattavasti vähemmän kuin kulutusmarkkinoilla. Kansalaisen roolia pelkkänä valitsijana ilmentävät hyvin aiemmin kulutustottumuksia selvittämään kehitettyjen gallupien suosio kansalaisten mielipiteen mittarina. Kansalaiselta halutaan vastauksia ennalta määrättyyn kysymykseen, ennalta määrättyin vaihtoehdoin. (Heikkilä 1997, 6-9.)

Leimaavaa kansalaisuudesta ja kuluttajuudesta käydylle keskustelulle onkin mielestäni ollut Heikkilän edellä kuvailema roolien kääntymisen. Kuluttajan on ennen nähty toimivan lähinnä valitsijan roolissa. Tätä kuvailua on sittemmin siirretty käyttämään myös kansalaisesta puhuttaessa. Gerhard Schulzen elämysyhteiskunnan teoriassa nykyhetken yleistynyt hahmo onkin valitsija. Vaikka elämme runsauden yhteiskunnassa, subjektin suhde ympäristöönsä ei ole Schulzen mukaan enää niukkojen toimintamahdollisuuksien takia vaikuttamista, vaan valitsemista periaatteessa rajattomasta joukosta. (Noro 1995, 122.)

Baumanin mukaan postmodernissa yhteiskunnassa yksilöistä on tullut enemmänkin kuluttajia kuin poliittisia kansalaisia. Kun kansalaisista tulee kuluttajia, muuttuu ihmisten suhde valtioon ja yhteiskuntaan. Kuluttajat vaativat kasvavassa määrin suojelua valtiolta, mutta samalla he

hyväksyvät pienentyvän osallistumismahdollisuuden päätöksentekoon. Kuluttajien mahdollisuudet vaikuttaa ja kuluttajan vallan muodot ja mahdollisuudet ovat jatkuvan kiistelyn kohteena. (Bauman 1999, 73.) Uusliberalistisen asiakkuusajattelun myötä valta siirtyy nimittäin kansallisvaltioiden johdolta ja asiantuntijoilta kuluttajille ja asiakkaille, joilta odotetaan yhä enemmän oma-aloitteellisuutta ja vastuunkantoa omasta elämästään. Kuluttajilla voidaan tällöin ajatella olevan enemmän valtaa markkinoilla, minkä puolestaan katsotaan lisäävän demokratiaa. Toisaalta osa tutkijoista muistuttaa, että kuluttajuuden korostaminen kansalaisuuden sijaan vie valtaa tuottajille.

Tiina Rättilä näki tutkimuksessaan esiin nousseen kuntalaisten ja hallinnon debatin paikallisen hallinnon luonteesta itse asiassa kahden erilaisen kansallisuusmallin kilpailuna. Hallinnollisessa diskurssissa aktiivinen kansalaisuus näyttäytyy yksityisenä kansalaisuutena, jossa osallistumista määrittävät erityisesti asiakkuuden (*client*) ja kuluttajuuden (*consumer*) roolit. Hallinnolliset käytännöt tuottavat yksityiseen kuluttamiseen nojautuvaa ´asiakasdemokratiaa´, jossa palvelujen asiakkaille annetaan mahdollisuus reagoida palvelun sisältöön ja laatuun erilaisten palautemekanismien avulla. Hallinnon tehtävänä on olla riittävän responsiivinen näin ilmaistuille toiveille ja tarpeille. Jos mekanismi toimii jouhevasti, kansalaisten julkiselle poliittiselle toiminnalle ei ole tarvetta, eikä sillä siis ajatella olevan arvoa sinänsä. (Rättilä 2001, 203.)

Kuntalaisaktiivisuudessa osallistuminen sen sijaan saa ydinmerkityksensä nimenomaan julkisissa keskusteluissa yhteisistä asioista ja ongelmista. Kuntalaisaktiivisuus rakentaa julkista poliittista kansalaisuutta. Tällä painotuksella on selviä yhtymäkohtia deliberatiivisen demokratiateorian käytäntöihin ja oletuksiin. Deliberaatioteoreetikkojen idea, jonka mukaan poliittinen kansalaisuus voi toteutua vain toimijoiden välisessä avoimessa ja pakottomassa vuorovaikutuksessa, näkyy kuntalaisaktivistien toiminnassa. Tämän ajattelutavan mukaan asiakkaan ja kuluttajan roolit, jotka sijoittuvat yksityisen kuluttamisen areenoille, pikemminkin kaventavat kuin edesauttavat kansalaisten mahdollisuuksia toimia ”vaikuttavina osallisina”. (Emt., 203.)

Risto Kunelius puolestaan korostaa, että kansalaisuus on aina ollut tavalla tai toisella rakennettua. Hänen mukaansa kuviteltujen ja todellisten muutosten keskellä on tärkeä olla hukkaamatta sitä erityisyyttä, joka kansalaisen ideaan liittyy. Kansalaisuus on Kuneliuksen mukaan rooli, joka erottuu niin asiakkaista, kuluttajista kuin ”taviksistakin”. Kuluttajista ja asiakkaista voi tulla kansalaisia, silloin kun he vaativat yhteisiä oikeuksia. ”Taviksista” puolestaan tulee kansalaisia, jos he vaativat muutoksia, ehdottavat ratkaisuja tai tulevat otetuiksi vakavasti erilaisten kansalaistavien laitosten, kuten asiantuntijoiden poliitikkojen tai journalistien toimesta. Kunelius liittää kansalaisuuteen paitsi vakavasti otetuksi tulemisen myös aktiivisen vastuun oton. (Kunelius 2005,

3-4.) Kansalaisuus on siis Kuneliukselle edelleen jotakin, joka oikeutetaan jostakin muualta kuin ihmisestä itsestään käsin.

Kansalaisuudesta ja kuluttajuudesta käydystä keskustelusta nousee mielestäni kaksi päälinjaa. Joko kansalaisuudesta ja kuluttajuudesta tunnutaan puhuvan lähes synonyymeinä tai sitten roolit nähdään täysin toisensa poissulkevinä. Valtiokansalaisuuden puolustajat näkevät kuluttajuuden usein yksilön valtaoikeuksia supistavana ja ajatus kuluttajuudesta koetaan jopa uhkana kansalaisuudelle. Esimerkiksi SKP:n eduskuntavaaliehdokkaana kevään 2007 eduskuntavaaleissa ollut taiteilija Teemu Mäki totesi Nyt-liitteen haastattelussa, että ihmisten pitäisi olla enemmän työläisiä ja kansalaisia. Kun he menevät markettiin, heistä tulee kuitenkin kuluttajia. Mäki kritisoi ajatusta valistuneesta kuluttajasta ja väittää sen olevan ”oikeiston luoma harhakuva”. Hän kuittaa ”cityvihreiden” ajatuksen maailman parantamisesta kulutustottumuksilla pelkäksi piperrykseksi. (Artikkeli, Nyt 11/2007.)

Erkki Karvonen muistuttaa, että käsitteitä vaihtamalla muuttuu myös maailmaan suhtautuminen erilaiseksi ja diskursiiviset rajanvedot maailmaan muuttuvat. Vetoamalla kansalaiseen tai vetoamalla kuluttajiin vedotaan ihmisten eri puoliin. Kriteerit, joilla ihmisten toimintaa tarkastellaan, ovat erilaisia. Toisaalta näyttää, että nykyisin ihmisten toimintaa kuluttajina tarkastellaan toisinaan kansalaisuuden kriteereiden kautta ja toimintaa kansalaisina kuluttajuuden kriteereiden kautta. (Karvonen 1999, 269.) Siinä lienee syy ihmisten hämmennykseen niin käsitteiden käytön kuin politiikkaan ja poliittisuuteen suhtautumisen suhteen. Ihmisiltä on osin hämärtynyt, millaista toimintaa heiltä milläkin elämän osa-alueella odotetaan.

Kun valinnanvaraa kansalaisena olemisen tavoissa ja etenkin kuluttajina on monia ja poliittisuus on kaikkialla, tuntuu seuraavan hämmennys ja epätietoisuus siitä, millainen toiminta riittää ja mitä todellisia seurauksia erilaisilla toimilla on. Ihmisiä kannustetaan toisaalta voimakkaasti äänestämään ja toteuttamaan perinteistä valtiokansalaisuutta, samalla kuitenkin myös ihmisten jokapäiväinen elämä on politisoitu ja meitä muistutetaan vastuullisuudesta myös arkielämän valintojen suhteen. Osa kohtaamistamme viesteistä muistuttaa voimakkaasti valtiokansalaisena toimimisen tärkeydestä. Osa viesteistä taas antaa ymmärtää todellisten voimien olevan jossakin aivan muualla kuin edustuksellisen demokratian instituutioissa ja peräänkuuluttaa markkinavoimiin ja -koneistoon kohdistuvaa vaikuttamista tai arkiseen lähiympäristöön kohdistuvia tekoja.

Laajentaako ja monipuolistaako kansalaisuuden ja kuluttajuuden yhteenliittäminen kansalaisuutta vai kaventaako sitä entisestään? Ennen kaikkea poliittisesta toimijuudesta käyty keskustelu nostaa mieleeni kuitenkin seuraavat kysymykset: Saako kansalaisuus muuttua? Millä ehdoilla?

6. RETORIikka POLIITTISEN TOIMIJUUDEN TUTKIMUKSEN APUVÄLINEENÄ

Heikki Heikkilä on väitöskirjassaan todennut, että kansalaisuus on käsite, joka saa merkityksensä silloin, kun sitä käytetään, tuotetaan ja uusinnetaan. Yhteiskunnallisten suhdanteiden muutokset muuttavat myös tapaa, jolla kansalaisuus ymmärretään. Heikkilän mukaan kansalaisuuden merkityssisällön avoimuutta voi tulkita myös niin, että yhteiskunnallisissa käytännöissä on ainakin jonkin verran vapauksia sen suhteen, millaista käsitystä kansalaisuudesta niissä tuotetaan ja ylläpidetään. Heikkilä muistuttaa, että yhteiskunnan eri laitokset ilmentävät toiminnallaan aina jonkinlaista käsitystä kansalaisuudesta. Koska kansalaisuuskäsitykset ovat kuitenkin harvoin julkilausuttuja, erilaiset kansalaisuuden ja poliittisen toimijuuden muodot on jotenkin luettava esiin eri tahojen tuottamista teksteistä. (Heikkilä 2001, 24.) Michael Shapiron mukaan tekstien poliittisesti ja politisoivasti lukeminen on tärkeä myös, jotta niissä oleva valta tulisi huomatuksi. Käsitteiden käyttö on aina vallankäyttöä. Vallan toimintatapojen tunnistaminen suhteessa identiteetin muodostumiseen tekee kuitenkin mahdolliseksi myös vallankäytön vastustamisen. Siinä missä lukeminen on Shapirolle vallan paljastamista, on kirjoittaminen puolestaan vallan dekonstruktioita, jonka avulla voidaan osoittaa ja tuottaa vaihtoehtoja. (Shapiro 1984, 221.)

Koska tarkoitukseni on lukea valitsemastani aineistosta esiin erilaisia tapoja ymmärtää ja muokata poliittista toimijuutta, sopivat metodologiset apuvälineet aineistoni analyysiin löytyivät uuden retoriikan menetelmien joukosta. Esittelen käyttämäni menetelmät tarkemmin tässä luvussa. Analysoin aineistostani esiin nousevia vakuuttamisen keinoja ja argumentaatiotekniikoita Perelmanin argumentaatioteoriassaan hahmottelemin välinein. Erityinen mielenkiintoni kohdistuu perelmanilaisten tosiasioina esitettyjen, yleisesti hyväksytyinä pidettävien esioletusten tarkasteluun. Perelmanin retoriikkakäsitystä on kritisoitu konsensukseen johtavan, rationaalisen argumentaation painottamisesta, jonka vuoksi vallan ja ideologian yhdistämistä siihen on pidetty vaikeana (Summa 1996, 73). Olenkin täydentänyt analyysiäni liittämällä mukaan myös Kenneth Burken ajatuksen retorista identifikaatiosta. Burkelle retoriikka on ihmisten tai ihmisryhmien ristiriitatilanteisiin liittyvä ilmiö. Apuna Burken ja Perelmanin teorioihin tutustumisessa olen käyttänyt erityisesti Kari Palosen, Hilikka Summan ja Riikka Kuusiston aihetta käsitelleitä kirjoituksia.

Perelmanin argumentaatioteoria tarjoaa hyvät välineet väitteiden uskottavuuden rakentamisen ja vakuuttamisen keinojen analyysiin. Burke puolestaan korostaa retoristen identifikaatioiden salakavaluutta ja hänen teoriansa pyrkimys onkin tiedostamattomien identifikaatioiden paljastaminen. (Emt., 60, 69.) Yhdessä näiden kahden uuden retoriikan edustajan menetelmät tarjoavat hyvät ja monipuoliset välineet analysoida mielipidekirjoituksia valitsemastani näkökulmasta. Kirjoituksissa esiintyviä tietoisia tai tiedostamattomasti käytettyjä retorisia keinoja purkamalla saadaan vastaus kysymykseen, millaisia erilaisia tapoja ymmärtää poliittinen toimijuus ja sen muutos teksteissä esiintyy. Koska tarkoitukseni on toimijuuden tarkastelun avulla käsitellä kansalaisuuden *käsitteen* muutosta, analyysissäni on piirteitä myös käsiteanalyttisestä tarkastelusta.

Nojaan Anu Kantolankin omassa tutkimuksessaan (2006, ks. tutkielman luku 4.4.) hyödyntämään Edvard Saidin ajatukseen käsitteiden mahdollisesta vaelluksesta alueelta toiselle. Saidin mukaan ensin on olemassa alkupiste, jossa idea syntyy tai ilmestyy puhetapaan. Seuraavassa vaiheessa idea lähtee liikkeelle ja vaeltaa seuraavaan paikkaan ja aikaan, kunnes se päättyy kolmanteen vaiheeseen eli myllytykseen. Myllytyksessä idea kohtaa paikalliset hyväksyttävyyden ehdot ja ilmaantuu sitten lopulta esille hyväksytyssä muodossa. Neljännessä vaiheessa idea elää ja voi hyvin hiukan uudelleen muotoiltuna, hyväksytyssä muodossaan, ja on valmis taas tarvittaessa siirtymään eteenpäin. (Said 1983, 226–227.)

6.1. Poliitiikan tutkimus ja retoriikka

Antiikin aikana retoriikka ymmärrettiin opiksi puhetaidosta eli kuinka asia esitetään vakuuttavasti ja suostuttelevasti puheen keinoin (Haapanen 1996, 23). Hilka Summa (1989, 89) toteaa, että retoriikka on klassinen nimitys kommunikatiivisen prosessin tuntemukselle ja hallinnalle. Vanhin säilynyt retoriikan tutkielma on Aristoteleen Retoriikka. Aristoteles oli Platonin oppilas, mutta irtaantui omassa tutkimuksessaan Platonin absolutisoivasta kannasta totuuteen ja retoriikkaan. Aristoteleen filosofiassa retoriikka sijoittuu osaksi *poiesista* eli ihmisen tavoitteellista tuotantotoimintaa. Aristoteles toi esiin sen, että retoriikka on tavoitteellisen juridisen ja poliittisen toiminnan väline, jonka eettisiä kytkentöjä ei voi sivuuttaa. Retoriikka kuuluu tarkoituksellisen tavoitteellisen toiminnan piiriin, deliberaation alueeseen, jossa ihmisellä on vastuu tekojensa seurauksista. Ns. modernin retoriikan piirteitä nähtiin puolestaan mm. Francis Baconin teksteissä.¹¹ (Emt., 90–92.)

¹¹ Baconin teksteissä retoriikan rooliksi osoitetaan ”järjen ja mielikuvituksen yhteensovittaminen, jotta tahto saadaan liikkeelle” (Summa 1989, 91).

Valistusajattelun vakiinnuttua tiedon hankinnan, ilmaisun ja käytön oikeana pidetyksi malliksi, retoriikan arvostus laski. Esimerkiksi Kant oli tunnettu vihamielisyydestään retoriikkaa kohtaan. (Summa 1989, 92.) 1800-luvun loppuun mennessä retoriikka oli Perelmanin mukaan käytännössä katsoen kuollut Euroopassa. Pitkään hieman sivummalla ollut retoriikka on kokenut uuden renessanssin viime 1960-luvulta alkaen ja siitä on tullut suosittu väline myös yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen piirissä. Retoriikan kunnianpalauttajina ja ns. ”uuden retoriikan” tunnetuimpina edustajina ja kehittäjinä pidetään Stephen Toulminia, Kenneth Burkea ja Chaïm Perelmania. Uuden retoriikan tutkimuskohteena ei ole vain puhe, vaan tekstit ja kaikki muutkin viestinnän lajit.

Retoriikan suosio yhteiskuntatieteissä kasvoi erityisesti konstruktionistisen ajattelutavan vallattua alaa yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa. Sosiaalisen konstruktionismi on tiedonsosiologia, jossa tehdään selkeä ero tiedon ja todellisuuden välille. Konstruktionismin klassikkoteoksena pidetyssä teoksessaan *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen* Peter L. Berger ja Thomas Luckman kirjoittavat todellisuuden muodostuvan sosiaalisissa prosesseissa, jolloin tutkimuksellisen mielenkiinnon kohteeksi nousee kysymys, kuka todellisuutta konstruoi ja miten. Sosiaaliseen konstruktionismiin suuntautunut tutkija on siis kiinnostunut siitä, kuinka jotkut asiat muodostuvat merkittäviksi yhteiskunnallisiksi ongelmiksi tai ilmiöiksi. (Berger & Luckman 1994, 11–12.) Myös oma tutkimukseni nojaa konstruktionismin perinteeseen.

Kari Palonen (1997, 75) on todennut kielen olevan politiikoinnin resurssi. Retoriikka puolestaan tarjoaa toiminnallisen näkökulman kieleen. Koska retoriikka on monimerkityksinen ilmiö ja sen rajat muihin tutkimusmenetelmiin ovat liukuvia, pitää Palonen puhetta retoriikasta yhtenäisenä metodina jopa mahdottomana. Retoriikan voi nähdä joko tutkimusmetodina tai aspektina tutkimuskohteeseensa.

Retoriikasta puhuttaessa ei voi sivuuttaa puhetta diskursseista. Sami Moision on tiivistänyt retoriikan ja diskurssin suhteen seuraavasti: diskurssi edustaa rakennetta, kun taas retoriikka on diskurssin puitteissa tapahtuvaa toimintaa (Harle & Moision 2000, 100). Diskurssianalyttisessä lähestymistavassa kielen katsotaan rakentavan todellisuutta erilaisten kontekstisidonnaisten merkityssysteemien mukaisesti. Arja Jokisen, Kirsi Juhilan ja Eero Suonisen (1993, 27) määritelmän mukaan diskurssit ovat verrattain eheitä säännönmukaisten merkityssuhteiden systeemejä, jotka rakentuvat sosiaalisissa käytännöissä ja samalla rakentavat sosiaalista todellisuutta. Retoriikka puolestaan on diskurssin muodostaman rakenteen puitteissa tapahtuvaa toimintaa. Diskurssi määrittää, millaiset asiat yleisö kokee uskottavana ja ymmärrettävänä. (Harle &

Moisio 2000, 100.) Kun rakenteen ja toimijan välinen suhde ymmärretään vuorovaikutukseksi, retoriikan merkitys politiikalle korostuu ja retoriikka nousee esiin innovatiivisena keinona vaikuttaa rakenteeseen esimerkiksi käsitteiden muuntelun avulla. (Emt., 104.) Kielellä on keskeinen asema tilanteiden, tekojen ja tavoitteiden määrittelijänä, joten argumentoinnin tutkimus on perusteltua ja tärkeää erityisesti poliittisia muutos- ja taitekohtia tutkittaessa ja avattaessa. Argumentaatio tuottaa merkityksen konkreettisille teoille. Retoriikka on siis myös poliittista toimintaa, jolla määritellään, otetaan kantaa ja rajoitetaan valintojen kenttää. (ks. esim. Kuusisto 2004.)

6.1.1. Retorinen politiikan tutkimuksen käänne ja käsitteiden tutkimus

Ajattelu ja politiikka oli perinteisesti totuttu yhdistämään kahdella tavalla. Joko tavoiteltiin harjoitettavan politiikan taustalla olevaa poliittista ajattelua eli filosofiaa tai sitten politiikka ymmärrettiin pelkästään käytäntönä, jossa ajattelulla oli merkitystä vain jälkikäteen rationalisoinnin välineenä. Retorinen poliittisen ajattelun tutkimuksen käänne, jonka aloittajana Palonen pitää Quentin Skinneriä, toi mukanaan uuden näkökulman poliittiseen ajatteluun ja esittsen henkilön itsereflektiona. Itsereflektio ei vie henkilöltä päätösvaltaa omasta toiminnastaan, mutta kuitenkin se ohjaa niin politiikan sisältöä, kohdetta, tekotapaa kuin sen käsittämistäkin koskevia tulkintoja. Palosen mukaan voidaan jopa puhua taidosta ajatella poliittisesti. Kysymysten politisointi ja tematisointi tärkeiksi, käsitteiden tulkinta ja käyttö, vaihtoehtojen jäsentäminen, vastustuksen ennakoiminen, seurausten arviointi sekä valittujen vaihtoehtojen perusteleminen ovat esimerkkejä niistä operaatioista, joita poliittisesti ajattelemiselta edellytetään. Poliittisen ajattelun tutkimus kohdistuu juuri näihin operaatioihin ja sen avulla ja välityksellä voi myös paremmin ymmärtää poliittista toimintaa. (Palonen 1996, 137.)

Skinnerin metodologinen ohjelma käyttää mm. J. L. Austinin esittämän puheaktiteorian erityissanastoa. Puheaktiteorialle on olennaista, että jakoa sanojen ja tekojen välille ei voi tehdä. Kaikki sanat ovat myös tekoja, puheakteja. Toiminta ja politiikka ovat aina myös kielellisiä ilmiöitä ja ymmärrettävissä vain tämän ulottuvuuden kautta. Hannah Arendtin (1960) tavoin Skinner siirtää politiikan tutkimuksen huomion politiikan tuloksista poliittisesti toimimiseen. Skinnerin oma keskeinen mielenkiinnon kohde on puheakti, joka ”ilmaisee tekijän spesifistä intentiota tekstissä”. Tätä spesifiä intentiota Skinner ilmaisee usein termillä *point*.¹² Pointin tutkimisella Skinner tarkoittaa toiminnan ja siten myös politiikan tutkimista toimijan tilanteesta käsin. (Palonen 1996, 144-145.)

¹² Kari Palosen mukaan termin *point* erityisluonne ´merkityksen´ vivahteena tulee parhaiten esiin, kun termi suomennetaan pointiksi, muut käännökset eivät tuo oikeutta sanan erityisvivahteille. (Palonen 1996, 145.)

Puheakti vastaa aina toimijan merkittäväksi tulkitsemiin kysymyksiin. Pointin kysyminen ja etsiminen tuo esiin toiminnan retorisen luonteen. Pointin tavoittelu mahdollistaa esimerkiksi tekstin ironisen vivahteen ymmärtämisen. Pointin etsiminen on vaihtoehto myös tekstissä esitetyn totuuden arvostelulle. Totuuden pitäminen toissijaisena tarkoittaa Skinnerille, että on tärkeää kysyä, millaisia uskomuksia kirjoittajilla on. (Palonen 1996, 146.)

Palonen toteaa Skinnerin tuotantoa esitellessään ja tulkitessaan, että Skinnerin mielenkiinto on käsittemuutoksien tulkinnassakin ensisijaisesti retorisella tasolla. Skinner on kiinnostunut vakiintuneen kielenkäytön muutosten legitimoinnista eikä niinkään uusien käsitteellisten konstruktioiden sisällöstä ja merkityksestä. Myös Koselleck tulkitsee käsitehistorioitsijana käsitteitä toiminnallisesta perspektiivistä. Skinner ei Palosen mukaan niinkään kritisoikaan tätä, vaan puhe käsitteistä argumenttina on tulkittavissa siten, että ”käsitteillä” on Skinnerin mukaan ensisijaisesti retorinen arvo. Tämä arvo sitoo ne spesifeihin historiallisiin yhteyksiin. Taustalla Palonen havaitsee myös wittgensteiniläisen tulkinnan: käsitteiden merkitys muodostuu niitä käytettäessä eli käsitteiden teoreettisella merkityksellä ei ole niiden ”normaalikäytöstä” poikkeavaa merkitystä. Tästä seuraa, että huomio tulisikin kohdistaa ”normaalikäyttöön” ja sen muutoksiin. (Palonen 1996, 152-153.)

Skinner tulkitsee valtion käsitettä *Foundations*-teoksensa viimeisessä luvussa ja artikkelissaan *The State*. Analyysinsä lähtökohtana Skinnerillä on ajatus siitä, millainen moderni valtio on. Hän soveltaa tulkinnassaan eräänlaista genealogista tarkastelua ja moderni valtio on hänelle ”poliittisen argumentin keskeinen subjekti”. Skinner pyrkii osoittamaan, että ”’moderni valtio’ on monien erilaisten teorioiden toisiinsa yhdistämisen kontingentti tulos”. (Palonen 1998, 153.) Hän tarkastelee analyysissään valtiota retorisena konstruktiona, jossa erilaisilla abstraktioilla on oma merkityksensä. Skinnerin tutkimuksessa retorinen näkökulma viittaa sekä nimitysten käytön muutokseen että merkitysten uudelleentulkintoihin nimenomaan uudenaikaisena legitimointina. Kun Skinner korostaa valtioabstraktion muodostuneen argumentoinnin sivutuotteena, hän törmää intentionaalisen retorisen tarkastelun rajoihin ja siirtyy käsitehistorialle tunnusomaisiin kysymyksenasetteluihin. (Palonen 1996, 154.)

Reinhart Koselleckille käsitteet ovat merkitysisältöjen kiteytymiä, jotka ovat siten väistämättä monimielisiä eli edellyttävät kilpailevia tulkintoja käsityksistä. Erityisen tärkeä oman tutkimukseni kannalta on Koselleckin huomio siitä, että käsitteiden tyyppi ja käyttötapa ovat muuttuneet. Näin käy, kun ”käsitteen ja käsitetyn” suhde kääntyy ympäri, siten että käsitteet ymmärretään konstruktioiksi, jotka ylittävät sen mikä on ”toteutunut”. (Palonen 1996, 140.)

Temporalisoituminen on keskeinen Koselleckin asettama kriteeri käsittemuutoksille. Muita kriteereitä ovat käsitteiden demokratisoituminen, ideologisoituminen ja politisoituminen. Palonen huomauttaa, että käsitteelliset sitoumukset poikkeavat tietoisista retorisisista strategioista siinä, että käsitteitä koskevat valinnat ja niiden muutokset koskevat usein kysymyksiä, joiden merkitystä toimijoiden on sekä vaikea tematisoida että mahdotonta arvioida omana aikanaan. (Palonen 1996, 141.)

Raja retorisen ja käsitehistoriallisen tutkimuksen välillä on suhteellinen. Retoriikka mahdollistaa sen, että mistä tahansa tekstistä on mahdollista nostaa esiin toimijoita, teesejä ja argumentteja ja tarkastella näissä tapahtuvia muutoksia. Siksi näenkin oman tutkimukseni kannalta mielekkääksi näiden kahden analyysitavan yhdistelmän.

6.2. Perelman ja politiikan mikromaailman tutkimus

Chaim Perelmanin ja Lucie Olbrechts-Tytecan vuonna 1958 julkaistu *La nouvelle rhétorique: traité de l'argumentation* laajensi retoriikan kenttää huomattavasti. Perelman ja Olbrechts-Tyteca eivät halunneet rajata tutkimuskohdettaan tiettyyn muotoon, vaan näkivät retoriikan kaiken yleisön emotionaalista ja/tai intellektuaalista tukea tavoittelevan suostuttelevan diskurssin tutkimuksena. He esittivät, että retoriikan ja argumentaation alue (tai ”valtakunta”) kattaa kaikki ihmisten käyttämät todistamisen menetelmät, poikkeuksena ainoastaan mahdollisesti matematiikan ja formaalin logiikan demonstraatioluontoisissa esityksissä hyödynnettävät menetelmät (Kuusisto 1998, 270). Retoriikalla ja kertomuksilla luodaan maailmaan järjestystä sekä määritellään toimijoiden asemaa ja roolia, mitä moninaisimmissa arkipäiväisissä tilanteissa (Emt., 271). Erotukseksi entisestä tämä laajempi retoriikkakäsitys nimettiin uudeksi retoriikaksi.¹³ Uuden retoriikan oppeja Perelman täsmensi vuonna 1977 julkaistussa teoksessaan *L'Empire rhétorique: rhétorique et argumentation*. Teos on myöhemmin myös suomennettu ja julkaistu nimellä *Retoriikan valtakunta*.

Argumentaation tutkimuksen pariin Perelmanin johdatti kysymys mahdollisuudesta arvioida järjestelmällisesti arvopäätelmien hyvyyttä tai huonoutta. Perelmanin antiikin retoriikan pohjalta kehittelemän argumentaatioteorian keskeinen idea on tutkia, kuinka jotakin väitettä puoltavia tai vastustavia kantoja perustellaan ja miten väitteet saavuttavat uskottavuutensa. Tämä perustuu

¹³ Perelman kutsui ei-formaalista argumentoinnin teoriaa ’uudeksi retoriikaksi’ vuodesta 1950 lähtien. Ensimmäinen uuden retoriikan ohjelmallinen teksti on yhdessä Lucie Olbrechts-Tytecan kanssa kirjoitettu artikkeli *Loqique et rhétorique* vuodelta 1950. (Palonen 1995, 5-6.)

ajatukseen siitä, ettei argumentatiivisessa maailmassa ole olemassa objektiivista pohjaa, vaan lähtökohdat ja päättelysäännöt voidaan aina asettaa kyseenalaisiksi. Argumentointi toimintana perustuu kuitenkin ainakin joidenkin yhteisymmärrysten edellytysten olemassaoloon. (Summa 1996, 63-66.) Argumentoinnin olennainen piirre on, että se tähtää yhteisymmärryksen saavuttamiseen tilanteessa, jossa on mahdollista valita useamman kuin yhden vaihtoehdoisen päätelmän tai uskomuksen välillä. Argumentointi on myös vuorovaikutteista. (Summa 1989, 93.)

Retoriikka on lähestymistapa, joka löytää mistä tahansa tekstistä kaksi toimijatyyppeä, reetorin ja auditorin. Perelman toteaa, että argumentointi edellyttää vastustajaa ja kamppailua. Reetorin ja auditorin suhdetta voi tulkita mikroskooppisena versiona siitä ihmisten välisiä suhteita ja niitä ”liikuttavaa” toimintaa koskevasta konfliktisuudesta, joka on tunnusomaista politiikalle. Kari Palonen (1995, 5) kirjoittaaakin: ”Perelmanilla reetorin ja auditorin, teesin ja argumentin muodostaman kompleksin voi sanoa edustavan mikromallia politiikasta, jonka luonteeseen kuuluu konfliktisuus ja kontingenttisuus”.

6.3. Argumentointi toimintana

Retoriikan lähestymistavalle on ominaista, että tekstuaalisia tuotteita tarkastellaan tekoina eli maailma muuttavina tarkoituksellisina tuotteina, joiden aikaansaamiseksi on ollut tarpeen tehdä valintoja. Retoriikkaan perustuva analyysi pyrkii pääsemään käsiksi tarkastellun tuotteen seurauksiin ”puhujan” ja ”kuulijan” välisen suhteen näkökulmasta. Retorinen analyysi siis syventyy niihin merkitysvaikutuksiin, joita tietty teksti synnyttää. Retoriikan näkökulma on siis tässä mielessä vastakkainen strukturalistis-semioottiselle lähestymistavalle: Siinä missä strukturalisti pyrkii näkemään kielellisten tai kulttuuristen ilmiöiden pinnallisen ja tietoisin aineksen eli *puhunnan* läpi tavoittaakseen sen perustana olevan järjestelmän eli *kielen*, tarkastelee retorisen lähestymistavan valinnut tämän rakenteen käyttöä sellaisena kuin se ilmenee tekstien puhunnassa. Rajan vetäminen tietoisin ja tiedostamattoman välille ei ole olennaista. Yhteistä kummallekin lähestymistavalle kuitenkin on näkemys, jonka mukaan kaikki sosiaalisen elämän muodot ovat pohjimmiltaan luonteeltaan kommunikaatiota ja vaihtoa. Lisäksi näkemyksiä yhdistää muodon ja sisällön vastakkaisuuden kieltäminen. Kielen rakenne (strukturi) ei ole sisällön vastakohta, vaan itse sisältö koodien avulla tulkittuna. Teksti on kokonaisuudessaan merkitsevä, eikä merkitystä voi redusoida vain sen sisältöön. Myöskään retorinen ilmaisu ei ole esitetyn argumentin abstraktista sisällöstä erotettavissa oleva osa, vaan ne ovat saman ilmaisukokonaisuuden kaksi eri aspektia. Tämä kommunikatiivisuus näkyy kaikissa kulttuurin tuotteissa ja sosiaalisen elämän jäljissä.

Tekstejä voidaan siten analysoida nimenomaan niiden kommunikatiivisen sisällön näkökulmasta, jolloin tavoitteena on kuvata esimerkiksi niiden argumentatiivista etenemistapaa. (Summa 1989, 98-99.)

Moderni retoriikka on Hilka Summan mukaan korostanut retoriikan ja retorisen argumentoinnin yhteyttä toimintaan ja maailman muuttamiseen. Retorisessa tilanteessa ihmisten välinen keskustelu voi synnyttää kyseistä tilannetta olennaisesti muuttavaa toimintaa. Tilanne sisältää odotuksia ja mahdollisuuksia sellaiseen eri osapuolten väliseen kommunikointiin, joka voi johtaa tilanteen uudelleenmäärittelyyn ja sitä muuttavaan toimintaan. Retorisuus on siis toimintaa luovan tai jonkin toiminta-alttiuden synnyttämiseen tähtäävän tekstin ominaisuus. (Summa 1989, 94-95.)

Myös Palonen nostaa Perelman-luentansa lähtökohdaksi lauseen: ”Argumentointi [...] on ennen muuta toimintaa”.¹⁴ Argumentointi kuuluu siis *vita activan* piiriin. Arendtin jakoa mukaillen argumentointi on toimintaa, ei työtä, eikä valmistamista. Arendtille politiikka on toiminnan paradigma, ja myös Perelmanin kysymyksenasettelua voi Palosen mukaan tulkita siten, että retoriikassa argumentointi on yksi aspekti toimintatilannetta. Perelmanille myös sanat, ilmaisut ja tekstit ovat toimintaa. (Palonen 1997, 77-78.) Perelman korostaa, että retorisen argumentoinnin näkökulmasta ero ”vain järkeen” vetoavan *vakuuttamisen* ja toimintaa tuottavan *vaikuttamisen* välillä on vain näennäistä (Summa 1989, 95). Siksi perelmanilainen retoriikka ja argumentoinnin tutkimus sopii hyvin myös Animalian mainoskampanjasta käydyn keskustelun analysoinnin välineeksi.

Jos politiikkaa tyypittelee poliittisen toiminnan perspektiivistä, voi puhua Kari Palosen jaottelun mukaisesti policy-, polity-, politikointi- ja politisointiretoriikoista (Palonen 1993). (Aineiston analyysissä kävi ilmi, että eri tahot/osapuolet käyttävät kahta eri politiikan retoriikan tyyppiä: Polity-retoriikkaa ja politisointiretoriikkaa.) Polity-retoriikassa poliittisuus näyttäytyy vakiintuneiden toimintatapojen, normien ja rakenteiden merkityskenttänä. Esimerkiksi sanastojen, symboliikkojen tai diskurssien vakiinnuttaminen ja ”voimassaolo” kuuluvat polity-retoriikan alaan. Politisointiretoriikka taas kohdistuu toiminnan pelivaran osoittamiseen ja avaamiseen. Nimet, käsitteet ja luokitukset ovat sen keskeisiä kohteita. Niiden avulla politiikan toimintatilaa luodaan ja tehdään ”pelattavaksi” eli politikoinnin kohteeksi. Politikoinnissa on kysymys ”performanssista”, jonka merkitys on itse esityksessä. Politisointi taas on ”pelinavausliike”, joka luo uusia mahdollisuuksia performatiiviselle toiminnalle. (Palonen & Summa 1996, 11-13.)

¹⁴ ”L’argumentation...est avant tout une action”. (Perelman: *Rhétoriques*, 1989, 439.)

6.4. Eetos, paatos ja logos – argumentoinnin aspektit

Aristoteles jakoi vaikuttamisen keinot persoonallisessa kommunikoinnissa kolmeen keskenään vuorovaikutuksessa olevaan elementtiin. Nämä elementit ovat eetos, paatos ja logos ja ne ovat eri tavalla painottuneina ja osin päällekkäisinä läsnä kaikessa argumentoinnissa. Kaksi ensimmäistä (eetos ja paatos) liittyvät varsinaiseen kommunikaatiotapahtumaan prosessina ja viimeinen (logos) puolestaan argumentin abstraktiin sisältöön. (Summa 1989, 96.)

Eetos voidaan ymmärtää argumentoijan normatiivisiksi lähtökohdiksi ja intentioiksi, jotka hän sisällyttää argumentointiinsa. Eetos on lyhyesti sanottuna se, millaisena argumentoija näyttää itsensä yleisölleen. Paatos taas kuvaa menettelyjä, joita argumentointiin sisällytetään kommunikaation esteiden välttämiseksi. Järjelliseen argumentointiin sisältyy aina puhujan ja yleisön välisen suhteen tiedostava komponentti, jolla pyritään varmistamaan yleisön kyky ja halu argumentaation vastaanottamiseen. Käytännössä tämä tarkoittaa useimmiten jonkin yleisön kanssa yhteisen lähtökohdan etsimistä. Logos puolestaan on argumentin osa, joka on täysin riippumaton puhujan ja yleisön välisestä suhteesta. Logos on abstraktio ja viittaa argumenttiin kontekstistaan irrotettuna. (Summa 1989, 96-97.)

Eetos, paatos ja logos painottuvat eri tavoin erilaisissa argumenteissa. Poliittisten argumenttien ajatellaan olevan usein korostetusti yleisöön vetoavia eli paatoksellisia, jolloin logos jäisi toisarvoiseksi tai argumentoitavan tahon tuntemisesta itsestään selvästi johdettavaksi. Eetoksen ei poliittisessa argumentoinnissa oleteta näkyvän, vaan poliittisen argumentoinnin katsotaan pyrkivän pikemminkin peittämään tarkoitusperänsä. (Emt., 97.)

Aristoteleen kehittänyt perinteinen eetos, paatos ja logos –jaottelu näkyy hyvin myös kolmiosaisessa argumentaatioteoriassa. Perelmanilaisen retoriikan peruskuvio voidaan pelkistää seuraavasti

KUKA (reetori, eetos)

Vetoaa

KENEEN (yleisö, paatos)

MILLÄ (argumentti, logos).

Edellä esitetty kuvio sisältää retorisen luennan mallin, jota voi käyttää mihin tahansa tekstiin. Kuvio voidaan ymmärtää myös konfliktitilanteeksi reetorin ja yleisön välillä tietyn teesin hyväksymisen

suhteen. Argumentointi näyttäytyy tällaisessa tapauksessa keinona liikuttaa konfliktiasetelmaa. Retoriseen luentaan kätkeytyy aina tietty sisäänrakennettu poliittisuus ja sen avulla poliittisuus voidaan lukea esiin mistä tahansa tekstistä. (Palonen 1997, 25.)

6.5. Perelmanin argumentaatioteoria

Chaïm Perelmanin argumentaatioteoria jakautuu kolmeen osaan: argumentoinnin viitekehyksen eli puhujan yleisösuhteen tutkimukseen, argumentoinnin lähtökohtien tutkimukseen ja varsinaisten argumentaatiotekniikoiden tutkimukseen. Esittelen seuraavaksi lyhyesti nämä teorian eri osat.

6.5.1. Universaali- ja erityisyleisöt argumentaation kohteina

Argumentaatio ei koskaan tapahdu tyhjiössä (Perelman 1996, 16). Perelman ja Olbrechts-Tyteca ovat osoittaneet, että yleisölähtöisyys on retoriikan keskeisin piirre. Reetori arvioi asemansa, valitsee sanansa ja tyyliinsä sekä määrittelee tavoitteensa yleisön mukaan. Jo argumentointiin ryhtyminen osoittaa, että yleisön suostumuksen saaminen on reetorille tärkeää. Reetori ei argumentois, jos hän voisi vain käskää. Argumentaatiolle on ominaista osoitteellisuus. Argumentoija pyrkii valitsemaan sanansa ja tyyliinsä yleisön mukaan. Perelman painottaa, että yleisö määrittää argumentaation laadun, ei puhuja. (Kuusisto 1996, 275.)

Perelman erottaa toisistaan erityis- ja universaaliyleisöt. Erityisyleisö voi olla mikä tahansa rajattu kuulija- tai lukijajoukko, jälkimmäinen puolestaan viittaa laajaan, tarkemmin määrittelemättömään yleisöön. (Summa 1989, 162.) Mitä yhtenäisempi yleisö on, sitä helpompi puhujan on sitä lähestyä. (Kuusisto 1996, 275.) Erityisyleisölle suunnattu diskurssi pyrkii suostuttelemaan, universaaliyleisölle eli teoriassa koko ihmiskunnalle suunnattu viesti taas vakuuttamaan. Universaaliyleisö on puhujalle haasteellinen, koska sen arvot, asenteen ja mielipiteet eivät ole tiedossa. Universaaliyleisö pyritäänkin usein vakuuttamaan järkeen vetoavia perusteluita käyttäen. (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971, 31-40.)

6.5.2. Argumentaatiotekniikat

Varsinaiset argumentaatiotekniikat voidaan jakaa assosiativisiin ja dissosiativisiin argumentaatiotekniikoihin. Assosiativiset tekniikat yhdistävät aiemmin erillään olleita elementtejä. jolloin niistä muodostuu toistensa osatekijöitä tai arviointiperusteita (Summa 1989, 107). Assosiativisia tekniikoita ovat kvasiloogiset argumentit, todellisuuden rakenteeseen perustuvat

argumentit ja todellisuuden rakennetta muokkaavat argumentit. Dissosiativiset tekniikat pyrkivät puolestaan purkamaan ja erottelemaan ajattelun totuttuja rakenteita, osoittamaan epäjohtonmukaisuuksia ja ristiriitaisuuksia yhteenkuuluviksi nähdyissä tai vastustajan yhdistämässä asioissa. Psykologisesti ja loogisesti nämä vastakkaiset prosessit ns. sisältävät toisensa ja myös täydentävät toisiaan: yhdistämisessä on läsnä erottamisen mahdollisuus ja kahta asiaa ei voi erottaa, elleivät ne ole aiemmin jollain lailla kuuluneet yhteen. (Kuusisto 1998, 280.)

Perelman luokittelee kvasiloogiset argumentit rinnastamalla ne muodollisen päättelyn eri lajeihin, joita ne tietyssä määrin muistuttavat ja jäljittelevätkin. Kvasilooginen argumentaatio pyrkii kvantifioimaan käyttämänsä elementit ja esittämään niiden väliset suhteet siten, että niillä voidaan operoida kuin matemaattisilla suureilla (Summa 1989, 107). Todellisuus esitetään formaalisena ja matemaattisena demonstraationa, jonka lopputulos on osiensa summa. Kilpailevat tulkinnat pyritään sulkemaan pois ja johtopäätös esitetään ainoana oikeana. Tällainen retoriikka on erityisen tuttua talouspolitiikassa, jossa päätökset usein perustellaan vaihtoehdottomina ja välttämättöminä. (Perelman 1996, 62.) Riikka Kuusisto on sodan retoriikkaa tutkiessaan huomannut, kuinka esimerkiksi Saddam Hussein rinnastettiin Hitleriin tai Mussoliniin ja Irak natsi-Saksaan (Kuusisto 1996, 280).

Todellisuuden rakenteeseen perustuvat argumentit puolestaan tukeutuvat eri todellisuuden elementtien välisiin yhteyksiin eli esimerkiksi kausaalisuhteiden olemassaolon osoittaminen tai henkilön ja hänen tekojensa yhdistäminen. Todellisuuden osat esitetään toisiinsa liittyvinä ja periaatteena on, että sama syy tuottaa samat seuraukset. Toisiinsa liitettyjä ominaisuuksia pyritään käyttämään hyväksi yleisön vakuuttamisessa sen asian puolelle, jolle itse tavoitellaan kannatusta. Kausaalisuhdetta luodessaan reetori pyrkii osoittamaan teon ja sen seurausten tai tavoitteiden ja keinojen välisen yhteyden. (Perelman 1982, 81-105.) Kuusiston tutkimuksessa kävi ilmi, kuinka sama teko eli sotiminen sai aivan eri merkityksen riippuen siitä, mistä puolesta oli kysymys. Saddam Hussein oli paha, koska hän teki pahoja tekoja ja siksi kaikkia hänen tekojaankin pidettiin pahoina. Vastapuolen ollut liittoutuma puolestaan oli hyvän puolella, koska sen teot olivat hyviä ja epäitsekkeitä. Liittouman teot olivat automaattisesti hyviä, koska se oli hyvän asialla. (Kuusisto 1998, 284).

Todellisuuden rakennetta muokkaavat argumentit puolestaan pyrkivät luomaan sääntöjä yksittäisten esimerkkien avulla. Yksittäistapaus on esimerkki, havainnollistaja tai malli tai sitten argumentoinnissa pyritään analogiseen päättelyyn. Esimerkkien käytöllä pyritään Perelmanin mukaan yleistyksiin ja hyväksytyjä yleistyksiä taas havainnollistetaan yksittäistapausten avulla.

Mallin antamisen tai osoittamisen tarkoituksena on aikaansaada mallin mukaista toimintaa, kun taas antimallilla pyritään sanktioimaan epätoivottuja toimintamalleja. Analoginen päättely (kuten sen kaikkein tiivistetyin muoto eli metafora) perustuu kahden eri ”sfääreissä” esiintyvän suhteen väliseen samankaltaisuuden näyttämiseen ja osoittamiseen. (Perelman 1982, 81-105.)

Riippuvuussuhde voidaan muodostaa esimerkiksi osoittamalla asioiden esiintymisen peräkkäisyys, kuten syy-seuraus –suhteen nojalla argumentoitaessa tapahtuu. Ns. pragmaattinen argumentti eli elementtien kytkeminen keskinäiseen syy-seuraus –suhteeseen on tavanomainen ja tehokas tapa vakuuttaa. Asioiden ja ilmiöiden välinen riippuvuussuhde voidaan muodostaa myös rinnakkaiseen esiintymiseen viittaamalla eli esimerkiksi kytkettäessä henkilö ja hänen tekojaan koskeva arvio toisiinsa tai jokin kokonaisuus sen osiin tai ryhmä sen muodostaviin yksilöihin, yleisemmin sanottuna jokin olemus sen ilmenemismuotoihin. Argumentti, joka nojaa ilmiöiden peräkkäiseen tai rinnakkaiseen yhteenliittämiseen vetoaa aina johonkin jo uskottavaksi osoitettuun todellisuuden rakenteelliseen ominaisuuteen. (Summa 1989, 107-108.)

Todellisuuden rakennetta muokkaavat argumentit etenevät puolestaan joko erikoistapaukseen vetoamalla tai analogioiden kautta. Erityistapaus voi toimia argumentaatiossa esimerkkinä, havainnollistajana tai mallina. Yhteistä erityistapauksen erilaisille käyttötavoille on, että ne viittaavat aina siihen yleiseen sääntöön, jota ne edustavat. Esimerkki pyrkii havainnollistamaan jonkin säännönmukaisuuden olemassaolon. Erityistapauksen havainnollistava käyttö puolestaan olettaa, että säännön olemassaolo on jo vahvistettu, kysymys on vain havainnollistamisesta. Erityistapauksen käyttö mallina sen sijaan tähtää jäljiteltäväksi tarkoitettujen esimerkin antamiseen. (emt., 109) Analogia paljastaa argumentin kohteena olevasta todellisuuden rakenteesta jonkin piirteen osoittamalla yhtäläisyyden toiseen, yleensä tutumpaan, todellisuuden alueen rakenteelliseen piirteeseen. Erilaiset yleisöt eri kulttuureissa ja eri aikakausina hyväksyvät varsin erilaisia analogioita. Analogiat paljastavat ja kertovat siis jotain siitä argumentatiivisesta tilanteesta, josta teksti on peräisin. Metafora on esimerkki analogia käyttävästä retorisesta kuviosta. Muiden analogioiden tavoin metaforakin perustuu kahden erillisen asian yhdistämiselle. Metaforan voima piilee siinä, että sillä on taipumus irrota alkuperästään ja vakiintua kieleen. Perelman kutsuu alkuperästään irronnutta uinuvaksi metaforaksi. Uinuvan metaforan argumentatiivinen voima on erityisen suuri, sillä sitä käytettäessä ei yleensä tunnisteta, että todellisuudessa se yhdistää kaksi erillistä asiaa. Uinuva metafora hyväksytään usein yksinään riittäväksi perusteeksi esitetyle argumentille. (Emt., 108-109.)

Dissosiativisessa argumentaatorakenteessa puolestaan erotetaan toisistaan elementtejä, jotka kielessä sinänsä tai vallitsevan tradition mukaan on yleensä itsestään selvästi liitetty toisiinsa. Se rikkoo käsite- ja ilmiörakenteiden totuttuja keskinäisiä yhteyksiä ja johtaa siten todellisuuden uudelleenahmottamiseen. Perelmanin mukaan käsitteellinen dissosiaatio etenee tyypillisesti jonkin filosofisen parin avulla ja tavalla tai toisella tarkoittaa siis ilmenemismuodon ja todellisuuden vastakkainasettelua. Kriittinen argumentaatio pohjautuu tyypillisesti dissosiativisten argumentaatiotekniikoiden käyttöön. Useimmiten kyseessä ”todellisuuden” ja ”pelkkien ilmenemismuotojen” erottelu toisistaan. Argumentaatiotekniikan teho perustuu siihen, että sen seurauksena muodostuneet käsitteet alkavat elää omaa elämäänsä, eikä niitä edes tunnisteta argumentaation tuotteiksi. Todellisuus-ilmenemismuoto -vastakkaisparin lisäksi vakiintuneen aseman ovat saavuttaneet mm. teoria-käytäntö- ja sisältö-muoto -vastakkaisparit. (Emt., 109-110.)

6.5.3. Esisopimukset argumentaation perustana

Perelmanin argumentaatioteoriassa argumentoinnin lähtökohdilla eli julkilausumattomilla esisopimuksilla (premissillä) viitataan siihen asioiden joukkoon, joka voidaan kussakin tapauksessa sulkea kiistojen ulkopuolelle. Esisopimukset ovat argumentaation edellytys ja perustana. Ilman yhteisymmärrystä esisopimuksista ei puhujan esittämä teesi voi tulla hyväksytyksi. Puhujan tehtävänä on arvioida, millaiset tavat, arvot ja uskomukset ohjaavat kunkin yleisön asenteita ja valintoja. Esisopimukset ovat julkilausumattomia ja ne voivat koskea joko todellisuutta tai toivottavaa asioiden tilaa. Todellisuuteen perustuvat esisopimukset ovat asioita, jotka yleisö kokee tosina, ”faktoina”, ”normaaleina” tai ainakin erittäin todennäköisenä. Toivottavaa asioiden tilaa koskevat esisopimukset perustuvat puolestaan yleisön arvoihin, arvohierarkioihin ja lokuksiin. Lokuksiksi kutsutaan hyvin yleisluontoisia, varsinaisesta argumentin sisällöstä riippumattomia esisopimuksia, jotka yleisö tunnistaa entuudestaan ja hyväksyy (Kuusisto 1998, 24-28). Perelmanin mukaan todellisuutta koskevat argumentit oikeutetaan yleensä suhteessa universaaliyleisöön ja paremmuutta eli toivottavaa asioiden tilaa koskevat väitteet suhteutetaan ennemminkin erityisyleisöihin (Summa 1989, 105).

Perelman jaottelee lokukset kvantitatiiviseen (määrälliseen) ja kvalitatiiviseen (laadulliseen) lokukseen. Kvantitatiivinen lokus tarkoittaa argumentoinnin sisäänrakennettua taipumusta vedota määrällisiin perusteisiin. Kvantitatiivisia perusteita ovat esimerkiksi demokratiaan tai yleiseen mielipiteeseen vetoaminen. Kvantitatiivisessa lokuksessa on taustalla ajatus, että määrä ratkaisee arvoon ja niissä vedotaan siihen, miten enemmistö ihmisistä ajattelee. Se, että joku asiantila koskee suurta määrää ihmisiä, että se on yleinen tai että sen seuraukset ovat määrällisesti mitattavia, muodostuu itsestään selväksi tärkeyden mittariksi ja perusteeksi. Perelman muistuttaa, että

määrällisten perustelujen käyttäminen on usein myös ”normaalin asettamista normiksi”. Normaalin asettaminen normiksi koetaan niin itsestään selvänä, ettei se tarvitse erityisempiä perusteluja. Erikoistapaukset sen sijaan eivät yleensä sinänsä kelpaa väitteiden perusteiksi. Erilainen tai poikkeuksellinen on argumentoinnissa usein arvotonta, ellei sen arvoa erikseen todisteta. (Emt. 105-106.)

Kvalitatiivinen lokus argumentoinnissa taas painottaa asioiden tai ilmiöiden ainutkertaisuutta ja perustelee sillä niiden arvon tai oikeutuksen. Ainutlaatuisuus, korvaamattomuus, korjaamattomuus, uhanalaisuus ja hetkellisyys ovat esimerkkejä arvoista, joihin vedotaan kvalitatiiviseen lokukseen nojaavassa argumentoinnissa. Perelmanin mukaan kvalitatiivinen lokus on tyypillisempi ”vallankumoukselliselle” argumentaatiolle eli ts. väitteille, jotka pyrkivät vallitsevien itsestäänselvyyksien kumoamiseen tai olevien olojen muuttamiseen. Muutoksen oikeuttaminen edellyttää useimmiten ”normaalin” arvon kyseenalaistamista ja aiheuttaa siten yleisyyteen vetoavan kvantitatiivisen lokuksen perustan pettämisen. Perelman toteaa myös, että hyökkääjän asemassa oleva puhuja vetoaa vallitsevaa tilannetta tai faktoja puolustavaa tahoja useammin kvalitatiivisiin perusteluihin. (Emt., 106)

Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen lokuksen lisäksi Perelman nostaa esiin muutaman muunkin lokuksen, mm. järjestykseen, olemassaoloon tai olemukseen vetoamisen. Esimerkiksi esteettiset standardit nojautuvat usein järjestyksen ja olemuksen lokuksiin. Järjestys arvon perusteena merkitsee puolestaan useimmiten aikaisemman arvostamista sen alkuperäisyyden takia ja on siten lähellä myös olemuksen lokusta. Lokukset ovat kuitenkin osaksi päällekkäisiä ja Perelman osoittaa, että järjestykseen ja olemukseen vetoavat lokukset voi redusoida usein lopulta kvantitatiiviseen lokukseen. Aikaisempi tai alkuperäinen nojaa kuluneen ajan määrään ja olemus määrälliseen tyypillisyyteen. Olemassa olevan asettaminen poissaolevaan tai mahdolliseen nähden etusijalle voidaan puolestaan tulkita kvalitatiiviseen lokukseen kuuluvaksi, jos ajatellaan sen viittaavaan aktuaaliseen ainutkertaisuuteen. (Emt., 106.)

6.6. Burke ja retoriikka osana inhimillisen toiminnan symbolista ulottuvuutta

Kenneth Burke kuvaa retoriikkaa ei-harmonisiin tilanteisiin liittyvänä ilmiönä, Perelman puolestaan tuo enemmän esiin argumentoinnin yhteisymmärrystä korostavan puolen. Hilka Summa tiivistää Burken ja Perelmanin lähestymistapojen välisen eron seuraavasti: ”Burkella pyrkimyksenä [on] paljastaa retoriikan rooli yhtenä osana inhimillisen toiminnan symbolista ulottuvuutta, Perelmanin kohdalla on taas kyse huomattavasti rajatumasta argumentoivan puhunnan ’mallintamisesta’”

(Summa 1998, 67). Toisin kuin Perelman, Burke ei ole kiinnostunut argumentoinnista ja sen tekniikoista tietoisena vaikuttamiseen tähtäävänä kielenkäyttönä, vaan pikemminkin retoristen ilmiöiden laajemmasta merkityksestä osana inhimillistä toimintaa, niiden piilevistä ja välillisistä vaikutuksista symbolisen järjestyksen muodostumisessa. Burken tuotannossa on nähtävissä kiinnostus poliittisen vallan ja kielikuvien keskinäiseen yhteyteen. Keskeisenä kiinnostuksen kohteena on, miten kulttuurin symboliseen järjestykseen luonnollisiksi iskostetut kielikuvat edustavat ja ylläpitävät poliittista valtaa. (Summa 1996, 52-53.)

Gusfield (1989, ks. Summa 1996, 55) on nostanut Burken tuotannosta esiin neljä yhteiskuntatieteille olennaista näkökulmaa:

- 1) kielenkäyttö ymmärretään sosiaalisen toiminnan muodoksi (ts. kaiken inhimillisen toiminnan olennainen piirre on kokemusten, toiminnan ja aikomusten pukeminen kielellisiksi ilmaisuiksi eli niiden symbolinen representaatio, representaatioiden tuottaminen on jo sinällään merkityksiä luovaa toimintaa)
- 2) inhimillisen toiminnan ymmärtäminen draaman kaltaiseksi (toiminnan ja kommunikaation performatiivisen luonteen korostaminen)
- 3) inhimillisen toiminnan ymmärtäminen pohjimmiltaan retoriseksi (ts. toiminnaksi, jossa on kysymys esittäjän ja yleisön välisestä suhteesta)
- 4) inhimillisen toiminnan tutkimisen ymmärtäminen pluralistiseksi ja dialektiseksi ohjelmaksi (tieteidenvälisyyden olennaisuus ja yksittäisten näkökulmien rajoittuneisuuden havaitseminen).

Siinä missä esimerkiksi Burken ”aikalaisen” Erving Goffmanin kiinnostuksen kohteena on se, miten toimija erilaisissa arkielämän tilanteissa hallitsee käynnissä olevan ”sosiaalisen näytelmän” ja vaikutelman, jonka kulloisenkin tilanteen yleisö hänen toiminnastaan saa, keskittyy Burke tutkittavien toimijoiden käyttämien termien, niiden ryhmittymien ja muuttumisen analyysiksi. Goffmanin kohteena ovat siis itse näytelmä ja sen esittäjät, Burken puolestaan näytelmän kieli ja sen tulkinnat (Summa 1996, 56). Retoriikan olemassaolo perustuu kielenkäytön olennaiseen funktioon ja se on jatkuvasti ajankohtainen. Kieltä käytetään välineenä, jonka avulla luonnostaan symboleja käyttävät ja niihin reagoivat olennot luovat perustan yhteistoiminnalle (Burke 1969, 43.).

Burken retoriikkateorian keskeisenä käsitteenä pidetään identifikaatiota. Sosiaalinen järjestys syntyy ja sitä ylläpidetään identifioinnin kautta. Retoriisuus kuuluu kaikkeen, missä tarjoutuu tilaisuus kilpaileviin identifiointeihin ja erotteluihin. Retoriikkaa on kaikessa, missä identifioituminen ja erottautuminen esiintyvät rinnakkain. (Burke 1969, 25.) Identifikaatiosta on kyse niin retoriikalle ominaisessa yleisölähtöisyydessä kuin retoristen tekniikoiden ja trooppien

toimintaperiaatteissa. Identifikaation lisäksi tärkeitä käsitteitä Burkelle ovat suostuttelu ja kommunikaatio yleisölle suunnatun esityksen merkityksessä. Ne ovat saman retoriikkafunktion eri puolia, eikä niitä voi erottaa toisistaan. (Summa 1998, 58.)

Identifikaatio yleisölähtöisyyden osana tarkoittaa Burken mukaan pyrkimystä omien ja yleisön intressien samastamiseen niin, että suostuttelevuus käy mahdolliseksi. Puhujan ja yleisön keskinäiseen suhteeseen liittyvillä identifikaatioilla on tarkoitus luoda perusta yleisön yhteistyöhalukkuudelle. Toisaalta identifikaatio on myös tyyllisten keinojen retorisen tehon selitys. Esimerkiksi poliittisessa retoriikassa usein toistuva retorinen tekniikka ”meidän ja muiden” välille muodostetusta vastakkainasettelusta on Burken käsitteistön avulla kuvattavissa identifikaation ja erottamisen avulla. Identifikaatio toimii siis usein kahdella tasolla: sisällöllisesti ja tyyllillisesti. (Summa 1998, 58.)

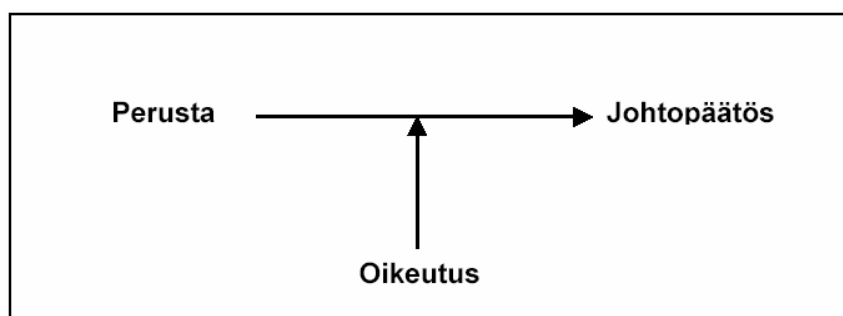
Retoriikan analysoinnin tavoitteena Burke pitää demystifikaatiota. Ajatus ”paljastamisesta” on mukana hänen retoriikkatutkimuksessaan alusta lähtien ja hän asettaakin tavoitteekseen osoittaa, että retorinen motiivi löytyy usein sieltä, missä sitä ei tunnisteta tai mihin sen ei oleteta kuuluvan. (Summa 1998, 62.)

7. POLITIIKKAA MAINOKSISTA – ANIMALIAN MAINOSKAMPANJASTA KÄYDYN JULKISEN KESKUSTELUN ANALYYSI

Olen jakanut analyysini kahteen osaan: mielipidekirjoitusten ja mainoskampanjan kuvien analyysiin. Ennen varsinaista analyysiä esittelen kampanjan käymällä siitä julkaistuja sanomalehtikirjoituksia läpi Sakari Hännisen (1998) neljävaiheisen jaottelun avulla. Tavoite on luoda yleiskuva mainoskampanjasta käydystä keskustelusta ja samalla kehukset itse analyysille. Kuten jo johdannossa kerroin, tarkastelen kampanjasta käytyä julkista keskustelua Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa julkaistuja kirjoituksia aineistonani käyttäen. Aineistoni keräsin kahdesta levikiltään suurimmasta yleissanomalehdestä, koska niiden voi tiedotusvälineistä parhaiten katsoa tavoittavan ns. suomalaisen peruslukijan eli toisin sanoen niiden tekstit on lähtökohtaisesti suunnattu universaaliyleisölle. Aikarajaus asettui luontevasti kampanjan alkamispäivästä 30.6.2005 boikotin loppumisen tienoille marraskuun puoliväliin. Kävin läpi kaikki kyseisissä lehdissä kampanjaa tuona aikana sivunneet kirjoitukset mielipidekirjoituksista uutisiin, sillä halusin tekstien sisällön ohella tarkastella valitsemieni lehtien kampanjalle antaman palstatilan määrää kokonaisuudessaan, ja sitä millä tavalla eri puolet ja mielipiteet kampanjasta saivat lehtien sivuilla äänensä kuuluville. Yksityiskohtaisempaan tarkasteluun nostin kuitenkin lehdissä julkaistut mielipidekirjoitukset.

Varsinaisen analyysin ensimmäisessä osassa keskityn poliittiseen toimijuuteen. Etsin analyysin pohjalta vastausta kysymykseeni, millaisena poliittinen toimijuus keskustelussa näyttäytyy eli ts. miten poliittinen toimijuus ymmärretään. Retoriseen lähilukuun nostan sanomalehtikirjoitusten joukosta kampanjaa ja sen keskeytystä käsitelleet mielipidekirjoitukset. Valitsin juuri nämä tekstit analyysin kohteeksi, koska niiden kautta on mahdollisuus saada otos mainosten kohderyhmänä olleiden yksittäisten ihmisten mielipiteistä. Animalian kampanjan ympärille syntyi oma julkiso¹⁵, jonka argumentointia analysoimalla on mahdollista tarkastella yksittäisten ihmisten, kansalaisten ja kuluttajien, käsitystä poliittisesta toimijuudesta, sen rajoista ja mahdollisuuksista. Tekstityyppeinä mielipidekirjoitusten tehtävänä on osallistua ja herättää keskustelua, joten ne tarjoavat hedelmällisen aineiston julkison näkökantojen esiin lukemiseen.

Julkisena oleminen eroaa yleisöstä siinä, että se viittaa vaihtuviin asiakysymyksiin, ei tiettyyn viestintävälineeseen. Toisin kuin yleisön, julkison synnyssä lähtökohtana ei ole viestimien tarjonta vaan yhteisesti tunnistetut ongelmat, joiden käsittelyä viestimissä ongelman omakohtaisesti kohdanneet ihmiset seuraavat – ja kommentoivat. (Heikkilä 2001, 209, ks. myös esim. Dewey 1991.) Erittelen ensin yleisellä tasolla kirjoitusten argumentaatorakenteen. Pyrin etsimään jokaisesta kirjoituksesta pääväitteen ja sitä tukevat oikeutukset sekä väitteisiin sisältyvät lähtökohtaoletukset (väitteiden perusta). Analyysini nojautuu oheiseen kuvioon (vrt. esim. Perimäki 2001):



Kuvio 1. Argumentoinnin rakenne

Tarkoitukseni on etsiä kirjoituksista julkisesta tilasta, yleisesti poliittisen toiminnan tiloista, paikoista, muodoista ja rajoista esitettyjä argumentteja. Analyysin ensimmäisissä luvuissa analyysini nojaa Chaïm Perelmanin argumentaatioteoriaan. Perelmanilaisen argumentoinnin teorian

¹⁵ Julkiso on Veikko Pietilän ja Seija Ridellin (1998, 95) *public*-sanan suomenkieliseksi vastineeksi ehdottama käsite. Joukkoviestinnän ja demokratian suhdetta koskeva tutkimuksen piirissä audiencella viitataan useimmiten viestinten yksityisiin ja atomisoituneisiin kuluttajiin, publicille taas annetaan toiminnallisempi ja aktiivisempi rooli (Heikkilä 2001, 209; ks. myös esim. Corner 1991; Dahlgren 1995).

(ks. Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971) keskeinen idea on tuoda esiin ne välimaastot, jotka jäävät kvasi-deduktiivisen 'periaatteista johtamisen' ja kvasi-induktiivisen 'kantojen ottamisen' väliin. Kari Palosen (1996) tavoin näen retoriikan näkökulmana, joka tarkastelee kieltä toiminnallisesta *vita activa* -perspektiivistä (Palonen 1996, 24-25).

Omassa analyysissäni argumentoinnin sisällön eli logoksen tarkastelussa pääpaino on Perelmanin teorian mukaisten syy-seuraus- ja tavoite-keino-kytkentöjen löytämisessä. Pysin löytämään tekstistä erilaisia syyksi lukemisen ja yhdistelemisen tapoja. Lisäksi erityishuomioni kohdistuu argumentaatiotekniikoiden ohella tekstin paatoksellisuuteen, jota hahmotan perelmanilaisten esisopimusten kautta. Esisopimusten avulla on mahdollisuus päästä selville vallitsevista poliittista toimijuutta ja julkista tilaa koskevista käsityksistä ja tuoda esiin, millaisena poliittinen toimijuus ja poliittisen toiminnan tila nähdään. Esisopimusten analysointi tarjoaa keinon ja väylän kurkistaa "pinnan alle" ja tuoda esille käynnissä olevaa murrosta ja sen ymmärtämis- ja ilmenemistapoja analysoimalla esimerkkinä esille nostamani Animalian mainoskampanjan ympärillä käytyä keskustelua. Katson, että enemmän kuin itse kampanjasta ja sen boikotista, Animalian keskeytetyn julistekampanjan kohdalla keskusteltiin lopulta poliittisesta toimijuudesta ja siitä, kenellä on oikeus ilmaista mielipiteensä ja millä foorumilla eli ts. poliittisen toiminnan rajoista ja tilasta. Analyysiluvun esimerkit olen valinnut siten, että ne edustavat kampanjasta käytyä keskustelua mahdollisimman monipuolisesti. Käsitteellisesti esisopimus on lähellä kaaviossa mainittua argumentin oikeutusta eli siis jotakin sellaista yleistä periaatetta, joka täytyy olettaa uskottavaksi, jotta argumentissa olisi järkeä (Summa 1996, 79, ks. myös Perimäki 2001, 6).

Tiedostan, ettei argumentaatorakenteiden erittely sinänsä tuota argumentoijan aikoimuksia koskevaa todistusaineistoa. Argumenttia eriteltäessä voidaan kuitenkin useimmissa tapauksissa esittää useampia vaihtoehtoisia tulkintoja sen viitekehystä, lähtökohdista tai rakenteellisesta kulusta. Argumentteja erittelemällä voidaan siis tuottaa tulkintoja siitä, mihin tekstin vaikuttavuus perustuu. Tekstin vakuuttavuuden perusteita erittelemällä tuotetaan puolestaan tulkintoja siitä, millaiset piirteet ovat ominaisia argumentaatiotilanteelle. Perelmanin argumentaatioteorian käsitteistö tarjoaa välineitä eritellä, millä tavalla mielipidekirjoituksissa käytetty kieli muokkaa poliittista todellisuutta ja kuinka kieli asettaa rajoja sille, minkä ymmärretään olevan mahdollista tai mahdotonta kyseisessä tilanteessa. (Summa 1989, 110-111.) Lopuksi teen lyhyen yhteenvedon mielipidekirjoituksissa esiintyneistä poliittisen toimijuuden kokemisen tavoista. Lisäanalyysin apuvälineenä käytän Burken identifikaation käsitettä.

Analyysini toisessa osassa luvussa käyn lyhyesti läpi itse mainoskampanjaa. Tarkastelen mainoskampanjan julisteita yleisön tuottamisen näkökulmasta, joka on lähellä Burken näkemystä retoriikasta identifikaation tuottamisena. Varsinaisesta laajamittaisesta kuva-analyysistä ei analyysissäni ole kyse, vaan mainosten analyysi toimii vertailuaineistona mielipidekirjoituksista keräämilleni argumenteille.¹⁶

Analyysin yhteenvedossa vertailen poliittisen toimijuuden keskustelussa saamia piirteitä kuva-analyysissä ilmenneisiin käsityksiin. Lisäksi liitän oman analyysini tulokset siihen keskusteluun, jota poliittisesta toimijuudesta tällä hetkellä yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen piirissä käydään.

Aivan aluksi pohdin kuitenkin lyhyesti sanomalehtiaineiston erityispiirteitä ja perustelen pääaineiston valintani relevanssin politiikan tutkimukselle. Samalla käyn lyhyesti läpi, kuinka Animalian mainoskampanjaa valitsemisani lehdissä käsiteltiin.

7.1. Sanomalehtiaineisto politiikan tutkimuksen kohteena

Kuluttajuuden politisoituminen, yksityisen ja julkisen toiminnan kenttien välisen rajan hämärtyminen ja muuttuminen ja siitä mahdollisesti juontuva muutos poliittisen toimijuuden ymmärtämistavoissa on tapahtunut useilla eri areenoilla. Yksi tärkeimmistä areenoista on joukkotiedotus. Vaikka sanomalehtiaineistoa on yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa toisinaan kritisoitu sen yleisyyden ja varsin laajan käytön takia, mielestäni lehtiaineiston käyttö on oman tutkimukseni kohdalla varsin perusteltua.

Joukkotiedotusvälineiden asemaa nyky-yhteiskunnassa on mahdotonta kiistää. Tiedotusvälineet luovat yhteiskunnallisen päiväjärjestyksen eli agendan ja tuottavat julkisen keskustelun ja politiikan aiheita nostamalla esiin huomionarvoisia pitämiään ilmiöitä ja prosesseja. Tiedotusvälineiden asema merkitysten ja merkitysjärjestelmien tuottajana on kiistaton. Ne tarjoavat tilan, jossa erilaiset ryhmät, instituutiot ja ideologiat kilpailevat sosiaalisen todellisuuden määrittelystä ja konstruoinnista (Perimäki 2001, 3). Käsityksemme eri ilmiöistä ja poliittisista kysymyksistä muodostuu suurelta osin tiedotusvälineiden välityksellä omakohtaisen kokemuksen sijaan. Marshall

¹⁶ Aineistossani olisi ollut mahdollisuus keskittyä myös julistekuvien analyysiin tai kääntää aineiston asetelma toisinpäin eli nostaa julistekuvat pääaineistoksi ja käyttää mielipidekirjoituksia vertailuaineistona. Nämä ratkaisut eivät olisi kuitenkaan olleet päätutkimuskysymykseni eli uuden poliittisen toimijuuden kokemisen näkökulmasta yhtä hedelmällisiä. Kuvat ansaitsevat tulla analysoiduiksi syvällisesti omista lähtökohdistaan käsin. Vaikka kuvien laajempi tarkastelu ei mahtunut tämän tutkielmani rajauksen piiriin, siihenkin ne tarjoavat loistavat mahdollisuudet. Olisi mielenkiintoista pohtia kuvien kautta esimerkiksi, millaisena ne esittävät Animalian.

McLuhan (1964) on jopa sanonut, että joukkoviestimet voidaan käsittää aistiemme laajentumiksi. (Pietilä & Sonderman 1994, 17).

Esa Väliiverroksen mukaan joukkoviestimet tekee erityisen tärkeiksi juuri niiden rooli ”interdiskursiivisena areenana”, joka kokoaa samaan tilaan erilaisia toimijoita ja samalla kertoo muiden julkisuustilojen tapahtumista. Tiedostusvälineet tuottavat sosiaalista todellisuutta ja niiden merkitys ilmiöiden esittelijänä ja välittäjänä on tärkeä (Väliverronen 1996, 89). Kauko Pietilä ja Klaus Sonderman (1994) ovat omassa tutkimuksessaan todenneet, ettei yhteiskunta pitäisi mieltää vain sanomalehden kontekstiksi, sillä todellisuudessa yhteiskunta paikantuu sanomalehteen. Joukkoviestintä on itse osa yhteiskuntaa ja tiedotusvälineiden tarkastelu osoittaa, miten ihmiset järjestyvät yhteiskunnaksi omassa julkisuudessaan. (Pietilä & Sonderman 1994, 6, 23).

Tutkittaessa käsitteiden muutosta lehtiaineiston käyttö on erityisen perusteltua. Käsitteet perustuvat käsityksille. Käsitusten tutkiminen on sekä vaikeaa että tarpeellista. Käsitteet ja niiden suuntaama toiminta luovat todellisuutta. Toiminnan ymmärtäminen edellyttää puolestaan toiminnan sisältämän ajattelun ymmärtämistä. Tämän selvittämiseksi on saatava tietoa siitä, miten ihmiset kokevat ja käsittävät olosuhteensa. (Hyrkkänen 2002, 9-11.) Tämän tutkimiseen sanomalehdet ja aivan erityisesti mielipidekirjoitukset tarjoavat hyvän aineiston.

7.1.1. Animalian Broilerikampanjan käsittely joukkotiedotusvälineissä

Animalian Broilerikampanjan keskeytys sai Helsingin Sanomissa ja Aamulehdessä melko paljon huomiota. Molemmat lehdet nostivat kampanjan keskeyttämisen esiin heti kampanjan keskeytyspäätöksen jälkeisenä päivänä. Kumpikin lehdistä käsitteli tapausta Kotimaan-uutissivuillaan 2.7.2005. Lehtien uutisoinnissa annettiin (tai ainakin yritettiin antaa)¹⁷ puheenvuoro ja kommentointimahdollisuus molemmille kiistan osapuolille. Molemmissa lehdissä uutisen painoarvoa ja näkyvyyttä oli lisätty kuvittamalla uutinen valokuvalla. Uutisoinnin jälkeen aiheen käsittely siirtyi kummassakin lehdessä mielipidesivuille. Helsingin Sanomat tosin nosti Animalian esiin EU:n broileridirektiivistä uutisoidessaan 19.7.2005, mutta ei maininnut uutisessaan mainoskampanjaa lainkaan, vaan mainitsi ainoastaan Animalian ”pyrkineen tuomaan oman käsityksensä myös suomalaispoliitikkojen ja maa- ja metsätalousministeriön tietoon EU-direktiivin valmisteluvaiheessa”. Animalian ulkomainoskampanjan yksi päämäärinä oli järjestön oman 30.6.2005 julkaistun tiedotteen mukaan ohjata ihmisiä Animalian www-sivuille allekirjoittamaan vetoamus broilereiden elinolojen parantamisen puolesta. Vaikka kampanjaa ei itse uutisessa

¹⁷ Aamulehti yritti tavoittaa ulkomainosyhtiö JCDecaux’n edustajaa, mutta yhtiön edustajaa ei oltu saatu kiinni.

mainittukaan, voi spekuloida, olisiko broileridirektiivi saanut Helsingin Sanomien Talous-sivuilla huomiota kokonaisen sivun verran ilman kampanjan saamaa julkisuutta.

Lehdet siis uutisoivat kampanjan ja tarjosivat sen jälkeen sivuillaan forumin mielipiteenvaihdolle, mutta eivät itse enää muuten osallistuneet aiheen käsittelyyn. Helsingin Sanomat tosin siteerasi Muut lehdet -osiossaan 6.7.2005 Kansan Uutisten kirjoitusta, jossa mainoskampanjan keskeytystä pidettiin sananvapautta loukkaavana. Mielipidesivuilla aihe sai palstatilaa vaihtelevasti. Helsingin Sanomissa mainoskampanjaa käsitelleitä mielipidekirjoituksia julkaistiin neljä. Kirjoitukset ilmestyivät melko pian aiheen uutisoinnin jälkeen: ensimmäinen julkaistuista kirjoituksista ilmestyi jo 5.7.2005 ja viimeisin 11.7.2005, joten keskustelua voi pitää melko tiiviinä. Aamulehdessä mielipidesivuilla kampanjaa ja sen keskeytystä kommentoineita mielipidekirjoituksia julkaistiin sen sijaan vain yksi ja tämäkin kirjoitus vasta heinäkuun lopulla, viikkoja kampanjan keskeytyksen jälkeen.

Mainoskampanja nousi uudelleen esiin lehdissä Mainonnan eettisen neuvoston käsiteltä kampanjaa kokouksessaan ja todettuaan, etteivät mainokset olleet sopimattomia. Päätös uutisoitiin kummassakin sanomalehdessä 24.9.2005. Tässä vaiheessa aihe koettiin ilmeisesti Helsingin Sanomissa jo loppuun kalutuksi, sillä se tyytyi uutisoimaan aiheen Kotimaa-sivullaan lyhyellä STT:n uutissähkeellä. Aamulehti sen sijaan käsitteli aihetta näkyvästi ja nosti aiheen esille myös etusivun vinkkinä. Neuvosto piti kampanjan keskeytystä aiheettomana, joten ulkomainosyhtiö lupasi palauttaa mainokset katukuvaan. Aamulehti uutisoikin STT:n uutisella vielä kampanjan paluun katukuvaan 15.11.2005. Helsingin Sanomissa Animalia nostettiin esiin Nimiä tänään -sivulla 18.11.2006. Jutussa järjestöä esitteli kolme henkilökunnan edustajaa ja sen yhteydessä mainittiin myös Animalian kampanjan palanneen katukuvaan samalla viikolla.

Mainoskampanjan keskeytys kirvoitti lehdet pohtimaan Valo- ja Nyt -liitteissään mainosten valtaa ja miettimään mainonnan keinoja ja sensurointia. Helsingin Sanomien Nyt-liite ehätti jo 22.7.2005 Animalian mainoskampanjan innoittamana käsittelemään hyllytettyjä mainoskampanjoita ja pohtimaan kaupunkitilan ja julkisen tilan käyttöoikeutta ja -mahdollisuuksia niin Hyllytetyt-jutussaan kuin saman numeron Toimittajalta-pääkirjoituksessa. Aamulehti esitteli Valo-liitteessään vastamainontaa ilmiönä ja mainitsi myös Animalian kampanjan Älä osta mitään -päivän lähestyessä 28.10.2005.

Mainoskampanjan virittämässä kirjoittelussa on kaksi selkeää tihentymävaihetta, joista ensimmäisen aikana Helsingin Sanomat oli selkeästi ahkerampi aiheen käsittelyssä ja jälkimmäisen tihentymän aikana puolestaan Aamulehti.

7.2. Animalian boikottiin joutunut mainoskampanja retorisenä draamana

Retoriikka ja riidankäynti kuuluvat yhteen. Yksilöiden ja ryhmien välisten konfliktien selvittäminen ja erittely kuuluvat retoriikan alaan (ks. Burke 1950, s. 23). Toimintaan kehottavan retoriikan voi tulkita kiistankäynnin ja riidanratkaisun intellektuaaliseksi väliintuloksi. Tämä prosessi on avoin, jatkuva ja päättymätön. Tästä huolimatta se voidaan Sakari Hännisen mukaan kuitenkin jakaa neljään vaiheeseen: riidan tai kiistan 1) tunnistaminen, 2) kääntäminen (translaatio) käsiteltävään ja työstettävään muotoon, 3) esittäminen (representaatio) ratkaistavaksi ja 4) uudelleen muotoilu. Tämä tekee mahdolliseksi poliittisen retoriikan väliintulon neljän vaiheen avulla. Sitä voidaan pitää kannanottona teesin tai näkökulman puolesta, asiantuntemuksen osoittamisena, perustelujen keksimisenä ja argumenttien hakemisena sekä kehotuksen seuraamuksia koskevien päätelmien ja johtopäätösten mahdollisimman tehokkaana ja tyylikkäänä esittämisenä. (Hänninen 1998, s. 168.) Hänninen muistuttaa myös, että toimintavalmiuksiin vaikuttavana poliittisena teknologiana retoriikkaa voi pitää vallankäytännöllisesti ”subjekteja tuottavana” (Hänninen 1998, s. 169).

Lehdissä aihetta käsiteltiin niin uutisjuttuna, pääkirjoituksessa kuin yleisönosaston mielipidekirjoituksissa. Kumpikin sanomalehti uutisoi mainoskampanjan boikotista Kotimaasivuillaan 2.7.2005. Molemmista lehdissä päähuomio kiinnitettiin mainoskampanjan lyhyeen keston: ”*Eläinsuojelujärjestön ulkomainoskampanja loppui päivän jälkeen*”, uutisoi Helsingin Sanomat. (HS 2.7.2005.) Aamulehdessä oltiin samoilla linjoilla: ”*Animalian mainoskampanja kesti vuorokauden*”. (AL 2.7.2005.) Molemmista jutuissa tuotiin esiin ulkomainosyhtiö JCDecaux’n vastaanottama runsas kielteinen palaute, joka oli keskeytyksen syy. Helsingin Sanomat haastatteli uutisessaan Animalian silloista toiminnanjohtajaa Hanna Kivistä ja ulkomainosyhtiön asiakkuusjohtajaa Lauri Tillasta. Aamulehti haastatteli puolestaan Kivistä ja mainokset suunnitelleen mainostoimisto Incognito Oy:n asiakkuusjohtaja Mika Nevalaista. He eivät olleet tavoittaneet JCDecaux’n edustajia. ”*Saimme mainoksista loukkaantuneilta ihmisiltä vuorokaudessa kymmeniä soittoja*”, totesi Lauri Tillanen Helsingin Sanomien uutisessa, ja jatkoi: ”*Palaute oli siinä määrin runsasta, että katsoimme viisaammaksi luopua kampanjasta*”. Toiminnanjohtaja Kivinen oli Helsingin Sanomien mukaan pettynyt yrityksen ratkaisuun: ”*Mielestäni kampanjamme oli aivan asiallinen. Kyllä tämä sensuurilta tuntuu*”. Helsingin Sanomien uutisen lopussa todetaankin, että ulkomainosyhtiön edustaja Tillanen pitää kampanjan keskeyttämistä valitettavana, mutta yleisön reaktio olleen poikkeuksellisen rajua. ”*Koska yritykselle tullutta palautetta ei arkistoida, ei Tillanen*

osannut sanoa, mikä mainoksissa oli suututtanut. Hän ei myöskään osannut sanoa, oliko soittelu mahdollisesti organisoitua". Aamulehdessä Kivinen kertoo, että Animalian sivuilla vieraili ensimmäisen kampanjapäivän aikana 1500 kiinnostunutta ja positiivista palautetta on tullut runsaasti. *"Luulisi, että jos ihmiset todella närkästyivät, he ottaisivat meihinkin yhteyttä"*, Kivinen ihmetteli. Konflikti oli valmis ja osapuolet muodostettu.

Seuraavassa vaiheessa aiheen käsittely siirtyi kummassakin lehdessä yleisönosastoon ja mielipidekeskusteluihin (vaihe 2). Lehtien julkison tehtäväksi annettiin aiheen käsittely eri puolilta. Helsingin Sanomissa julkaistiin neljä kampanjaa eri puolilta käsitellyttä mielipidekirjoitusta, Aamulehdessä vain yksi. Oliko julkaistujen kirjoitusten määrä ja sisältö toimituksellisten vai yleisön aktiivisuudesta johtuvien seikkojen varassa, jää arvailujen varaan. Yleisönosastokirjoituksissa mietittiin mm. kampanjan keskeytyksen motiiveja ja keskusteltiin julkisesta tilasta ja siitä, kenen mielipiteet katukuvassa saavat näkyä ja millä tavalla. Aihetta siis työstettiin ratkaistavaan muotoon ja pohdittiin, mistä boikotissa ja mainoskampanjassa itse asiassa oli kyse. Tämä vaihe on varsinaisen analyysini kohde, joten käsittelen sitä myöhemmin tarkemmin.

Yleisönosastokirjoittelun laannuttua ja osin samaan aikaan, aihetta käsiteltiin tarkemmin myös lehtien liitteissä. Helsingin Sanomat käsitteli aihetta Nyt-liitteessä ja Aamulehti Valo-liitteessään (vaihe 3). Tämän voi epäsuorasti nähdä vaiheeksi, jossa kiista esitetään ratkaistavaksi. Mainonnan eettinen neuvosto päätti 23.9.2005, ettei Animalian ulkomainoskampanja rikkonut mainonnan kansainvälisiä perussääntöjä (vaihe 4). Sekä Aamulehti että Helsingin Sanomat uutisoivat päätöksen ja kertoivat julisteiden palaavan takaisin katukuvaan.

7.3. Animalian ulkomainoskampanjan käsittely mielipidesivuilla

Pääaineiston eli mielipidekirjoitusten yleistarkastelu osoitti, että mainoskampanjan käsittelyn yhteydessä esiintyi melko paljon poliittiseen toimintaan ja julkiseen tilaan liittyvää argumentaatiota. Toimijuutta käsiteltiin keskustelussa myös jonkin verran, mutta toimijuuskäsitykset tuntuivat pikemminkin toimivan tukena muulle argumentaatiolle. Niiden voikin siis olettaa toimineen teksteissä Perelmanin esisopimuksiksi nimittäminä tietyn yleisön jo ennalta hyväksyminä teeseinä ja ns. taustaoletuksina, jotka täytyy lukea esiin varsinaisten argumenttien taustalta.

Mielenkiintoista on, että toimija oli selkeästi esillä ensimmäisenä keskusteluun osallistuneessa mielipidekirjoituksessa, mutta sittemmin toimijaan ei enää selkeästi viitattu, vaan se pysyi kirjoitusten taustalla ja jätettiin usein kokonaan mainitsematta. Onko niin, että hämmennys

käsitteissä aiheuttaa toimijan mainitsematta jättämisen? Henkilökohtaisiin valintoihin perustuvaan poliittiseen toimintaan kannustavassa kampanjoinnissa toimija jää sananvapauden ja julkisen tilan käytöstä käydyin keskustelun jalkoihin. Miksi?

Toimijuuskäsitysten konstruoinnin kannalta olennaista on kysymys toimijuuden sisällöstä ja muodosta, toiminnan mahdollisuuksista ja rajoista sekä toiminnan tilasta. Keskusteluun osallistuneet kirjoittajat korostavat omilla argumenteillaan toimijuuskäsitysten konstruoinnin kannalta olennaisia uuden poliittisen eri puolia. Anu Korhonen keskittyy mielipidekirjoituksessaan miettimään poliittista toimijuutta, käsittelee Animalian kampanjaa lähinnä sen sisällön kannalta ja kannustaa pohtimaan toiminnan sisältöä ja sitä, kenelle vastuu toiminnasta kuuluu ja miten yhteiskunnan jäsenten tulisi toimia. Riikka Leskinen puolestaan nostaa esiin kysymyksen toiminnan tilasta ja paikasta ja miettii, kuka kaupunkitilassa saa äänensä kuuluville ja millä ehdoilla. Pekka Mattilan osoittaa oman kirjoituksensa jossakin määrin vastineeksi Leskiselle. Mattilalle olennaista on toiminnan paikka ja erityisesti toiminnan muoto ja sen rajat. Erkki Perälä peräänkuuluttaa mahdollisuuksia monimuotoiselle toiminnalle kaupunkitilassa ja korostaa puolestaan toiminnan mahdollisuuksia. Aamulehteen kirjoittanut Mirka Muukkonen puolestaan nostaa esiin kampanjan sisällöllisen puolen ja muistuttaa kampanjan perusideasta eli yrityksestä vaikuttaa EU:n komission broileridirektiivin sisältöön. Samalla Muukkonen vetoaa yksittäisen toimijan vastuuseen omista valinnoistaan.

On olennaista tarkastella, miten poliittista toimijuutta ja osallisuutta tuotetaan ja rakennetaan, koska siten on mahdollista nähdä ja tuoda esiin poliittisen toimijuuden erilaisia ymmärtämistapoja ja käynnissä olevaa käsitteiden sisällöllisen ymmärryksen mahdollista muutosta ja murrosta. Pyrin analyysissäni tuomaan esiin, millaisia poliittiseen toimijuuteen liittyviä käsityksiä pidetään tästä uuden poliittisen toiminnan esimerkkitapaukseksi nostamastani mainoskampanjasta keskusteltaessa yleisinä tosiasioina, joille ei ole teksteissä tarvinnut esittää erityisiä perusteluja ja joihin muu argumentaatio pohjautuu.

Aineiston luonteesta johtuen kaikkien analyysin argumenttien kohteena on pidettävä suomalaisten yleislehtien lukijoita. Kyseessä on siis universaaliyleisö, jolle suunnattu argumentaation on Perelmanin mukaan pääasiassa vakuuttamaan pyrkivää argumentaatiota. Siinä hyväksyntää haetaan sellaisille perusteluille, jotka koko ihmiskunnan (tässä tapauksessa siis lähinnä kaikkien suomalaisten) voisi katsoa hyväksyvän. Tämän kaltaiselle yleisölle esitetty argumentaatio sopiikin hyvin tarkastelemani ilmiön eli toimijuuden muutoksen analysointiin; tarkoitukseni on liittyä analyysini myötä osaksi laajempaa poliittisen toiminnan ja toimijuuden muutoksesta käynnissä

olevaa keskustelua ja havainnollistaa aineistoni avulla murroksen mahdollisesti aiheuttamaa hämmennystä poliittisesta toimijasta puhuttaessa ja siihen viitattaessa.

Seuraavissa kappaleissa käyn yleisönosastokirjoitukset läpi yksityiskohtaisen argumentaatioanalyysin keinoin:

7.3.1. ”Kuluttajalla on velvollisuus kantaa vastuu tekemistään valinnoista”

Helsingin Sanomat antoi mielipidesivuillaan tilaa neljälle kampanjan keskeyttämistä eri näkökulmasta tarkastelleelle mielipidekirjoitukselle. Mielipidesivuilla keskustelun avasi 5.7.2005 julkaistu Anu Korhosen kirjoitus. Korhosen kirjoitus oli mielipidesivuille otsikoitu otsikolla ”Kuluttajan tulee kantaa vastuu teoistaan”. Otsikon mukaisesti Korhonen keskittyikin pohtimaan kampanjan vastaanottoa toimijoiden näkökulmasta ja nosti esiin sen, mitä hänen mielestään kampanjan julisteilla oli haettu: yksilöiden vaikutus- ja valinnanmahdollisuuksien korostamista ja niihin vetoamista Animalian ajamien poliittisten päämäärien saavuttamiseksi. Korhosen argumentointi on tiivistettävissä seuraavaan kuvioon:

PERUSTA

Kuluttaja vaikuttaa ostopäätöksillään ja ruokatottumuksillaan siihen, millaisissa oloissa hänelle tuotteita valmistetaan.

Jos kuluttaja ostaa tehotuotettuja elintarvikkeita, on hänen tiedostettava ja hyväksyttävä tuotannon vaikutukset eläinten kohteluun.

JOHTOPÄÄTÖS

Kuluttajalla on velvollisuus kantaa vastuu tekemistään valinnoista.

OIKEUTUS

Kuluttajan vastuu
Valinnan vapaus
Yhteisvastuullisuus - joukkovoima
Eläinten oikeudet

Kuvio 2. Anu Korhosen argumentointi

Anu Korhonen kirjoittaa: ”*Lukuisat kansalaiset olivat loukkaantuneet ulkomainoksista, jotka eivät edes olleet visuaalisesti raakoja*”. Korhonen käyttää tässä tilanteessa toimijoista puhuessaan termiä kansalainen. Myöhemmin mielipidekirjoituksessaan hän kuitenkin muistuttaa kuluttajan velvollisuuksista: ”*Kuluttajalla on velvollisuus kantaa vastuu tekemistään valinnoista*”. Korhonen ei tunnu näkevän ristiriitaa kansalaisuuden ja kuluttajuuden välillä, vaan nostaa molemmat termit esiin toimijaan viitattaessaan. Kansalainen-termiä Korhonen kuitenkin käyttää vain viitattaessaan

toimintaan, joka ei ole ostopäätöksillä vaikuttamista, kuluttajuus sen sijaan on tiukasti sidottu vain tuohon toimintaan. On mielenkiintoista, ettei hän kirjoita esimerkiksi kansalaisen vastuusta kuluttajana tai kansalaisen mahdollisuuksista vaikuttaa kuluttajana, vaan pitää termit tiukasti erillään.

Korhonen penää kirjoituksessaan kuluttajaa huomaamaan ja myöntämään vastuunsa. Kuluttaja ei ole vain valintojen tekijä, vaan myös vastuussa toiminnastaan. Näin ollen Korhonen tulee siirtäneeksi kuluttajaksi kutsumalleen toimijalle perinteisesti kansalaisuuteen liitettyjä ominaisuuksia. Korhosen ajattelun takana tuntuisikin olevan ajatus kuluttajakansalaisesta. Kuluttajuus nähdään automaattisena vaikuttamiskeinona. Sen poliittista painoarvoa tai merkittävyyttä ei lainkaan kyseenalaisteta, vaan kuluttajan valintojen poliittista ja yhteiskunnallista merkitystä pidetään itsestään selvänä. Korhosen kirjoituksen ja argumenttien taustalla on toive saada muutkin ihmiset tiedostamaan tämä ja ottamaan se toiminnassaan huomion: ”*Kuluttaja vaikuttaa ostopäätöksillään ja ruokatottumuksillaan siihen, millaisissa oloissa hänelle tuotteita valmistetaan. Tämän tiedostamiseen on myös Animalian kampanja pyrkinyt*”. Korhonen toteaa siis vastuuseen herättelyn olleen myös Animalian kampanjan tarkoitus ja hänen eetoksensa onkin toimia ikään kuin Animalian asialla, mainosten tarkoituksen selvittäjänä.

Kuluttajan mahdollisuus valita ja siihen liittyvä vastuu voidaan Korhosen kirjoituksessa nähdä jopa perelmanilaisen mallin mukaisina esisopimuksina, joita ei sen tarkemmin tarvitse yleisölle perustella. Muu argumentaatio nojaa pitkälti ajatukselle kuluttajien yksilöllisistä päätöksistään kantamalle vastuulle, joka koskee silti yhteisvastuullisesti kaikkia kulutus päätöksiä tekeviä ihmisiä. Kvantitatiiviseen lokukseen eli yhteiseen hyvään perustuva argumentaatio yhdistettynä yksilön vastuuseen mahdollistaa kuluttajuuden vaikutusmahdollisuuksien näkemisen tärkeinä ja ajankohtaisina keinoina vaikuttaa asioihin.

Korhonen ei kirjoituksessaan kyseenalaista lehtien uutisoinnin ja Animalian oman argumentoinnin tapaan ulkomainoksista tulleiden valitusten määrää, eikä syyllistä tai kritisoi ulkomainosyhtiön (jota Korhonen nimittää mainostoimistoksi¹⁸) toimintaa. Vaikka Korhonen toteaa, ettei mainostoimiston saamaa palautetta ole julkisuudessa eritelty, ei hän silti kyseenalaista sen toimintaa. Sen sijaan Korhosen kansalaisiksi ja kuluttajiksi nimittämät toimijat joutuvat hänen kritiikkinsä kohteeksi. Todetessaan lukuisten kansalaisten loukkaantuneen ulkomainoksista, jotka

¹⁸ Oletan hänen kuitenkin kontekstin takia tarkoittavan mainostoimistolla JCDecaux’ta, eikä mainokset suunnitellutta mainostoimisto Incognitoa.

eivät edes olleet visuaalisesti raakoja, Korhonen pyrkii tuomaan mainoksista palautetta antaneiden motiivin esiin kyseenalaisessa valossa.

Korhonen vertaa kvasilooigista argumentaatiotekniikkaa käyttäen Animalian mainoksia räikeän seksistisiin ulkomainoksiin ja ihmettelee, kuinka Animalian mainokset voivat loukata niitä enemmän: ”*Ei voi kuin ihmetellä, kuinka eläinten oikeuksia ajava **rauhanomainen** kampanja voi loukata enemmän kuin **räikeän seksistiset ulkomainokset**”.* Toisin sanoen jos räikeän seksistiset ulkomainokset eivät ole häirinneet ihmisiä visuaalisesti niin paljon, että niiden poistaminen katukuvasta tulisi kyseeseen, ei Animalian kampanjassakaan se voi olla todellinen syy palautteeseen – varsinkin kun mainokset *eivät olleet visuaalisesti raakoja*. Korhonen esittää oman arvelunsa runsaan palautteen syystä: ”*Voin päätyä vain siihen johtopäätökseen, että **pahastuneiden omatunto oli saanut kampanjan myötä ansaitun pistoksen***”. Tässä Korhonen käyttää argumentointitekniikkana syy-seuraussuhteeseen vetoamista. Hän antaa ymmärtää, että mainoksista valittaneet olivat ne nähdessään kokeneet huonoa omatuntoa ja ärsyyntyneet niistä sen vuoksi. Lisäksi metaforalla *ansaittu pistos* Korhonen tuo esiin oman mielipiteensä mainoskampanjan tärkeydestä ja sitä kritisoineiden ihmisten oletetuista toimintatavoista.

Kuluttajan vastuun merkitystä Korhonen perustelee, muistuttamalla tehotuotettujen eläinten elinoloista. Hänen mukaansa tehotuotettuja elintarvikkeita ostavan on tiedostettava ja hyväksyttävä myös tuotannon vaikutukset eläinten kohteluun. Myös tässä yhteydessä Korhonen vetoaa syy-seuraussuhteeseen: ”*Jos kuluttaja ostaa tehotuotettuja elintarvikkeita, on hänen myös tiedostettava ja hyväksyttävä tuotannon vaikutukset eläinten kohteluun*”. Kuluttajan epäeettiset valinnat ovat Korhosen mukaan syy tehotuotantoon ja sitä kautta eläinten huonoon kohteluun.

Lopussa Korhonen vetoaa yleisöön personoimalla viestinsä: ”***Kuluttajalla** on mahdollisuus vaikuttaa ostosvalinnoillaan, millaisissa oloissa **hänelle** tuotteita valmistetaan*”. Kuluttaja on yhtä kuin hän eli kuka tahansa meistä. Näin Korhonen saa viimeistään perille viestinsä siitä, että kukaan lukijoista eli hänen yleisöstään ei ole arvostelun ulkopuolella ja immuuni vastuulle. Vaikuttamaan kykenevä kuluttaja-kansalainen on myös se, jolle tuotteita tehdään. Hän on siis Korhosen logiikan mukaan myös viime kädessä vastuussa tuotantokoneiston toiminnasta. Tässä Korhonen käyttää argumentaatiotekniikkana henkilön ja hänen tekojensa yhdistämistä. Tiedostava, eettisesti kestäviä ratkaisuja tekevä kuluttaja on yhtä kuin hyvä ihminen (kansalainen?). Korhonen antaa ymmärtää, että oikeita valintoja tekemällä hän eli lukija pääsee myös itse nauttimaan eettisesti kestävästä valinnoistaan ja elämään ilman syyllisyyttä ja huonoa omatuntoa, eikä hänen näin ollen tarvitse ärsyyntyä Animalian kampanjan kaltaisista herättelevistä viesteistä. Korhosen argumenttien

taustalla (esisopimuksena) on luja usko joukkovoimaan. Yksittäisten ihmisten toiminnalla on merkitystä, kunhan tarpeeksi moni saadaan toimimaan samalla tavalla, samoja päämääriä tavoitellen. Lisäksi Korhosen argumenttien oletuksena on, että kaikilla on aina mahdollisuus ja siten myös velvollisuus valita roolissaan kuluttajana, ei ole pakko toimia tietyn kaavan tai mallin mukaisesti.

7.3.2. ”Kaupungissa on oltava tilaa myös epäkaupalliselle diskurssille”

Riikka Leskinen aloittaa oman Helsingin Sanomissa 7.7.2005 ilmestyneen mielipidekirjoituksensa viittaamalla Korhosen kirjoitukseen ja toteaa heti kirjoituksensa alussa tapauksen olleenkin ”*äärimmäisen huolestuttava*”. Siinä missä Korhonen keskittyi itse kampanjan sisältöön ja ei kyseenalaistanut lainkaan esimerkiksi ulkomainosyhtiön toimintaa, tuo Leskinen heti alussa esiin olevansa huolestunut nimenomaan sananvapauden asemasta nykykaupunkikuvassa. Leskistä hämmästyttää erityisesti se, että päätöksen kampanjan lopettamisesta teki mainospaikat omistava yritys. ”*Miten on mahdollista, että yksityinen yritys voi **mielivaltaisesti** päättää, kuka saa viestinsä näkyviin kaupunkikuvassa?*”, kysyy Leskinen. Mielivaltaisesti-sanan käytöstä käy ilmi, ettei Leskinen usko JCDecaux’n toimineen harkitusti vain ihmisten palautteeseen reagoiden, vaan suorastaan epärationalisesti. Leskinen tuo kautta kirjoituksensa voimakkaasti esiin pääargumenttiaan, jonka mukaan kaupungissa on oltava tilaa myös epäkaupallisille viesteille. Seuraavassa kuviossa esitän hänen mielipidekirjoituksensa argumentit tiivistetysti:

PERUSTA

Oikeus sensurointiin kuuluu yksiselitteisesti mainonnan eettisyyttä valvoville viranomaisille.

Animalian aiheellisen ja lähes kansanvalistuksellisen kampanjan estäminen on valitettava esimerkki siitä, mitä tapahtuu, jos kaupunkitila on valjastettu yksinomaan kaupalliseen käyttöön.

Kaupungissa tarvitaan myös vaihtoehtoisia tapoja viestiä.

JOHTOPÄÄTÖS

Kaupungissa on oltava tilaa myös epäkaupallisille viesteille.

OIKEUTUS

Kaupunkitila kuuluu kaikille
Oikeus mielipiteiden vapaaseen ilmaisuun
Viihtyisä, minimuotoinen Helsinki
Sananvapaus

Kuvio 3. Riikka Leskisen argumentointi

Leskinen nimittää mainoskampanjan lopettamista sensuroinniksi ja toteaa, että oikeus siihen kuuluu hänen mielestään yksiselitteisesti mainonnan eettisyyttä valvoville viranomaisille. Viranomaisia Leskinen ei sen tarkemmin nimeä, mutta voimakkaiden sanojen, kuten *sensurointi* ja *yksiselitteisesti* käyttäminen korostavat Leskisen mielipiteen ehdottomuutta ja samalla hänen pöyristyneisyyttään tapahtunutta kohtaan. Kampanjan keskeyttämisen kaltaisten tilanteiden ei Leskisen mielestä pitäisi olla lainkaan mahdollisia. Lisäksi Leskinen vetoaa kvantitatiiviseen perusteluun ja rinnastaa yksityisen yrityksen ja yleisen mielipiteen. Leskinen korostaa, kuinka sensuuripäätöksen teki nimenomaan *yksityinen* yritys konsultoimatta ensin yleisen mielipiteen asiantuntijaedustajana toimivia mainonnan eettisyyttä valvovia asiantuntijoita eli *viranomaisia*. Leskinen pyrkii näin osoittamaan, ettei JCDecaux ole asiantunteva ja oikea taho päättämään, millainen viestintä sopii kaupunkikuvaan ja millainen ei.

Lisäpontta Leskisen mielipide ja huolestuneisuus saavat hänen syy-seuraus –suhdetta hyödyntävästä huomautuksestaan: ”*Kyseisen yrityksen telineet ovat kaiken lisäksi ainoa mahdollisuus visuaalisten viestien julkiseen välittämiseen*”. Leskinen muistuttaa, että ”*julisteiden kiinnittäminen muualle on kaupungin järjestyssääntöjen vastaista ”ilkivaltaa” ja johtaa rangaistustoimenpiteisiin*”. Hän yhdistää Animalian kampanjan kaupunkikuvan vapaata viestintää hallinnoimaan pyrkineisiin toimenpiteisiin ja nostaa JCDecaux’n tilalle kritiikkinsä kohteeksi Helsingin kaupungin. Leskinen mm. kirjoittaa ilkeillä lausausmerkeissä. Tämä on keino kyseenalaistaa ja ironisoida Helsingin kaupungin päätöstä, joiden mukaan julisteiden kiinnittämistä pidetään ilkeillä. Leskinen yrittää saada ihmiset miettimään omaa suhtautumistaan julisteisiin kaupunkikuvassa. Hänen argumentointinsa taustalla voikin nähdä pyrkimyksen herätellä keskustelua siitä, onko julisteiden levittäminen kaupunkikuvaan rangaistuksen ansaitseva teko.

Leskinen itse on sitä mieltä, että Helsingin kaupunki pyrkii toiminnallaan tavoitteellisesti tukahduttamaan epäkaupallisen diskurssin ja tämä on myös hänen mielipidekirjoituksensa pääväite. Perusteluina argumentilleen Leskinen esittää tavoite-keino –asetelmaan vedoten, kuinka Helsingin kaupunki on luovuttanut yksittäiselle yritykselle *lähes monopolimaisen hallintaoikeuden katukuvaan*. Tämän lisäksi kaupunki *vainoo* Leskisen arvostavasti *taiteilijoiksi* kutsumia ihmisiä mm. Stop töhryille -kampanjan¹⁹ turvin. Kampanja on Leskisen mukaan osoitus siitä, kuinka heikosti nykyisessä kaupunkikuvassa siedetään erilaisia mielipiteitä ja epäkaupallisia viestejä. Stop töhryille -kampanjaa Leskinen käyttää antimallina ja esimerkkinä toiminnasta, joka ei kuulu sananvapautta arvostavaan, monimuotoiseen kaupunkikulttuuriin. ”*Rahaa nielevää hanketta*

perustellaan kaupunkikuvan siistimisellä”, Leskinen kirjoittaa, mutta ei pidä perustelua kestäväenä. Stop töhryille -kampanjaan käytetyt rahat Leskinen ehdottaa käytettäväksi ennemmin vaikka *roskaamista vähentäviin toimenpiteisiin*, joita hän ei tosin erittele sen tarkemmin. Esimerkin avulla, kaikille mieluisaan siistiin ja miellyttävään ympäristöön vedoten, Leskinen esittää vaihtoehdon kampanjalle ja osoittaa, että rahoille on tärkeämpääkin käyttöä kuin vainota tiettyä osaa kaupunkikulttuurin edustajista.

Leskinen kuvailee Animalian kampanjaa sanoilla *aiheellinen ja suorastaan kansanvalistuksellinen*. Leskisen mukaan Animalian kampanjan estäminen, kuten hän tällä kertaa kampanjan lopettamista kuvailee, ”[...] *on valitettava esimerkki siitä, mitä tapahtuu, jos julkinen kaupunkitila on valjastettu yksinomaan kaupalliseen käyttöön*”. Todellisuuden rakennetta muokkaavan argumentoinnin mukaisesti hän nostaa Animalian kampanjan ja sen aiheuttamat reaktiot ei-toivotuksi esimerkiksi suunnasta, jota kohti nykyinen kaupunkikulttuuri on menossa. Leskinen toteaaakin ilmiöt yhdistäen, että juuri Animalian julistekampanjan keskeyttämisen kaltaisten tilanteiden takia ”*tarvitaan vaihtoehtoisia tapoja viestiä*”.

Leskisen kirjoituksessa kaivataan selkeästi kaupunkitilaan muitakin tapoja toimia ja olla osallinen kuin kuluttajuus. Leskinen ei hyväksy kaupunkitilassa tapahtuvan viestinnän supistuvan vain pelkäksi kuluttamalla viestimiseksi, eikä hän siis suostu vastaanottamaan roolia kuluttajana ja valitsijana, vaan perää tilaa myös muunlaiselle osallistumiselle. Leskinen toivoo argumenteissaan tilaa keskustelulle ja erilaisille tavoille ilmaista oma mielipide. Hänen kirjoituksessaan käyttämän kansanvalistuksellinen-sanan käyttö viittaisi jossain määrin kansalaisuuden elitistiseen ymmärtämistapaan: kansa on jotakin, jota paremmin asioista perillä olevien tahojen on syytä valistaa. Toisaalta Leskisen argumenttien taustalla näkee hänen uskonsa ruohonjuuritason toiminnan voimaan. Hän tuntuu uskovan, että monimuotoisuus ja moni-ilmeisyys ovat hyvän ja viihtyisän kaupungin merkkejä. Viittaako Leskinen kenties kansalla johonkin, johon ei itse katso kuuluvansa? Kansa on passiivisten, kaupalliseen diskurssiin jo turtuneiden kaupunkilaisten viiteryhmä ja toimijat ja osallistujat ovat puolestaan eri asia.

7.2.3. ”Kaupunkitilan käyttöä mediana on tarpeen hallita”

¹⁹ Stop töhryille on Helsingin kaupungin rakennusviraston erillisprojekti jonka, tarkoituksena on poistaa ns. töhryt eli graffitit, tarrat ja muu katutaide heti niiden ilmestymisen jälkeen.
(http://www.hel2.fi/hkr/toimintasuunnitelma2006/erillisproj_01.html)

Pekka Mattila aloittaa oman mielipidekirjoituksensa liittämällä sen heti Animalian julistekampanjan poistosta käytyyn keskusteluun ja painottamalla kaupunkitilan käyttöä koskevaa osaa keskustelusta: ”Animalian julisteiden poisto katukuvasta heti alkumetreillä on kirvoittanut keskustelua kaupunkitilan käytöstä kaupallisen ja vapaan viestinnän kanavana”. Mattilan kirjoitus ilmestyi Helsingin Sanomissa 9.7.2005. Mattila argumentoi hallitun kaupunkitilan puolesta ja korostaa kirjoituksessaan taloudellisia tekijöitä, kuten erilaisia kustannuksia ja mainonnasta saatavia tuloja, muita kirjoittajia enemmän. Mattilan argumentoinnin olen tiivistänyt seuraavasti:

PERUSTA

Keskitetysti hoidettuna sekä mainonnan sisältöjen että jakelujen vastuulliset ovat nopeasti tavoitettavissa ja tunnistettavissa ja velvoitettavissa myös korjausliikkeisiin.

Mainostajien maksamista mediakustannuksista siirtyy huomattava osa kaupungeille katujen ym. kehittämiseen.

JOHTOPÄÄTÖS

Kaupunkitilan käyttöä mediana on tarpeen hallita.

OIKEUTUS

Kaupunkitilan siisteys ja hallittavuus
Ylimääräiset kulut – taloudelliset tekijät
Yhteinen hyvä

Kuvio 4. Pekka Mattilan argumentointi

Pekka Mattila nostaa esiin Riikka Leskisen kirjoituksen ja toteaa Leskisen ”*vetäneen samaan soppaan niin kaupunkikuvan siisteyttä vaalivan Stop töhryille –kampanjan kuin taiteilijapiiritkin*”. Mattila vähättelee Leskisen argumentoinnin loogisuutta ja painoarvoa sanavalinnoillaan, jotka antavat ymmärtää, ettei Leskinen tiedä, mistä kirjoittaa. Hän antaa ymmärtää, että Leskisen yhdistämällä asioilla ei ole juuri mitään tekemistä keskenään. Mattila käyttää tässä yhteydessä tehokeinona metafora ”*samaan soppaan sekoittamisesta*”, jonka tarkoituksena on osoittaa Leskisen väitteen epäloogisuus ja jopa sattumanvaraisuus. Mattila myös tuo selkeästi esiin positiivisen suhtautumisensa Stop töhryille – kampanjaa kohtaan puhumalla kampanjasta kaupunkikuvan siisteyden vaalijana.

Leskisen argumentteja vastaan hyökättyään, Mattila kuitenkin myöntää, että reaktio Animalian kampanjaa vastaan oli hänenkin mielestään erikoislaatuinen, Mattilan omien sanojen mukaan mielenkiintoinen. Sanavalinnoilla Mattila pyrkii etäännyttämään itsensä aiheen ulkopuoliseksi tarkkailijaksi, joka pyrkii puolueettomasti tarkkailemaan ja punnitsemaan eri vaihtoehtoja. Hän

hämmästelee: ”*On mielenkiintoista, miten jyrkkiä reaktioita ja palautetta tunnistettua ongelmaa inhorealistisesti kuvannut julistekampanja aiheutti*”. Omia mielipiteitään ja tunteuksiaan hän ei tässä yhteydessä erittele. Toisin kuin kaikki muut keskusteluun mielipidekirjoituksillaan osallistuneet, Mattila ei kuitenkaan kyseenalaista JCDecaux’n päätöstä, eikä esimerkiksi Leskisen tavoin esimerkiksi epäile yhtiön saaman palautteen määrää ja laatua. Myös kampanjaan hän suhtautuu muista kirjoittajista poiketen: Mattila kuvaa kampanjaa *inhorealistisena*, ei *kansanvalistuksellisenä* kuten Leskinen tai *rauhanomaisena* kuten Korhonen. Mattilan voikin katsoa tuovan tekstissään esiin, että hän tavallaan ymmärtää, miksi mainokset sinänsä järkyttivät ihmisiä, mielenkiintoiseksi reaktiot hänen mielestään tekee vain se, että ongelma itsessään on ollut aiemminkin *tunnistettu*.

Muita kirjoittajia enemmän Mattila pyrkii omassa mielipidekirjoituksessaan antamaan vaikutelman, että hän tarkastelee asioita etäämpää, jopa ulkopuolisena ja monelta kantilta. Hän kirjoittaa: ”*Ehkä kaupungin moniäänisyydessä ja omia arvoja vastaan riitelevien viestien sietämisessä on meillä helsinkiläisillä vielä kasvun paikka*”. Mattila myöntää siis kaupunkitilaan kuuluvan moniäänisyyden, mutta kumoaa heti seuraavassa kappaleessa dissosiativista argumentointitekniikkaa käyttäen Leskisen tulkitsevan mediatiloja hoitavan yrityksen keskeytyspäätöksen *virheellisesti* sensuuriksi, vaikka ”*siitähän ei ollut kyse*”. Kautta linjan Mattila tuntuu suhtautuvan Leskiseen opettaja-oppilas –asetelman kautta: sinänsä ymmärtäväisesti, mutta oikaisten, jopa hymähdellen. Näin hän yrittää kyseenalaistaa Leskisen asiantuntijuuden ja pyrkii esittämään hänen kirjoituksensa ja argumenttinsa naiiveina ja ei rationaalisiin perusteluihin nojaavina.

JCDecaux’n toiminnasta Mattila käyttää itse neutraalia nimitystä *keskeytys*. Mattilan mukaan kyse ei ollut sensuroinnista, vaan ”*tehokkaan koneiston mahdollistamasta nopeasta reagoinnista juuri kaupungin käyttäjien ja asukkaiden palautteeseen*”. Mattila tuo esiin, ettei kaupunkitilan näkyvän viestinnän monopolisointi kaupallisille tahoille ole pelkästään negatiivinen ilmiö. Hänen mukaansa asian voi ”*perustellusti nähdä myös toisin*”. Mattila korostaa asian ”rationaalista” puolta eli kustannustehokkuutta syy-seuraus –suhteisiin argumenttissaan vedoten: ”*Keskitetysti hoidettuna sekä mainonnan sisältöjen että jakelun vastuulliset ovat nopeasti tunnistettavissa ja näin velvoitettavissa myös korjausliikkeisiin*”. Ja jatkaa: ”*Itsekseen toimivat tuhertajat ja tarrojen liimaajat taas kylvävät viestejä ympäriinsä ilman kykyä, halua tai aikomustakaan kampanjansa jälkihoidosta tai vanhentuvien viestien poistosta huolehtimiseen*”. Mattila yleistää kaiken vapaan viestinnän kadulla tuherteluun. Hän olettaa, etteivät itsekseen toimivat viestijät hoida kampanjojensa jälkihoitoa ja yhdistää jälleen syy-seuraus –suhteeseen vedoten, kuinka asia jää

”*veronmaksajien huoleksi*”. Veronmaksajiin eli meihin vedotessaan Mattila tulee ottaneeksi käyttöön kvantitatiivisen lokuksen keinot. Taustalla on nähtävissä ajatus, onko oikein, että me kaikki maksamme siitä, että joku yksittäinen henkilö saa ilmaista itseään kaupunkitilassa. Tavallaan Mattila tulee rivien välistä nostaneeksi esiin kysymyksen: Mikä on sananvapauden ja vapaan kaupunkitilan hinta? Olemmeko valmiit luopumaan siitä tai kaventamaan ilmaisutilaa entisestään taloudellisen edun nimissä?

Vaikka Mattila pyrkii etäännyttämään itsensä ulkopuoliseksi tarkkailijaksi, omaa helsinkiläisyyttään lukuun ottamatta, ja esiintymään asiantuntijan eetoksen mukaisesti, hän käyttää kuitenkin varsin voimakkaita sanavalintoja ja tekee siten oman asemansa keskustelussa varsin selväksi. Siinä missä Leskinen puhuu katutaiteilijoista, Mattila puhuu alentuvaan ja alentavaan sävyyn *tuhertelijoista*. Mattila myös vetoaa jälleen taloudellisiin seikkoihin ja muistuttaa, että kustannukset jäävät veronmaksajien huoleksi. Lisäksi hän toteaa, että kaupungin katujen ja liikennevälineiden mainostauluista lankeaa Mattilan sanojen mukaan mainostajille *melkoisia mediakustannuksia*, joista *huomattava osa* siirtyy kaupungin kassaan katujen, puistojen ja liikennevälineiden hoitoon ja kehittämiseen. Mattila arvottaa tosiseikan sen seurausten valossa. Syy-seuraus –suhteen mukaisesti mainostajille on siis syytä antaa oma tilansa kaupungista, koska mainostulot hyödyttävät kaupunkia ja sitä kautta kaupunkilaisia. Ja jälleen Mattila vertaa ulkomainosyhtiöitä muihin katukuvassa viestintää yrittäviin tahoihin ja toteaa, ettei ”[V]astaava panosta yhteiseen hyvään *vapailta, tussein, maalein, tarroin ja julistein toimivilta joukkioilta ei ole luvassa*”. Yhteiseen hyvään vedotessaan (tuota hyvää tarkemmin yksilöimättä) Mattila käyttää hyödykseen kvantitatiivista lokusta: enemmistön etu on tärkein. Hän myös pyrkii osoittamaan, etteivät hänen vapaiksi joukkioiksi kutsumansa tahot ole tuon yhteisen hyvän kannalla, vaan tulee esittäneeksi heidän toimintansa vain oman mielihyvän tavoitteluna.

Lopuksi Mattila, joka mainitsee tittelikseen sosiologian tohtoriopiskelija, kirjoittaa uskaltavansa arkikokemuksensa ja tietämyksensäkin perusteella väittää, etteivät taiteilijat koe tulevansa vainotuksi Stop töhryille –kampanjan vuoksi. Näennäisvaatimattomalla ”uskallan väittää” – lausahduksella Mattila yrittää nostaa itsensä muita keskustelijoita asiantuntevampaan asemaan. Leskisen omassa mielipidekirjoituksessaan esittämää väitettä hän puolestaan pitää suorastaan *villinä*. Mattila luettelee lisääntyneen kontrollin ja tiukemman sanktiolinjan kohteeksi ”*tarrojen ja julisteiden liimailijat, metrojen ja ratikoiden töhrijät sekä muun muassa kaupallista mainontaa vastustavat häirintäkampanja*”. Mikään näistä ryhmistä ei Mattilan mukaan ”*venyttämälläkään mahdu katutaiteen piiriin*”. Totuuden rakenteeseen pohjautuvaan argumentaatioon vedoten hän nostaa kaupunkitilassa viestivien vapaiden tahojen joukosta ”*säännön vahvistavaksi poikkeukseksi*”

ainoastaan graffitien kaltaisten *taitoa vaativien ja parhaimmillaan esteettisenkin ilmaisumuodon harrastajat*, joille on Mattilan mukaan myönnytyksenä hyvä jättää sillankaiteita ja tunneleita sallituksi työmaaksi.

Ihannelilaksi Mattila hahmottelee lopussa kaupunkia, jossa on tilaa niin mainonnalle, siitä vapaille pinnoille kuin myös Animalian kampanjalle. Mattila korostaa omassa mielipidekirjoituksessaan kustannustehokkuutta ja taloudellista kannattavuutta ohitse kaiken muun. Vaikka hän myöntää moniäänisyyden kuuluvan kaupunkitilaan, hän on taloudellisen järkevyyden ja hyödyn nimissä valmis tinkimään siitä, eikä pidä kaupunkitilan kaupallistumista lainkaan pahana asiana – päinvastoin. Mattila myös korostaa kontrollin merkitystä, eikä ole valmis hyväksymään valvomatonta toimintaa, vaan tuntuu kokevan sen jossakin määrin jopa uhkaksi kaupunkitilassa viihtymiselle. Ehdotusta moniäänisyyden säilymiseksi kaupallisen viestinnän viedessä yhä enemmän tilaa Mattilakaan ei kuitenkaan esitä. Kaupunkilaisista Mattila käyttää nimityksiä käyttäjä ja asukas. Mattilan argumentoinnin taustalla näkyy ajatus ylhäältä alas suuntautuvasta hallinta-ajattelusta. Mattilalle poliittinen toimija näyttäytyy käyttäjänä, ei itse aktiivisena tekijänä ja toimijana.

7.2.4. ”Kansalaisjärjestöjen on saatava ilmaista mielipiteensä kaupunkitilassa”

Erkki Perälä huomauttaa heti 11.7.2005 Helsingin Sanomissa ilmestyneen mielipidekirjoituksensa alussa, ettei hän halua ottaa kantaa keskustelun kohteena olevan kampanjan sisältöön. Kampanjasta käyty keskustelu oli kuitenkin ohjannut Perälän miettimään, kenelle kuuluu oikeus määrätä, minkälaisia kampanjoita julkisessa tilassa saa toteuttaa.

PERUSTA

Ei ole oikein, että yksityinen yritys voi kaupungin kanssa tekemänsä sopimuksen turvin sanella, mikä taho pääsee kadulla ääneen ja mikä ei.

Kun kaupunkitilaa hallitsevat yhä enenevässä määrin suuret kauppakeskukset, pienemmillä resursseilla toimivien kansalaisjärjestöjen monet vaikutusmahdollisuudet jäävät varsin vähäisiksi.

JOHTOPÄÄTÖS

Kansalaisjärjestöjen on saatava ilmaista mielipiteensä kaupunkitilassa.

OIKEUTUS

Sananvapaus
Monimuotoinen yhteiskunta
Yhteiskuntarauha

Kuvio 5. Erkki Perälän argumentointi

Perälän retorinen keino on sanoutua irti itse kampanjan kommentoinnista ja korostaa siten puolueettomuuttaan varsinaisen kampanjan sisällön suhteen. Toisaalta kampanjasta käydyistä keskustelusta irtisanoutumisen voi nähdä myös keinoksi innostaa sen käsittelyyn jo kyllästyneet ihmiset jatkamaan lukemista.

Heti toisessa kappaleessa Perälä kuitenkin mainitsee JCDecaux'n nimeltä ja pitää siten Animalian kampanjaa oman argumentointinsa esimerkkitapauksena. Perälä toteaa, ettei hänen mielestään ole oikein, että yksityinen yritys voi kaupungin kanssa solmimansa sopimuksen turvin sanella, *mikä taho pääsee kaduilla ääneen ja mikä taas ei*. Tässä Perälä on siis Leskisen kanssa samoilla linjoilla. Kvantitatiiviseen lokukseen vedoten hän korostaa, ettei yksittäinen taho voi rajoittaa sananvapautta.

Perälä muistuttaa, että mainonnan sisällöllistä sääätelyä varten on perustettu Keskuskauppakamarin alainen Mainonnan eettinen neuvosto. Perälä ei erikseen mainitse, katsooko hän vain mainonnan sääätelyn olevan vain neuvoston tehtävä, mutta auktoriteetista muistuttaminen kyseenalaistaa JCDecaux'n toiminnan tarpeellisuutta. Perälä kirjoittaa: *”Mikäli kyse todella oli yksittäisiltä ihmisiltä saadusta kielteisestä palautteesta, olisi vähintäänkin suotavaa, että JCDecaux esittelisi, mikä kampanjassa ihmisiä häiritsi, ja kuinka paljon enemmän valituksia tuli verrattuna muihin ulkomainoskampanjoihin”*. Perälä rinnastaa Animalian kampanjan muihin ulkomainoskampanjoihin ja vaatii Animalian kampanjalle samaa kohtelua. Kvasiloogista argumentaatiotekniikka käyttäen Perälä kyseenalaistaa yhtiön toiminnan ja saattaa sen epävarmaan valoon. Epäluuloisuuden syyksi Perälä nostaa JCDecaux'n haluttomuuden yksilöidä palautetta niin sisällöllisesti kuin määrällisestikin. Huomattavaa on, että viitatessaan mainonnan kohderyhmään, Perälä puhuu *ihmisistä*, ja sanoutuu siten kuluttajuus – kansalaisuus -linjausten ulkopuolelle.

Perälän mielipidekirjoituksen pääasiallinen tavoite on ilmaista hänen huolestuneisuutensa kaupallisia tahoja pienemmillä resursseilla toimivien kansalaisjärjestöjen suorien vaikutusmahdollisuuksien vähäisyydestä. *”Kun kaupunkitilaa hallitsevat yhä enenevässä määrin kauppakeskukset, pienemmillä resursseilla toimivien kansalaisjärjestöjen suorat mahdollisuudet jäävät varsin vähäisiksi”*. Perälä käyttää jälleen vertailua yhä enenevässä määrin – pienemmillä resursseilla. Lisäksi Perälä pyrkii osoittamaan kausaalisen syy-seuraus –suhteen kauppakeskusten lisääntymisen ja kansalaisjärjestöjen vähenevien vaikutusmahdollisuuksien välillä. Perälä päättääkin ytimekkään kirjoituksensa ennakoimalla tulevaisuutta jälleen kausaalisuhteeseen argumenttinsa

perustaen ja kysyy: ”Kun niiltä (kansalaisjärjestöt) kielletään vielä viimeisetkin lailliset vaikutuskanavat, onko enää ihmeekään, että joidenkin järjestöjen toiminta radikalisoituu?”

7.2.5. ”Ettinen kuluttaja valitsee kukkarollaan”

Mirka Muukkosen mielipidekirjoitus otsikolla Broilerin olot paranemassa vain vähän oli ainoa Aamulehdessä Animalian kampanjaa käsitellyt mielipidekirjoitus, joka julkaistiin. Muukkosen kirjoitus ilmestyi 23.7.2005 eli hieman Helsingin Sanomien mielipideosastolla käydyin mielipiteidenvaihdon lakattua.

PERUSTA

Animalian kampanja oli informatiivinen ja ajankohtainen.

Kuluttajalla on mahdollisuus valita eläinystävällisiä ja kotimaista tuotantoa tukevia vaihtoehtoja.

Animalian julisteet poistettiin käsittämättömän heppoisin perustein, vaikka monet eettisesti epäilyttävät mainokset ovat pysyneet katukuvassa valituksista huolimatta.

JOHTOPÄÄTÖS

Ettinen kuluttaja valitsee ja vaikuttaa asioihin kukkarollaan.

OIKEUTUS

Demokratian ja sanavapauden toteutumisen turvaaminen

Kestävä kehitys

Eläinten oikeudet

Valinnan mahdollisuus

Kuvio 5. Mirka Muukkosen argumentointi

Muukkonen aloittaa kirjoituksensa viittaamalla Animalian kampanjan keskeytyspäätöksen herättämään ihmetykseen: ”Heinäkuun alussa Suomessa lopetettiin broilerin kiusaus. Tosin hieman yllättävällä tavalla”. Muukkonen aloittaa kirjoituksensa sanaleikillä: yksi kolmesta Animalian kampanjan julisteesta on nimeltään Broilerin kiusaus. Muukkonen kertoo ulkomainosyhtiö JCDecaux’n poistattaneen Animalian lanseeraamaan, Muukkosen erittäin tyylikkääksi kuvaileman, julistesarjan vain päivän esillä olon jälkeen. Kuva-aiheiden hän toteaa olevan osa suomalaista arkipäivää ja muistuttaa tuttua sanontaa samalla hyödyntäen yhden kuvan kertovan enemmän kuin tuhat sanaa.

Pohjustettuaan tapahtumia Muukkonen pääsee varsinaiseen aiheeseensa ja kirjoittaa: ”On suorastaan ennenkuulumatonta, että demokraattisessa ja sananvapaassa maassa julisteet poistettiin käsittämättömän heppoisin perustein. Mainostilaa myyvä monopoliyhtiö perusteli julisteiden poistoa saamallaan puhelinsoitoilla”. Muukkonen ei suoraan kyseenalaista Suomen demokraattisuutta ja sananvapautta, mutta hänen monopoliyhtiöksi nimittämänsä mainospaikat

omistavan yrityksen toiminnan epäuskottavuus tuo myös sananvapauden ja demokratian toteutumisen esiin kyseenalaisessa valossa. Kvantitatiivisiin lokuksiin, kuten demokratia ja sananvapaus, vetoamalla Muukkonen pyrkii voittamaan yleisön heti alussa puolelleen. Molemmat mainituista ovat asioita, joita vain harva olisi valmis menettämään.

Muukkonen pyrkii horjuttamaan yhtiön toiminnan perustelujen uskottavuutta vertaamalla Animalian kampanjan kohtaloa muihin mainoskampanjoihin kvasiloogista argumentaatiotekniikkaa käyttäen. Muukkonen muistuttaa, etteivät kampanjat ja runsaat yhteydenotot ole poistaneet katukuvasta ”*eettisesti epäilyttäviä mainoksia, joissa kaupitellaan bikinejä sairaalloisten laihojen mallien avulla tai kannustetaan alkoholisoitunutta ja viinasta väkivaltaiseksi muuttuvaa kansaa nauttimaan olutta ja siideriä estottomasti*”. Näin Muukkonen tuottaa kuvaa epäeettisin perustein toimivasta mainosmaailmasta, joka yleensä vähät välittää mainosten sisällöstä ja niiden vaikutuksesta ihmisten elämään.

Animalian julistesarja on Muukkosen mielestä paitsi *informatiivinen*, myös erittäin *ajankohtainen*. Kampanjan ajankohtaisuutta Muukkonen perustelee sen aikaan valmisteilla olleella EU:n komission broileridirektiivi. Muukkonen on ensimmäinen mielipidekirjoittajista, joka yhdistää kampanjan suoraan broileridirektiiviin ja esittää sen yrityksenä vaikuttaa juuri tuohon nimenomaisen lain sisältöön. Muukkonen väittää, ettei direktiivi ole suomalaisten broilerituottajien mieleinen: ”*suomalaiset broilerituottajat eivät lämpene komission ehdotukselle*”. Direktiivin mukaan neliömetrillä saisi olla 30 kg lintuja, kun yleinen määrä Suomessa on ollut 42-44 kg. Muukkonen jatkaa muistuttamalla, ettei elintilan kasvu ja broileridirektiivin toteutuminenkaan auta lintuja kuin vain vähän. Muukkonen kertoo, että broilereita tuotetaan luonnottoman nopealla tempolla ja ankeissa olosuhteissa. Broileri saavuttaa teuraspainonsa vain viidessä viikossa, eikä hallissa ole linnuille orsia tai muita virikkeitä. Faktoista kerrottuaan Muukkonen lisääkin, *että tosiasiallisesti direktiivi tuo vain vähäistä parannusta eläinten kannalta* ja antaa siten ymmärtää, että edes sen hyväksyminen on vähintään, mitä nyt voidaan tehdä. Muukkonen korostaa asiaansa metaforalla *tosiasiallisesti* ja pyrkii siten korostamaan asiaansa vakavuutta ja todenperäisyyttä.

Kirjoituksensa lopuksi Mirka Muukkonen toteaa, että on olemassa myös eläinystävällisiä ja kotimaista tuotantoa tukevia vaihtoehtoja. Animalian julistekampanjan julisteiden nimiin viitaten Muukkonen kirjoittaa: ”*Eettinen kuluttaja valitsee kukkarollaan ja jättää ostamatta kiusatun broilerin, säästöleikkauksen alle joutuneet tehotuotetut possut ja häkissä eläneiden turkiseläinten turkiksista valmistetut vaatteet*”. Muukkonen ei vetoa suoraan lukijoihin, mutta tyytyy faktoja ensin selostettuaan toteamaan, kuinka eettinen kuluttaja toimii ja antaa sitten lukijoiden itse miettiä, mihin

ryhmään he haluavat kuulua. Muukkonen nostaa kuluttamalla vaikuttamisen ensisijaiseksi keinoksi vaikuttaa ja pitää valinnan mahdollisuutta ja niiden poliittista painoarvoa tekstin perusteella täysin selvinä.

Muukkonen käyttää kirjoituksessaan varsin värikästä kieltä ja pyrkii lähestymään lukijoita rennon tyylin avulla, peläten kenties saarnaavan tyylin karkottavan potentiaaliset lukijat. Hän julistautuu selkeästi kampanjan sisällön puolestapuhujaksi ja koko kirjoituksen taustalla on havaittavissa eläinten oikeuksiin vetoaminen ja toisaalta myös demokratian ja sananvapauden puolustaminen.

7.4. Toimijuuden rakentuminen Animalian julistekampanjan argumentaatiossa

Kirjoittajat käyttivät argumentoinnissaan pääasiassa hyödykseen assosiatiivisia ja eritoten todellisuuden rakenteeseen nojaavia argumentteja kirjoittaessaan poliittisesta toimijuudesta ja poliittisen toiminnan tavoista. Tiivistän seuraavaksi kirjoittajien ajatukset ja erittelen, millaisena he tekstien perusteella näkevät poliittisen osallistumisen ja toiminnan. Samalla vastaan aineistoni mielipidekirjoitus-osiolle esittämäni kysymyksen, millaisiksi poliittisiksi toimijoiksi kirjoittajat identifioituvat eli millaisena he kokevat poliittisen toimijuutensa.

Erialaisten poliittisten keinovalikoimien suosiota EU-maissa tutkineen EUYROUPART-tutkimuksen analyysi osoitti, että poliittiset kulutusvalinnat eli konsumerismi on suomalaisista kiinnostava poliittisen vaikuttamisen muoto, jonka he erilaisista poliittisen vaikuttamisen muodoista mieluiten myös valitsevat. (SORA: EUYROUPART 2005). Analyysini tulos tukee tätä tulosta. Suhtautuminen poliittiseen kuluttajuuteen on kaikilla kirjoittajilla lähtökohtaisesti positiivista. Monet kirjoittajista painottavat yksilöiden valintoja ja vetoavat ihmisiä *valitsemaan oikein*.

Kaikki kirjoittajat painottavat myös yhteisöllisyyttä tai joukkovoimaa, vaikka yleisöön vedotaankin yksittäisinä toimijoina. Merkittävä havainto poliittiseen toimijuuteen liittyvän keskustelun kannalta on, että henkilökohtaista ja yhteisöllistä ei myöskään nähdä toisensa pois sulkevinä. Teoreettisessa keskustelussa usein esiinnoussut vastakkainasettelu ei ilmene toimijoiden puheissa.

Käsitteellinen hämmennys eli toimijuuteen viittaavan sopivan käsitteen puuttuminen tuli teksteissä kuitenkin hyvin ilmi. Hämmennys näkyi erityisesti siten, että vaikka koko keskustelu käsittelee poliittisen toiminnan tapoja ja tilaa eli poliittisen toimijuuden mahdollisuuksia, ei toimijaan suoraan viitata juuri lainkaan. Loppujen lopuksi toimija sinänsä tulee analysoiduissa teksteissä esiin varsin

vähän ja kirjoittajien ja keskustelijoiden käsitykset poliittisesta toimijuudesta täytyy kaivaa esiin tekstin taustalta perelmanilaisittain esisopimuksia tarkastelemalla.

Anu Korhonen ja Aamulehteen kirjoittanut Mirka Muukkonen ovat ainoat kirjoittajat, jotka käsittelevät toimijuutta suoraan omissa kirjoituksissaan. He puhuttelevat lukijoita nimenomaan kuluttajina vedoten heitä vaikuttamaan omilla yksilöllisillä valinnoillaan. Korhonen ja Muukkonen pyrkivät kirjoituksissaan luomaan kuvaa eettisiä kulutusvalintoja tekevistä hyvinä ihmisinä ja kukapa ei haluaisi identifioitua hyvien ihmisten joukkoon. Korhonen painottaa omassa kirjoituksessaan erityisesti kuluttajan velvollisuutta vaikuttaa. Myös Muukkonen korostaa kuluttajien valitsevan kukkaroillaan, millaisessa maailmassa he haluavat elää. Vaihtoehtoisia tapoja vaikuttaa ja osallistua he eivät esitä ja vaan ainakin kirjoitustensa perusteella he kokevat kulutusvalinnat ensisijaiseksi vaikutuskeinoksi eläinten olojen parantamiseksi ja tehotuotannon kitkemiseksi. Muukkonen puhuu kirjoituksessaan valmisteilla olleesta direktiivistä, mutta ei mainitse esimerkiksi Animalian vetoomusta, johon itse julistekampanjan oli tarkoitus kiinnittää huomiota.

Korhonen ja Muukkonen ovat siis mm. Kirsti Kallion (2003) ja Michele Michelettin (2003) kanssa samoilla linjoilla ja kokevat, että poliittinen vaikuttaminen tapahtuu nykyisin suurelta osin markkinatalouden kautta. He tuntevat tekstiensä perusteella kokevan kuluttajuuden tärkeimmäksi poliittisen vaikuttamisen rooliksi. Molemmat korostavat kirjoituksissaan kuitenkin joukkovoiman merkitystä ja oikeiden valintojen merkitystä yhteiskunnalle. Kirjoitustensa perusteella heidän voi katsoa identifioivan itsensä poliittisina toimijoina *kuluttajakansalaisiksi*. Kulutusvalinnat ovat heille luonteva poliittisen vaikuttamisen muoto. He tiedostavat kulutusvalintojensa yhteiskunnallisen merkityksen ja haluavat ottaa tietoisesti vastuun valinnoistaan. Heille kuluttajuus on selkeästi, automaattisesti ja luontevasti politiikkaa.

Pekka Mattila puolestaan viittaa kirjoituksessaan toimijoihin puhumalla kaupungin käyttäjistä ja asukkaista. Kaupunkitilassa muuten kuin virallisella väylällä ja kaupallisilla keinoilla viestivät hän nimeää villoiksi joukkioiksi, tuhertelijoiksi ja tarrojen liimailijoiksi. Mattila esittää heidän toimintansa päämäärättömänä puuhasteluna ja pyrkii muutenkin esittämään heidän toimintansa yleisölle epäilyttävässä valossa. Mattila painottaa kirjoituksessaan rationaalisuutta ja esittää omat näkökantansa järkevinä ja harkittuina vaihtoehtoina. Mattila on taipuvainen argumentointinsa perusteella suosimaan perinteisempiä vaikuttamisen keinoja. Hän vetoaa sääntelyyn, eikä näe kaupunkitilan kaupallistumista ongelmallisena. Mattila on kirjoittajista ainoa, jonka päämääränä tuntuu olevan nykytilanteen säilyttäminen entisenlaisena, ilman suuria muutoksia. Mattila kokee

vapaasti toimivat ihmiset jopa uhkaksi ja tuntuu kaipaavan säätelyä ja rajoja (poliittiseen) toimintaan. J.P. Roosin (1998, 13-14, ks. tutkielman luku 2.1.1.) lailla myös Mattila näkee, että yhteiskunnan tehtävä on asettaa rajoja yksittäisten ihmisten onnen tavoittelulle. Yksittäiset mielenilmaukset hän leimaa oman mielihyvän tavoitteluksi, eikä pidä niitä yhteisen hyvän tavoitteluna. Näin ollen julkinen tila tarvitsee säätelyä.

Mattilan retoriikassa on piirteitä liberalistisesta politiikkamallista, jossa osallistuvan kansalaisen rooli on koettu hyvin rajalliseksi. Tämän teorian mukaan kansalaisyhteiskunnan toimijat eivät kykenisi artikuloimaan kokonaisvaltaisia poliittisia ohjelmia, eivätkä ottamaan vastuuta järjestelmän hoidosta. Nämä tehtävät halutaan jättää erityisille osajaeliiteille ja ennen kaikkea poliittisille puolueille. ²⁰(Rättilä 2001, 193.) Mattila korostaa kirjoituksessaan omaa asiantuntijuuttaan aihepiirin suhteen ja lukee itsensä siis osajaeliittiin, jonka tehtävänä on keskustella aiheesta. Hän näkeekin poliittisen toimijuutensa *rationaalisuutta ja yhteiskunnallista säätelyä painottavana asiantuntijana*, joka on asiantuntijuutensa puolesta velvoitettu osallistumaan keskusteluun.

Riikka Leskinen kaipaa myös kirjoituksessaan keskustelua poliittisista toimintatavoista ja siten toimijuudesta. Hän ei suostu toimijan rooliin vain kuluttajana, vaan penää muita tilaa ja oikeutta osallistua yhteiskunnan toimintaan myös muulla tavoin. Toisin kuin Mattila Leskinen kaipaa kaupunkitilaan tilaa avoimelle keskustelulle ja mielipiteenvaihdolla. Hänen poliittisen toimijan ihanteenaan tuntuu olevan aktiivisesti *keskustellen yhteiskunnan toimintaan osallistuva toimija*. Leskisen toimijakäsitys tuntuukin olevan lähellä ajatusta *julkisosta*. Leskisen erityinen kritiikki kohdistuu mainosyhtiö JCDecaux'n toimintaan, jonka holtittoman toiminnan hillitsemiseen Leskinen kaipaa valtiovallan eli viranomaisten suojelua. Leskinen ei siis näe, että yksilöiden tulisi ottaa yksin vastuu kaikesta vaan kokee myös poliittisten instituutioiden toiminnan selvästi tärkeäksi. Leskinen ei kritisoi kulutusvalintojen poliittista merkitystä, mutta haluaa nähdä poliittisen toimijuutensa kulutusvalintoja laajempina. Keskustelu, sananvapaus ja julkisen tilan takaisin valtaaminen markkinavoimilta ovat hänen kirjoituksessaan päällimmäisenä esiin nousevat teemat.

Perälänkin argumentointi painottuu julkisuuden tilan puolustamiseen. Perälä näkee kaupunkitilan keskusteluareenana, jossa on oltava tilaa kaikenlaisille mielipiteille. Perälällekin poliittinen toimija on ennen kaikkea aktiivinen keskustelija. Perälä puhuu kirjoituksessaan ihmisistä, eikä puhu poliittisista toimijoista sen paremmin kansalaisina kuin kuluttajinakaan. Perälälle poliittisen

toimijan tärkein oikeus tuntuu olevan sananvapaus. Perälä huomauttaa kirjoituksessaan, ettei yhtään ihmettele, että jatkuvasti toimintamahdollisuuksia rajoittamalla päädytään siihen, että joidenkin toimijoiden toiminta saa radikaaleja piirteitä. Hän korostaa, että jokaisen täytyy voida ilmaista itseään ja toteuttaa omaa poliittista toimijuuttaan. Julkinen tila on areena mielipiteenvaihdolle, eikä sitä tulisi liikaa rajoittaa. Perälä ei erittele kirjoituksessaan eri toimintatyylejä tarkemmin ja on siksi aineistosta haasteellisin, mietittäessä millaiseksi poliittiseksi toimijaksi hän itse itsensä kokee. Hän on selvästi aktiivinen, eikä kritisoi uuden poliittisen toiminnan muotoja, vaan tuntuisi pitävän politiikan muutosta itsestään selvänä kehityskulkuna. Näkisin hänen kokevan poliittisen toimijuutensa ennen kaikkea *osallistuvana*, erityisesti kansalaisyhteiskunnan näkökulmasta asioita katsovana *keskustelijana*.

Analyysin perusteella nousee päällimmäisenä seuraava ajatus: Kampanjan kaltaisessa uuden poliittisen toiminnan tilanteessa poliittiselle toimijalle ei tunnu löytyvän sopivaa käsitettä. Ei tiedetä tai osata päättää, millä sanalla kyseisen kaltaisen poliittiseen tilanteen toimijaan tulisi viitata. Oma toimijuuden kokemus on kaikille kirjoittajille selvä, eivätkä keskusteluun osallistuneet (joiden tietysti jo sinänsä voi olettaa olevan keskivertoa aktiivisempia kansalaisia) tunnu kokevan esimerkiksi henkilökohtaisen elämän politisoitumista ongelmallisena, päinvastoin. Kirjoittajista ainoastaan Mattila vaikuttaa hieman skeptiseltä osaa uuden poliittisen ilmiötä kohtaan. Hänkään ei kuitenkaan kiistä muutosta, mutta ei pidä sitä yhtä merkittävänä kuin muut.

Toinen huomiota herättänyt seikka argumenteissa on keskustelijan roolin korostuminen monissa kirjoituksissa. Samalla esiin nousi myös vapaan keskustelutilan kaipuu. Sananvapauden puolustaminen löytyikin Mattilaa lukuun ottamatta kaikkien muiden kirjoittajien argumenttien taustalta. Mattila olikin ainoa, joka kaipasi julkiseen tilaan enemmän sääätelyä. Muilla korostui tarve saada julkinen tila takaisin avoimen ja vapaan keskustelutilaksi. Animalian kampanjan poistamista pidettiin hälyttävänä merkinä markkinakoneiston monopolista. Kaupallisten viestien kyllästävä julkinen tila koettiin jo yhteiskunnan monimuotoisuuden uhkaksi ja kirjoituksissa vaadittiin nopeita toimia tilan takaisin valtaamiseksi niin viranomaisilta kuin ihmisiltä itseltään.

Baumanin väite, jonka mukaan ihmiset uskaltavat julkiselle areenalle vain halutessaan ”epätoivoisesti verkostua”, eivät yrittäkseen löytää yhteisiä asioita ja tapoja sopia yhteisen hyvän merkityksestä ja yhteisen elämän periaatteista, ei toteudu tässä aineistossa. Kampanjan pohjalta virinnyt koko politiikan toimintaympäristön muutosta sivunnut keskustelu oli vilkasta ja

²⁰ Tällaisen tulkinnan ongelma on, että siinä jäävät huomaamatta, mitä ovat ne näin määritetyn demokratian normeihin ja aktuaaliseen poliittiseen vallankäyttöön kytkeytyvät mekanismit, jotka käytännössä voivat estää liikkeitä ja ”aktiivisia

keskustelun kohteeksi nousi nimenomaan se, millainen toiminta johtaisi koko yhteisön kannalta mahdollisimman hyvään lopputulokseen. Vaikka poliittiset valinnat ovat henkilökohtaistuneet, aineistoni osoittaakin, etteivät tarpeet yhteisöllisyyden kokemiseen, yhdessä tekemiseen ja ennen kaikkea keskusteluun ole kadonneet. Aineiston antama viittaus keskustelutilan takaisin valtaamiseen, voisikin olla ensimmäinen askel vanhat jakolinjat ylittävään uuden ja vanhan poliittisen toiminnan vastakkainasettelun vähittäiseen hiipumiseen. Politisoimalla julkinen tila raivataan lisää tilaa poliittiselle osallistumiselle ja keskustelulle politiikan päämääristä ja keinoista.

Animalian mainokset pyrkivät vaikuttamaan *kuluttaviin kansalaisiin* ja valtaamaan keskustelu- ja mielipidetilaa poliittisiin tarkoituksiin käyttäen apunaan välityskanavaa, jota oli totuttu pitämään kaupallisten viestien välityskanavana. Lisäksi Animalian kampanjassa lähestytään poliittisella viestillä toimijaa tilassa, jossa hän on tottunut toimimaan kuluttajan ja (passiivisen) viestien vastaanottajan eli yleisön roolissa. Mainos puhuttelee katsojaansa rooleja sekoittaen eli samanaikaisesti sekä kuluttajana että kansalaisena ja vaatii pysähtymään ja ottamaan kantaa, olemaan julkiso. Aiheuttiko näiden roolien sekoittaminen niin suuren hämmennyksen siksi, ettei siihen oltu vielä totuttu Animalian kampanjan kaltaisessa mittakaavassa? Kampanjan takana oli lisäksi vielä arvostettu kansalaisjärjestö, jolloin kampanjaa ei voitu leimata vain pienen piirin mielenilmaisuksi. Ennen kaikkea kampanja kosketti aihevalinnallaan jokaista, sillä kahdessa kolmesta julisteesta viitattiin niinkin jokapäiväiseen asiaan kuin ruokailuun. Mainokset eivät olleet erityisen rajuja. Rajuiksi mainokset teki ainoastaan tekstin ja kuvan yhdistelmän mahdollinen kokeminen rajuksi. On siis paikallaan tutustua itse mainoksiin hieman tarkemmin ja pohtia, millaista toimijaa Animalia niiden avulla lähestyi.

8. POLITIIKKA MAINOKSILLA- MAINOSKAMPANJAN KUVIEN ANALYYSI

Politiikan tutkimuksen paradigmaan ei ole perinteisesti kuulunut omaa ”kuvatutkimuksen diskurssia” (Lindroos 2004, 115, ks. myös Välinoro 2005, 5). Kuten sekä Kia Lindroos että Matleena Välinoro ovat tutkimuksissaan todenneet, minkä tahansa kuvallisen materiaalin tulkinta edellyttää politiikan tutkijalta uskallusta astua perinteisten paradigmojen rajalle. Mielestäni riskin otto on paitsi suositeltavaa myös välttämätöntä. Uutta poliittista tulkittaessa ei kuvallista materiaalia voi enää sivuuttaa tai pitää toissijaisessa asemassa, vaan se on otettava mukaan poliittisen tutkimuksen piiriin tekstiaineiston rinnalle. Vain siten on mahdollista tulkita speaktaakkeleihin perustuvan yhteiskunnan (ja estetisoituneen ja performatiivisen politiikan) ilmiöitä, jotka jo lähtökohtaisesti perustuvat pitkälti kuvallisuuteen ja visuaalisuuteen eli siihen, miltä asiat *näyttävät*.

kansalaisia” ottamasta vastuullisempaa poliittista roolia. (Rättilä 2001, 193.)

Käytän kuvallista materiaalia vertailuaineistona mielipidekirjoituksista löytämilleni argumenteille. Tässä yhteydessä ymmärrän jokaisen julisteen (eli kuvan ja tekstiosion) tekstinä Tony Schiraton ja Jen Webbin määritelmän mukaisesti. Heidän mukaansa merkkiryhmää voi kohdella ja tarkastella tekstinä, silloin kun se ymmärretään yhdeksi kokonaisuudeksi (Schirato & Webb 2004, 23). Tämä on mielestäni tutkimuskysymyksen kannalta järkevin tapa lähestyä Animalian mainoskampanjan julisteita, sillä kuva ja teksti toimivat niissä kiinteänä ja yhtenäisenä kokonaisuutena.²¹ Tämän tutkielmani rajauksen puitteissa lähestyn siis julisteita tarkastelemalla, millaista yleisöä Animalia pyrki mainoksillaan tuottamaan. Tukeudun Erkki Karvosen ajatukseen, jonka mukaan retoriikka voidaan nähdä myös yleisön tuottamisena.

Vaikka perelmanilaisessa retoriikan teoriassa reettori mukautuu yleisönsä asettamiin ehtoihin pyrkien ottamaan yleisönsä premissit huomioon, voidaan retoriikka nähdä myös yleisön tietynlaiseksi tuottamiseksi. Reettorilla on valinnanvaraa siinä, mihin ihmisten puoleen tai missä suhteessa hän heihin vetoaa. Puhuja voi valita yleisön identiteettien moneudesta jonkun puolen, johon vetoaa. Samoin puhuja voi valita yleisössä vallitsevista uskomus- ja arvoperustasta erilaisia vetoamisen perusteita. Retoriikka siis myös tuottaa yleisöä. Animalia pyrki kampanjallaan vetoamaan ihmisiin kuluttavina kansalaisina. Mainoksilla vedottiin yleisön omaantuntoon ja nostettiin silmien eteen arkipäivän valintojen eettinen puoli. Mainokset myös asettivat ihmiset kyseenalaistamaan omat valintansa. Mainokset muistuttivat, että tuotteen loppukäyttäjä on tuottajan lailla vastuussa, eivätkä asiat ja esineet tule tyhjästä. Säästöpossu-juliste muistutti arjen keskellä bussipysäkeillä, että halpa liha edellyttää aina uhrauksia ja säästöjä myös tuotantopuolella – eläinten hyvinvoinnin kustannuksella. Yleisön aktualisoiminen jossakin suhteessa merkitsee siis sitä, että se asetetaan näkemään asiat tietyssä valossa. Samalla puhujalle epämieluisat aiheet pyritään luonnollisesti siirtämään taka-alalle. (Karvonen 1999, 266–267.)

Ajatus yleisön tuottamisesta halutussa suhteessa on lähellä Burken näkemystä retoriikasta identifikaation eli samastumisen tuottamisena. Olen tarkastellut aiemmin yleisönosastokirjoitusten argumentointia ja toimijuuskäsityksiä identifikaation käsitteen avulla. Nyt käytän samaa käsitettä Animalian mainoskampanjan yleisön hahmottelussa. Samalla kun johonkin samastutaan, jostakin muusta erottaudutaan. Retoriikan lähtökohtana ovat ihmisryhmien erillisyydet ja heidän vastakkaiset intressinsä, joita retoriikan avulla voidaan häivyttää tai lisätä. (Karvonen 1999, 267.) Hilikka Summa

²¹ Vaikka tässä yhteydessä tarkastelenkin julisteiden tekstiä ja kuvaa yhtenä kokonaisuutena eli tekstinä, kuvia tulisi mielestäni tarkastella lisäksi myös puhtaasti omista lähtökohdistaan käsin. James Elkinsin sanoin: "Pictures (visual images) are not like language because they are not made of semiotic marks or signs that relate to each other on the basis of a structured relation of difference". Elkins muistuttaa kuvien olevan myös haasteellisia tutkimuskohteita: "Pictures are difficult objects: they resist interpretation because they resist words". (Schapiro & Webb 2004, 65.)

muistuttaakin, että kaikki joukkoon kuulumisen on pohjimmiltaan retorista, ja edellyttää siis samalla erottautumista jostakin muusta. Retorisen identifikaatiot ovat hänen mukaansa poliittisuutta parhaimmillaan. (Summa 1996, 59.)

Karvonen perustelee ajatustaan yleisön tuottamisesta retoriikan avulla mm. Valentin Volosinovin (1990) näkemyksellä, jonka mukaan merkkityöskentelyllä voidaan suoraan pyrkiä määräämään, missä suhteessa ihmiset jotakin haluttua asiaa ajattelevat. Merkeillä herätetään tietoisuutta eli ”tietynlaista tajunnallista suhteessa oloa”. Merkeillä jostakin olemassa olevasta tehdään jossakin suhteessa huomiota herättävä ja silmiinpistävä. (Karvonen 1996, 269.) Toisin sanoen merkeillä pyritään nostamaan jostakin asiasta esiin haluttuja puolia sen monista mahdollisista eri piirteistä.

8.1. Animalia mainostajana

Animalian mainoskampanja on luokiteltavissa osaksi yhteiskunnallista mainontaa, joka eroaa muusta mainonnasta tavoitteidensa takia. Sen lähtökohdat ovat epäkaupalliset ja vaikka kohteet ovat moninaisia, ne voidaan yleistää osaksi mainontaa, jolla ei pyritä saamaan taloudellista voittoa. Yhteiskunnallisen mainonnan yksi päätavoitteista on ns. agenda setting -tehtävät. Mainokset muokkaavat mediassa käsiteltäviä aiheita ja vapaamuotoista kulttuurista keskustelua. Ne nostavat esiin yhteiskunnallisia epäkohtia ja puheenaiheita. Viestinnän tutkija James W. Careyn klassista viestinnän määritelmää mukaillen mainonta on myös symboliprosessi, joka tuottaa, ylläpitää, korjaa ja muuntaa todellisuutta. (Malmelin 2003, 36–37.)

Yhteiskunnallisen mainonnan piiristä on eroteltavissa lisäksi tiedottamisen ja mainonnan välimaastoon sijoittuva mielipidemainonta. Mainostajan näkemys jostakin asiasta julkaistaan maksettuna ilmoituksena eli mielipidemainoksena, jolla jokin asia pyritään saamaan ymmärretyksi ja kuuluville. Myös vastamainonta luokitellaan toisinaan mielipidemainonnan piiriin. (Malmelin 2003, 39–40.)

Kuten olen jo aiemmin tutkielmassani maininnut, Animalian mainokset oli tilattu mainostoimisto Incognitolta. Mainoksissa käytettiin hyväksi vastamainonnasta tuttuja keinoja, mutta kampanjan luonteen vuoksi sitä ei voi suoranaisesti määritellä vastamainonnaksi. Kyseessä oli mainonnan kentällä erikoislaatuinen kansalaisjärjestön avaus tuoda esiin nykyisen kulutuskulttuurin raadollisimpia piirteitä juuri sillä arenalla, jolla kulutushyödykkeitä on totuttu näkemään ja esittelemään. Samalla Animalian voi nähdä vallanneen takaisin keskusteluareenaksi markkinavoimien hallinnoimaa kaupunkitilaa.

Animalian mainonta sijoittuu mainonnan tutkimuksen määrittelemällä kentällä yhteiskunnallisen mainonnan piiriin, sillä kampanjan tarkoituksena oli ennen kaikkea herätellä ihmisiä ja herättää keskustelua. Animalian silloinen toiminnanjohtaja Hanna Kivinen tiivistä kampanjan tavoitteet Animalian omassa tiedotteessa seuraavasti: ”Kampanjan ajatuksena on herättää mielenkiintoa eläinten oloja kohtaan asiallisella ja hyvän maun mukaisella linjalla”(Animalia, 30.6.2005). Animalian oman tiedotteen mukaan järjestö pyrki kiinnittämään ihmisten huomion myös omaan toimintaansa ja aloitti samaan aikaan myös Broilerikampanjansa ja jäsenhankintakampanjansa. Kaduille jalkautuivat Animalian jäsenhankkijat. Animalia kuitenkin korosti tiedotteessaan, että julistekampanjan päätarkoituksena oli ohjata *kansalaisia* Animalian www-sivuille allekirjoittamaan vetoamus broilereiden hyväksi. Allekirjoituksilla pyrittiin vetoamaan maa- ja metsätalousministeriin, jotta lainsäädännöllä kiellettäisiin liian nopeasti kasvavien eläinten kasvattaminen sekä taattaisiin broilereille tilavammat olosuhteet ja virikkeitä.

8.1.1. Animalian mainoskampanjan julistekuvat

Animalian mainoskampanja koostui kolmesta eri mainoksesta: Broilerikiusaus, Säästöpossu ja Minkin loukku. Jokainen mainos koostui kuvasta, jonka alapuolella oli lapsenomaisella, koulumaisella kaunokirjoituksella kirjoitettu edellä mainittu julisteen nimi. Heti kaunokirjoituksen alla oli pienemmällä fontilla ja tavallisella tekstauksella kirjoitettu teksti: ”Ole kerrankin ihmisiksi ja vaadi, että eläimellä on oikeus olla eläin. Allekirjoita vetoamus osoitteessa animalia.fi”. Lisäksi kaikissa mainoksissa oli oikeassa alalaidassa Animalia logo ja sen alapuolella mainoksen pienimmällä fontilla teksti: ”Animalia on Suomen johtava eläinsuojelujärjestö. Sen tavoitteena on yhteiskunnallisen vaikuttamisen kautta parantaa eläinten oikeuksia ja hyvinvointia”.

Broilerikiusaus-julisteessa karvainen mieskäsi roikottaa jaloista kolme kanaa. Taustalla toisessa kädessä näkyvä olevan vielä ainakin yksi kana. Miehellä on valkoinen asu, joka viittaa teurastamossa työskentelyyn. Asu on täysin tahraton, samoin kanat ovat siistejä. Kuvan taustalta on häivytetty kaikki muu ja kuvan tausta onkin täysin musta. Edellä kuvaillun lisäksi kuvassa ei näy muuta. Eläinten inhimillisyyttä ja tilanteen surullisuutta on korostettu asettamalla eläinten silmät mahdollisimman keskelle kuvaa. Kuvassa etualalla olevan kanan pää on ensimmäinen, johon katse kuvassa kiinnittyy. Eläinten silmät on kuvattu hyvin inhimillisinä. Ne ikään kuin vetoavat hieman alistuneina katsojaan: Auta meitä! Kuva on otettu hieman yläviistosta, mikä korostaa eläinten alistunutta asemaa ”kiusauksen kohteena”. Lisäksi kanoja roikottavan miehen käsi näyttäytyy

kuvassa suhteessa varsin suurelta juuri kuvakulman takia. Tämä lisää kuvan vetoavuutta ja muistuttaa, että eläimet itse eivät voi tehdä mitään, vaan ovat täysin alistettuja ihmisten päätöksille.

Säästöpossu-julisteessa toistuu sama asettele. Kuvassa keskellä olevan ”säästöporsaan” silmät katsovat suoraan julisteen katsojaan. Porsaan silmät ovat surulliset ja ahdistuneet, niissä voi nähdä häivähdyksen myös turhautumista. Tämänkin kuvan eläimet ovat siistejä. Kuvan järkyttävyyttä tulee ennen kaikkea kuvan ja tekstin yhdistelmästä. Kuvassa on porsaita samassa karsinassa koko kuvan täydeltä kylki kyljessä, toisiinsa liiskautuneina ja vailla mahdollisuutta liikkua. Sama tungos näyttää kuvan rajauksen mukaan jatkuvan myös kuvan ulkopuolella. Kuvan keskellä oleva porsas erottuu muista, koska on osaksi kohonnut lajitovereidensa päälle ja on siksi muita korkeammalla. Tämäkin kuva on otettu yläviistosta korostaen siten katsojan ylivertaista asemaa kuvan porsaisiin nähden. Säästöpossu vetoaa ikään kuin muistuttamalla, että olemme täällä tungoksessa sinun takiasi, katsoja.

Minkin loukku-juliste poikkeaa kahdesta muusta julisteesta siinä, ettei tässä kuvassa esitellä eläviä eläimiä. Sen sijaan kuvassa on nostettu teurastamon lihakoukkuun roikkumaan minkkiturkki, johon on kiinnitetty hintalappu: ”Price: 57 dead minks”. Kuvan tunnelma on muiden julisteiden tapaan synkkä. Tämä kuva on kuvattu suoraan edestä, joten siinä ei ole haettu samaa asemaa katsojalle kuin edellisissä julisteissa. Sen sijaan katsoja pistetään suoraan kasvokkain minkkiturkin ja hintalapun kanssa. Kuva yllyttää pohtimaan, onko turkki todella 57 minkin kuoleman arvoinen. Koska turkki on kuvattu teurastamossa, kuva muistuttaa hyvin myös siitä, että turkisten valmistaminen todella edellyttää eläinten teurastamista ja kuolemaa. Vaikka lopputuotetta on helppo tarkastella vain takkina, on sen valmistaminen edellyttänyt raakoja toimenpiteitä. Tämä jokaisen turkkia käyttävän halutaan julisteen kautta kohtaavan ja muistavan.

Kuvissa katsojan paikka esitetään visuaalisilla puhuttelumodoilla: kuva voi tarjoutua nähtäväksi ja nautittavaksi, mutta se voi myös esittää katsojille suoran vaatimuksen, kehotuksen toimintaan (ks. esim. Kress ja van Leeuwen 1996, Seppänen 2001.) Kun kuva ja teksti ymmärretään yhdeksi kokonaisuudeksi, Animalian mainokset toimivat ennen kaikkea jälkimmäisellä tavalla. Jo eläinten katseet kahdessa mainoksissa anoivat ihmisiä toimimaan. ”Ole kerrankin ihmisiksi” -lausahdus kehottaa myös jopa lievän humoristisuuden varjolla ihmisiä vastuulliseen ja oikeudenmukaiseen toimintaan. Humoristisuus nousee tuttuun ”ole ihmisiksi” -sanontaan törmäämisestä uudessa yhteydessä. Lausahdus vetoaa ihmisten kykyyn harkita asioita eettisten näkökantojen mukaan. Ihminen eroaa eläimistä siinä, että ihminen kykenee harkitsemaan ja punnitsemaan valintojaan. Mainoksella pyrittiin vetoamaan ihmisten epäitsekäaseen puoleen ja kykyyn harkita valintojen seurauksia ja toimimaan oikeudenmukaisesti myös heikommassa asemassa olevien eli tässä

tapauksessa eläinten etua ajatellen. Kerrankin-sanankäytön voi tulkita yritykseksi hieman keventää viestin sanomaa. Samalla se saattoi tosin myös ärsyttää ihmisiä, jotka kokivat mainokset liian syyllistävinä. Toisaalta humoristisuuden taustalla voi nähdä myös ajatuksen mahdollisuudesta omantunnon pikapuhdistukseen: Allekirjoittamalla vetoomuksen pääsee takaisin ”hyvien, eettisesti toimivien ihmisten” joukkoon, vaikka kulutustottumukset sitä ennen olisivatkin olleet ajattelemattomia ja epäeettisiä. Liittymällä Animalian jäseneksi sovituksesta tulee entistä täydellisempi.

Julisteiden nimien kirjoittamisen kuvan päälle lapsenomaisella kaunokirjoituksella voidaan olettaa yritykseksi vedota ihmisten viattomaan, lapsenomaiseen puoleen. Lähes kaikki ihmiset ovat eläinrakkaita lapsina ja toisaalta lapsuus mielletään ajaksi, jolloin ihmiset ovat aidoimmillaan ja puhtaimmillaan. Kuluttajien toivotaan kysyvän sisäiseltä lapseltaan, onko halpa ruoka tai minkkiturkki todella eläinten kärsimysten arvoinen. Toisaalta kaunokirjoituksen voi ajatella myös muistuttavan ihmisiä siitä, millaisen arvomaailman he haluavat tuleville polville siirtää. Mitä lapsi ajattelisi?

Omasta toiminnastaan lyhyesti julisteiden alalaidassa kertoessaan Animalia vetoaa auktoriteettiasemaansa muistuttamalla olevansa Suomen johtava eläinsuojelujärjestö. Lisäksi Animalia korostaa toimintansa perustuvan yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen. Näin Animalia pyrkii paitsi erottautumaan radikaalimpia vaikutuskeinoja suosivista järjestöistä, myös legitimoimaan kampanjansa ja nostamaan sen esiin nimenomaan avauksena yhteiskunnalliselle keskustelulle.

8.2. ”Ole kerrankin ihmisiksi” - Animalian julistekampanja yleisön tuottajana

Animalian mainoskampanjan kaltaisen kuvan ja tekstin vahvaan liittoon perustuvan julistekampanjan retoriikassa muutoinkin tärkeiden perelmanilaisittain julkilausumattomiksi esisopimuksiksi kutsuttujen argumentoinnin lähtökohtien rooli korostuu entisestään. Kun mainoksella on tarkoitus nopeasti tavoittaa haluttu kohderyhmä ja saada haluttu viesti perille, viestin perillemenon kannalta on tärkeää, että yleisö hyväksyy viestin taustalla olevan esisopimuksen heti lyhyestäkin tekstistä ilman suurempia perusteluja. Pidemmille vakuutteluille ei ole tilaa ja toisaalta ilman yhteisymmärrystä esisopimuksista ei puhujan (eli mainostajan) esittämä teesi voi tulla hyväksytyksi. Tässä piilee myös mainosten riski: Yleisö lukee ja tulkitsee mainoksia omista lähtökohdistaan käsin, eikä vastamainonnasta lainattu

Animalian mainonnan kaltainen epäsuora retoriikka tunnu tavoittavan kaikkia halutulla tavalla. Kuva täydentyy katsojan päässä kahdensuuntaisesti eli tilallisesti ja ajallisesti katsojan omien kokemusten ja maailmankuvan pohjalta (Hietala 1994, 87). Niin kuvallisen aineiston kuin tekstin lukeminenkin perustuu valikoinnille ja pois jättämiselle. Kaikki katsominen on samalla myös jonkin katsomatta ja huomaamatta jättämistä. Kuvien asettelulla ja tiettyillä visuaalisilla tekniikoilla katsojan katsetta voidaan pyrkiä ohjaamaan ja tiettyjä kokonaisuuden osia korostamaan, mutta eri ihmiset näkevät ja tulkitsevat ja kiinnittävät huomioita asioihin silti aina omista lähtökohdistaan käsin. (Schirato & Webb 2004, 22.)

Animalian mainokset oli laajan levikin ja mainospaikkojen perusteella suunnattu universaaliyleisölle, joka on puhujalle aina haasteellinen, koska sen arvot, asenteet ja mielipiteet eivät ole tiedossa. Universaaliyleisö pyritäänkin usein vakuuttamaan järkeen vetoavia perusteluita käyttäen. (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971, 31-40; tutkielman luku 6.5.2.) Animalian mainoksia voi sen sijaan pitää enemmänkin tunteisiin (omaantuntoon, ihmisyyteen ja inhimillisyyteen) vetoavana.²²

Animalian tapauksessa kampanjan nostama kritiikki ja sen seurauksena boikotti saattoivatkin johtua juuri tästä. Osa yleisöstä koki kampanjan julisteet ilmeisesti liian syyllistävinä ja sitä kautta myös ahdistavina ja tunteisiin vetoaminen ei saavuttanut toivottua lopputulosta. Julisteilla pyrittiin toki vetoamaan yleisön omaantuntoon, mutta Animalian tarkoitus oli luultavimmin saada ihmiset pikemminkin muistamaan ja tiedostamaan tekojensa seuraukset ja siten kenties parantamaan tapansa. Pienen omantunnon pistoksen oli tarkoitus toimia positiivisena ravistelijana ja herättelijänä, eikä saada ihmisiä ahdistumaan ja sulkemaan koko asia pois mielestään. Ilmeisen moni ei kuitenkaan kestänyt näin suoraa muistutusta ja halusi mainokset pois kaduilta pahaa mieltä herättämästä. On todella sääli, ettei JCDecaux suostunut paljastamaan, millaisin argumentein mainosten poistamista oli pyydetty ja kuinka laajaa kritiikki oli ollut. Argumenttien perusteella olisi ollut mahdollista päätellä hieman, mitkä piirteet mainoksissa erityisesti saivat ihmiset kauhistumaan.

Nyt asiaa voi pohtia vain kuvien kautta. Mikä niissä olisi voinut saada ihmiset järkyttymään osan yleisöstä järkyttymään niin, että he vaativat julisteiden poistamista? Julisteiden vastamainonnasta lainattu muoto voi olla yksi tekijä, joka sai osan yleisöstä säikähtämään. Kritiikin katson johtuneen ennen kaikkea shokista, jonka julkisen tilan takaisin valtaaminen keskusteluareenaksi aiheutti.

²² Animalian verkkosivuilla, joihin mainos toki kehotti tutustumaan, olisi ollut myös järkeen vetoavia perusteita mm. broilerikampanjaan liittyen.

Julkisessa tilassa ei ole viime vuosina totuttu poliittisiin viesteihin, muuta kuin häiriöksi tulkittuina yksittäisten ihmisten kannanottoina. Animalian kampanjaa ei voinut sysätä viestijän aseman takia marginaaliin ja pois mielestä, joten reaktio herättelevään, epämiellyttäviä asioita esiin nostaviin mainoksiin oli poikkeuksellisen voimakasta. Toiseksi uudelle poliittiselle toiminnalle tyyppilliseen tyyliin mainokset nimenomaan toivat haluamansa asian näkyvästi esille ja sen jälkeen vaativat ihmisiä aktivoitumaan, tekemään jotakin, ottamaan kantaa. Kaupunkijulkisuudessa tähän ei ole totuttu, varsinkaan Animalian kampanjan laajuudessa mittakaavassa. Tämäkin saattoi hämmentää ihmisiä. Lisäksi vastamainonnasta tuttu ironinen kuvakieli saattoi olla vielä vierasta osalle yleisön edustajista.

Animalian kampanja pyrki lähestymään ihmisiä ensisijaisesti heidän roolissaan vastuullisena kuluttajana. Käyttämällä vastamainonnan kaltaisia keinoja mainonnassaan Animalia lähti vahvasti mukaan politisoimaan kuluttajuutta ja muistuttamaan, että kulutusvalinnoilla on mahdollista vaikuttaa ja niillä on merkitystä. Vastamainonnan keinoja käyttämällä edellytettiin tosin tietynlaista mainonnan lukutaitoa, joka sanoman perillemenoä tarkastellen rajasi yleisön osaltaan jo kulutusvalintojen politisointiin ja ennen kaikkea uudenaikaiseen vaikuttamiskulttuuriin tottuneisiin. Toisaalta Animalian tavoite oli myös kerätä perinteisempään järjestötoiminnan tyyliin nimiä adressiin maa- ja metsätalousministerille ojennettavaan adressiin, joilla pyrittiin vetoamaan eläinten olojen parantamiseksi. Tämä viesti saattoi kuitenkin jäädä kuvan ja kaunokirjoituksella olleen suuremman tekstin varjoon ja monilta huomaamatta. Näin ollen mainosten yksi päätarkoitus saattoi nopealla vilkaisulla jäädä monelle epäselväksi. Tavoitteessaan herättää keskustelua Animalia onnistui kuitenkin enemmän kuin hyvin. Mainosten joutuminen boikottiin nosti Animalian kampanjan sivutuotteena esille lisäksi julkisen tilan kaupallistumisen ja herätti keskustelun siitä, kenelle julkinen tila kuuluu ja ketkä siellä saavat viestiä.

Koko Animalian kampanja toimi erilaisten poliittisten toimintatyylien sekoituksena ja lähestyi yleisöään niin kuluttajina kuin kansalaisina. Kampanja pyrki aktivoimaan yleisöä kummassakin roolissa, eikä tehnyt selkeää eroa näiden kahden roolin välillä. Animalian mainoskampanja pyrki samastamaan yleisönsä kuluttajiin, jotka ”ovat ihmisiksi” eli vastuullisia ja tiedostavia. Mainoksilla haluttiin herättää ihmisissä tarve erottautua välinpitämättömistä tai tiedostamattomista eli joko tahallaan tai tietämättään eläinten oikeuksien kannalta haitallisia valintoja tekevistä ihmisistä. Samalla oletettiin, että tiedostava ja ”hyvä kuluttaja” on samalla myös aktiivinen kansalainen, joka mielellään osallistuu omien henkilökohtaisten valintojen pohdinnan lisäksi perinteiseen järjestöjen kautta tapahtuvaan poliittiseen toimintaan ja instituutioita kohtaan tapahtuvaan painostukseen ja vaikuttamiseen mm. adressin allekirjoittamisen muodossa.

Vaikka Animalia varsin selkeästi pyrki tavoittelemaan yleisöään sekä kuluttajina että kansalaisina, mielenkiintoista on, ettei sekään halunnut mainoskampanjassaan käyttää kumpaakaan käsitettä ja vedota siten suoraan nimeten tiettyyn rooliin. Animalian kampanjan mainoksissakin vedottiin vain yleisesti *ihmisiin*. Tämän voi tulkita siten, että Animaliakin yhdistää hyvänä ihmisenä olemiseen tietynlaisen aktiivisuuden ja velvoitteet sekä kuluttajina että kansalaisina. Animalia halusi kampanjallaan tuottaa yleisössään tarvetta toimia kummassakin roolissa ja nostaa ne esiin toisiaan tukevin. Nyky-yhteiskunnassa vain toinen ei riitä, vaan Animalian näkemys ”ihmisiksi olemisesta” edellyttää kumpaakin.

9. ANALYYSIN YHTEENVETO: UUDEN POLIITTISEN TOIMIJAT – kansalaisia, kuluttajia vai julkisosa?

Analyysini yhteenvedossa asetan teoreettisessa keskustelussa esiin nousseet käsitykset ja ajatukset poliittisen toiminnan kentän muutoksesta keskustelemaan aineistosta esiin nousseiden argumenttien kanssa. Aineistoni avulla testasin, miten politiikan tutkimuksen kentällä paljon esillä ollut poliittisen toiminta-alueen muutos heijastuu yksittäisten ihmisten kokemuksiin. Aloitan yhteenvetoni vastaamalla aineistoni pohjalta seuraaviin aiemman teoriakeskustelun pohjalta virinneisiin kysymyksiin: Kuinka ihmiset kokevat henkilökohtaisen toiminnan poliittisuuden? Ovatko yksilöt valmiita ottamaan vastaan poliittista vastuuta myös henkilökohtaisen elämän alueella? Entä millaiseksi Animalian kampanjan rooli muodostui? Vahvistiko kampanja henkilökohtaista poliittista toimijuutta? Näitä kysymyksiä pohtimalla päädytään jälleen päätutkimuskysymykseeni: Millainen tämän aineiston perusteella on uuden poliittisen toimija? Lopuksi pohdin toimijuutta käsittemuutoksen kautta eli palaan johdannossa esittämiini kysymyksiin: Kuinka henkilökohtaisiin valintoihin perustuva poliittinen toiminta on sovitettavissa yhteen kansalaisuuden käsitteen kanssa? Miten kuluttajuuden politisoituminen muokkaa kansalaisen käsitettä?

Aineistoni osoittaa, että uuden poliittisen toimija yhdistää sujuvasti teoreettisessa keskustelussa usein erillisinä pidetyt kansalaisen ja kuluttajan roolit. Mielipidekeskustelussa ei kiistely henkilökohtaisten valintojen poliittisuudesta tai painoarvosta, vaan kampanjan myötä esillä ollut kulutusvalinnoilla vaikuttaminen koettiin yhdeksi poliittisen vaikuttamisen keinoksi muiden joukossa. Aineiston koon vuoksi tulosta ei tietysti voi yleistää koko suomalaista yhteiskuntaa koskevaksi. Sen perusteella voi kuitenkin todeta, että kuluttajuus näyttää vakiintuneen yhdeksi poliittisen osallistumisen muodoksi.

Aineisto osoittaa, että toimijoiden poliittisen toiminnan keinovalikoimaan kuuluvat osallistuminen politiikkaan niin henkilökohtaisten valintojen kuin yhteisöllisempien toimintatapojen avulla, tapauskohtaisesti ja omien mieltymysten mukaan. Henkilökohtaiset, uudenlaiset poliittisen toiminnan muodot eivät siten ole uhka saati yksiselitteinen vaihtoehto valtiokansalaisuudelle sinänsä, vaan poliittisesti voi toimia molemmilla tavoilla. Tämä päätelmä ei tietenkään kumoa sitä, etteivätkö uudet poliittiset toimintamuodot voisi osaksi siirtää kiinnostusta pois perinteisen politiikan piiristä. Toisaalta liike voi olla myös toisensuuntaista. Elämänpolitiikan piirissä aktivoituminen voi innostaa aktivoitumaan myös valtiokansalaisen roolissa. Elämänpolitiikka ei mielipidekeskustelun perusteella näyttäyty toimijoille julkisen politiikan korvaajana, vaan pikemminkin keinona toimia poliittisesti myös henkilökohtaisen elämänvalinnoissa.

Mielenkiintoista mainoskampanjan ympärillä käydyssä keskustelussa oli, että toisin kuin oletin uuden politiikan tekotapoja ja toimijuutta enemmän keskustelua herättivät uuden poliittisen toiminnan paikat. Julkisesta tilasta ja sanan- ja ilmaisunvapaudesta käytiin vilkasta keskustelua. Mielipidekirjoitukset jakautuivatkin joko Animalian kampanjan sanomaa tukeneisiin, henkilökohtaisen valintojen merkitystä painottaneisiin ”tukikirjoituksiin” ja julkisesta tilasta ja sen käytöstä keskustelleisiin kirjoituksiin. Julkaistujen kirjoitusten joukossa ei ollut yhtään kampanjaa tai sen sanomaa suoraan vastustanutta kirjoitusta. Kirjoittajat identifioivat itsensä kirjoituksissaan joko arkielämän politikoijiksi eli tässä tapauksessa etenkin eettisiksi kuluttajiksi ja/tai keskusteleviksi, aktiivisiksi kansalaisiksi. Pekka Mattila korostaa lisäksi muista kirjoittajista poiketen asiantuntijan rooliaan.

Animalian kampanjan tavoite oli paitsi herätellä keskustelua, myös muistuttaa kulutusvalintojen merkityksestä ja siten vahvistaa henkilökohtaisiin poliittisiin valintoihin perustuvaa toimijuutta. Mielipidekirjoitusten perusteella kampanja onnistui molemmissa tavoitteissaan. Animalian mainoskampanja pyrki samastamaan yleisönsä kuluttajiin, jotka ”ovat ihmisiksi” eli vastuullisia ja tiedostavia. Mainoksilla haluttiin herättää ihmisissä tarve erottautua välinpitämättömistä tai tiedostamattomista eli joko tahallaan tai tietämättään eläinten oikeuksien kannalta haitallisia valintoja tekevistä ihmisistä. Samalla oletettiin, että tiedostava ja ”hyvä kuluttaja” on myös aktiivinen kansalainen, joka mielellään osallistuu omien henkilökohtaisten valintojen pohdinnan lisäksi perinteiseen järjestöjen kautta tapahtuvaan poliittiseen toimintaan ja instituutioita kohtaan tapahtuvaan painostukseen ja vaikuttamiseen mm. adressin allekirjoittamisen muodossa. Animalian voikin katsoa pyrkineen herättelemään ja aktivoimaan yleisöään nämä kaksi roolia yhdistävänä ja sekoittavana *kuluttajakansalaisena*.

Aineistoni osoittaa kokonaisuudessaan, että kuluttajuuskin on yhteiskunnallisen vaikuttamisen muoto. Kulutusvalintoja ei pitäisi enää nähdä yhteiskunnasta irralliseksi poliittiseksi toiminnaksi, eikä tyypistä ”pelkäksi” kuluttamalla vaikuttamiseksi. Niitä ei myöskään ole syytä nähdä harmittomina mielenilmaisuuksina, saati pienen piirin puuhasteluna. Ne ovat yksi osa uutta poliittista toimintaa, yksi kansalaisyhteiskunnan toiminnan muoto. Mielestäni aineisto osoittaa myös kuluttajuuden ja kansalaisuuden vastakkainasettelun turhaksi. Silloin kun kuluttajuus nähdään politisoituna, siitä tulee osa uutta poliittista toimijuutta riippumatta siitä, millä käsitteellä tuohon toimijaan sitten viitataan. Kuluttamalla vaikuttaminen laajentaa aiempaa kansalaisuuden ymmärtämisen tapaa, mutta ei sulje pois sen muita piirteitä. Kuluttajuuskin voi olla yhteisöllistä toimintaa, eikä se sinänsä rapauta kansalaisuutta. Myös kuluttajan roolissa nimenomaan *poliittisia* valintoja tekevät ihmiset pyrkivät ensisijaisesti yhteisen edun ja yhteisen hyvän tavoitteluun. Kuten luvussa kaksi totesin, kaikki kulutusvalinnat eivät toki edelleenkään ole poliittisia, vaan poliittiseksi valinnat tekee taustalta löytyvä tietoinen valinta ja harkinta.

Huomionarvoista on, että yhteistä erilaisille poliittisen toimijuuden ymmärtämistavoille tuntuu olevan hyvän ihmisyyden tavoittelu. Kulutusvalintoja poliittisena toimintatapana suosivien kirjoittajien mielestä eettinen kuluttaja on hyvä ihminen. Aivan samoin edustuksellisen demokratian tilasta huolestunut keskustelu (johon viittasin poliittista toimintaympäristöä käsitelleen teoreettisen keskustelun yhteydessä) on pyrkinyt osoittamaan, että vaaliurnilla kävijä on hyvä ihminen. Sen sijaan laiska, tiedostamaton tai välinpitämätön kuluttaja tai vaaleissa ”nukkuva” mielletään argumentoinneissa ns. toisen luokan toimijoiksi. Hyvän ihmisyyden tavoittelu nousee myös aineistoni argumentoinnissa poliittisen toimijuuden edellytykseksi. Hyvä ihmisyyden tuntuu siis edellyttävän jonkinlaisen panoksen antamista poliittisen toiminnan kentällä.

Millä käsitteellä uuteen poliittiseen sitten tulisi viitata? Mielipidekirjoituksissa poliittisesta toimijasta puhuttaessa käytettiin niin kuluttajan kuin kansalaisen käsitteitä. Toisinaan puhuttiin myös yleisesti esimerkiksi ihmisistä. Yhteistä eri toimijoista puhumisen muodoille oli aktiivisuuden korostaminen. Toisaalta toimija jätettiin kirjoituksissa useasti myös kokonaan nimeämättä. Aineiston perusteella toimijuuden sisällöstä sinänsä tuntuu kirjoittajien mielissä vallitsevan suhteellisen selkeä käsitys. Sopivaa sanaa, jolla toimijaan voisi viitata, ei vain löydy.

Ongelma onkin, ettei nykyinen kansalaisen käsite tällä hetkellä kata koko poliittisen toimijuuden aluetta. Kuten aineistoni analyysistäkin kävi ilmi, kulutusvalintoja koskevien poliittisten toimintatapojen yhteydessä kuluttaja nähdään usein korvaavana vaihtoehtona kansalaisen

käsitteelle. Kansalaisuuden nykyisten ilmentymien ymmärtämisen kannalta on ongelmallista, että kansalaisuusteorioissa helposti uusinnetaan tulkintaa kansalaisuudesta valtiokeskeisin termein. Kuluttajaa käytetäänkin usein viittamaan poliittiseen toimijaan tilanteissa, joissa perinteinen kansalaisen käsitteen ymmärtämistapa nähdään riittämättömänä. Kuluttajan käyttö kuitenkin rajaa poliittisen toimijuuden mielikuvallisesti pelkääseen kulutusvalintoihin ja valitsijan rooliin. Henkilökohtaisten valintojen politisoitumisessa ei ole kyse pelkääseen siitä, joten kuluttajuudesta ei ole kansalaisen käsitteen korvaajaksi. Myös kuluttajakansalaisen ja kansalaiskuluttajan käsitteet ovat liikaa sidoksissa ajatukseen kulutuksesta, joka on kuitenkin vain yksi elämänpolitiikan alueen vaikutusmuoto.

Löytyisikö käsitteiden nyt kohtaamiin rajoituksiin ratkaisu Risto Kuneliuksen ehdottaman julkison käsitteen käytön yleistymisestä? Mielestäni ei, sillä vaikka julkison käsite on erittäin käyttökelpoinen esimerkiksi keskustelevalta ja aktiiviselta yleisöltä puhuttaessa (tässä tarkoituksessa käytin sitä itsekin analyysini yleisön hahmotelussa), siitä puuttuu kuitenkin kansalaisuuteen kuuluva poliittisten oikeuksien ja velvollisuuksien vivahte. Tämä ei henkilökohtaisen elämänalueen valintojen politisoitumisen myötä ole suinkaan poistunut, vaan päinvastoin poliittisuuden ja siten myös poliittisen toimijuuden ja toimijan velvollisuuksien kenttä on vain laajentunut entisestään.

Poliittisen toimijuuden käsitteellisessä ymmärryksessä ollaankin tällä hetkellä mielestäni Edvard Saidin käsitteiden vaellusta alueelta toiselle koskevan teorian (ks. tutkielman luku 4.4.) mukaisesti kolmannessa vaiheessa eli myllytyksessä, jossa uusi idea kohtaa paikalliset hyväksyttävyyden ehdot ja ilmaantuu sitten lopulta esille hyväksytyssä muodossa. Mikä sana uuden poliittisen toimijan viittauskohteeksi vakiintuu, jää nähtäväksi. Valistunut arvaukseni analyysini pohjalta on, että perinteinen kansalaisuuden käsite laajenee kattamaan myös uudet poliittisen toiminnan muodot. Sanaan kansalainen sisällytetään käsitemyllytyksen myötä piirteitä niin politisoituneesta kuluttajasta kuin julkison jäsenestä ja samalla se alkaa myös Suomessa hiljalleen irrottautua tiukasta sidoksestaan valtiokansalaisuuteen.

Tutkimukseni on avaus uuden poliittista toimijuuden kokemisen ja sitä kautta kansalaisuuden käsitteen muutoksen tutkimukselle. Esimerkkitapauksena analysoimani Animalian mainoskampanja oli hyvä esimerkki uudesta poliittisesta toiminnasta. Siitä mielipideosastolla käyty keskustelu tarjosi puolestaan hyvän ja mielenkiintoisen mikroaineiston analysoida poliittisen toimijuuden kokemista uuden poliittisen toiminnan yhteydessä. Kampanjan ympärillä käydyt keskustelut ja kuvien

analyysin myötä tarjoutui mahdollisuus tuoda esiin poliittiseen toimijuuteen tällä hetkellä liittyvää käsitteellistä hämmennystä ja lähestyä käynnissä olevaa muutosta konkreettisen esimerkin avulla.

Mielipidekeskustelun avulla oli mahdollista tutkia ja pohtia, kuinka ihmiset kokevat oman poliittisen toimijuutensa ja muuttuneen politiikan kentän. Lopputuloksena muodostui yksi tulkinta siitä, millaisena poliittinen toimijuus uuden poliittisen aikana koetaan. Aineistoni pohjalta voi tiivistetysti todeta, että uudessa poliittisessa toimijuudessa näyttää korostuvan kaksi elementtiä: Henkilökohtaiset valinnat on omaksuttu yhdeksi poliittisen vaikuttamisen muodoksi. Niiden rinnalla nousee mielenkiintoisella tavalla esiin toimijoiden tarve julkisessa tilassa käytävään avoimeen keskusteluun. Vaikka toimijat hyväksyvät, että osa heidän poliittisesta vaikuttamisestaan tapahtuu kuluttajana markkinoilla, tasapainottavana vastareaktiona näyttää nousevan tarve puolustaa julkista tilaa paikkana ilmaista itseään vapaasti ilman markkinoiden säätelyä. Pyrkimyksenä tuntuukin olevan osittainen paluu habermasilaisen ihanteen mukaiseen keskustellen osallistuvaan kansalaisuuteen.

Julkisesta tilasta käyty keskustelu nousi tässä tutkimuksessa esiin yhtenä uuden poliittisen toimijuuden osa-alueena. Ilmiö on kuitenkin erittäin kiinnostava ja julkisen kaupunkitilan (uudelleen) politisoitumisen syvempi tarkastelu suhteessa uuden poliittisen toimijuuden muihin muotoihin (vrt. esim. verkkojulkisuudessa toimiminen) avaakin mahdollisuuksia jatkotutkimukselle. Uudesta poliittisesta puhuttaessa on totuttu korostamaan henkilökohtaisten valintojen merkitystä, yksilöllistymistä ja yhteisöllisyyden hajautumista Havaitsemani toimijoiden poliittiseen toimijuuteensa liittämä keskustelijana toimimisen ulottuvuus ja sitä kautta kaipuu julkisen tilan takaisin valtaamiseen kuitenkin osoittavat, ettei ihmisten tarve yhteisöllisyyteen ja vuorovaikutukseen muiden poliittisten toimijoiden kanssa ole kadonnut.

LÄHTEET

Tutkimusaineisto

Mielipidekirjoitukset

Korhonen, Anu: ”Kuluttajalla on velvollisuus kantaa vastuu tekemistään valinnoista”. Mielipidekirjoitus. Helsingin Sanomat 5.7.2005.

Leskinen, Riikka: ”Animalian julistekampanja oli asiallinen”. Mielipidekirjoitus. Helsingin Sanomat. 7.7.2005

Mattila, Pekka: ”Kaupunkitilan käyttöä mediana tarpeen hallita”. Mielipidekirjoitus. Helsingin Sanomat. 9.7.2005.

Muukkonen, Mirka: ”Broilerin olot paranemassa vain vähän”. Mielipidekirjoitus. Aamulehti. 23.7.2005.

Perälä, Erkki: ”Kansalaisjärjestöille osansa kaupunkitilasta”. Mielipidekirjoitus. Helsingin Sanomat. 11.7.2005.

Mainosjulisteet

Säästöpossu, Broilerin kiusaus ja Minkin loukko. Animalian kampanjamateriaali. Julkaistu 30.6.2005. www.animalia.fi

Kirjallisuus ja artikkelit

Agamben, Giorgio (2001): *Keinot vailla päämäärää*. Helsinki: Tutkijaliitto.

Ahlqvist, Kirsti (1998): Kuluttaja eettisten pohdintojen parissa. Hyvä, paha kulutus. Hyvinvointikatsaus. *Spesiaali* 1998, s.10-12.. Helsinki: Tilastokeskus.

Ahlqvist, Kirsti & Raijas, Anu (2004): Johdanto – kulutuksen uralla? Teoksessa Ahlqvist, Kirsti & Raijas, Anu (toim.) (2003): *Erilaisia kulutusuria Suomessa*, ss.5-38. Helsinki: Tilastokeskus.

Arendt, Hannah (2002): *Vita activa. Ihmisenä olemisen ehdot*. Tampere: Vastapaino

Ahonen, Ari & Kallio, Tomi (2002): *Käsite- ja tekstitutkimuksen metodologia: Perusteita, näkökulmia ja haasteita johtamis- ja organisaatiotutkimuksen kannalta*. Turku : Turun kauppakorkeakoulu.

Alapuro, Risto (1997): *Suomen älymystö Venäjän varjossa*. Helsinki: Hanki ja jää.

Ball, Terence (1988): *Conceptual Change and the Constitution*. Lawrence, Kansas: University Press of Kansas.

- Bauman, Zygmunt (1992): *Mortality, Immortality and Other Life Strategies*. Cambridge : Polity Press.
- Baumann, Zygmunt (1999): *In Search of Politics*. Cambridge : Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2002): *Notkea moderni*. Tampere: Vastapaino.
- Beck, Ulrich (1992): *Risk Society: Towards a New Modernity*. London:Sage.
- Beck, Ulrich (1995): Poliitiikan uudelleen keksiminen: Kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa. Teoksessa Ulrich Beck, Anthony Giddens ja Scott Lash, *Nykyajan jäljillä*, ss.11-82. Tampere: Vastapaino.
- Berger, John (1972): *Ways of Seeing*. Great Britain: Penguin Books.
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (2002): *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. Tiedonsosiologinen tutkielma. Helsinki: Gaudeamus.
- Beyme, Klaus von (1995):Biopolitical Ideologies and Their Impact on the New Social Movement. Teoksessa Heller, Agnes & Puntcher Riekmann Sonja (eds.) (1995): *Biopolitics. The Politics of the Body, Race and Nature*, ss.113-131. Aldershot: Avebury.
- Bourdieu, Pierre (1977): *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burke, Kenneth (1969): *A Rhetoric of Motives*.Berkeley: University of California Press.
- della Porta, Donatella (2000): Edustuksellisten demokratioiden uudet haasteet. *Politiikka* 42:4, s. 234-248. Valtiotieteellinen yhdistys r.y.
- Dewey, John (2006): *Julkinen toiminta ja sen ongelmat*, 7-10. Tampere: Vastapaino.
- Dyer, Gillian (1982): *Advertising as Communication*. London: Methuen & Co.
- Featherstone, Mike (1995): *Global Modernities*. London: Sage.
- Follesdal, Andreas; Micheletti, Michele and Dietlind Stolle (eds.) (2006): *Politics, Products and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Foucault, Michel (1998): *Seksuaalisuuden historia. Tiedontahto, nautintojen käyttö, huoli itsestä*. Tampere: Gaudeamus.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cornwall: Polity Press.
- Haapanen, Pirkko (1996): Roomalaisten korkein taito. Teoksessa Palonen, Kari & Summa, Hilikka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, ss.23-50. Tampere: Vastapaino.
- Haatanen, Kalle (2002): *Yhteisöllisyyden paradoksit*. Helsinki: Yliopistopaino.

- Habermas, Jürgen (2004): *Julkisuuden rakennemuutos. Tutkimus yhdestä kansalaisyhteiskunnan kategoriasta*. Tampere: Vastapaino.
- Harju, Auli (2005): Kansalaisuus muuttuu, huomaako media? Teoksessa Seppä, Satu (toim.): *Media kansalaisuuden rakentajana. 4 + 4 puheenvuoroa median ja kansalaisuuden suhteista Tampereen yliopistolla 6.10.2005*, s. 5-12. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.
- Heikkilä, Heikki (2001): *Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla*. Tampere: Tampereen yliopisto, Mediatutkimuksia 1.
- Heinonen, Visa & Pantzar, Mika (1998): *Kuluttajapolitiikan uudet haasteet*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Hellsten, Villiina & Martikainen, Tuomo. (2001). *Nuoret ja uusi politiikka. Tutkimus pääkaupunkiseudun nuorten poliittisista suuntauksista*. Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkimuksia 2001, 3. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Hietala, Veijo (1994): *Kuvien todellisuus. Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan*. Helsinki: Kirjastopalvelu Oy.
- Hoikkala, Tommi & Roos, J.P. (toim.) (1998): *Elämänpolitiikka*. Tampere: Gaudeamus.
- Hyrkkänen, Markku (2002): *Aatehistorian mieli*. Tampere: Vastapaino.
- Hänninen, Sakari (1996): Puhe on hyvinvoinnista – ja ehdollistamisen retoriikasta. Teoksessa Palonen, Kari & Summa, Hilka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, ss.161-174. Tampere: Vastapaino.
- Häyhtiö, Tapio (2004): Tietoyhteiskunta identiteettiprojektina – demokraattinen kansalaisuus verkossa. *Politiikka* 46:4. Valtiotieteellinen yhdistys ry.
- Ilmonen, Kaj (1998): *Uudet ja vanhat liikkeet*. Tampere: Vastapaino.
- Ilmonen, Kaj (2003): Kulutus, modernisaatio ja arkielämän ”kolonisaatio”. Georg Ritzerin mcdonaldisaatioteesi ja sen kritiikki. *Sosiologia* 40:1, s. 10-23. Westermarck-seura.
- Inglehart, Ronald (1990): *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton (N.J.): Princeton University Press
- Jokinen, Arja; Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (1993): *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Kallio, Kirsi (2003): Kansalaisliikkeet Internetissä ja moniäänisen demokratian vaatimus. *Politiikka* 45:1, s. 38-49.
- Kantola, Anu (2003): *Loyalties in Flux : The Changing Politics of Citizenship. European Journal of Cultural Studies* 2/2003, s. 203-217. London : Sage Publications.
- Kantola, Anu (2006): Suomea trimmaamassa: suomalaisen kilpailuvaltion sanastot. Teoksessa Heiskala, Risto & Luhtakallio, Eeva (toim.): *Uusi jako. Miten Suomesta tuli kilpailukyky-yhteiskunta?*, ss. 156-178. Helsinki: Gaudeamus.

- Karvonen, Erkki (1999): *Elämää mielikuvayhteiskunnassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Klein, Naomi (2001): *No logo - tähtäimessä brändivaltiaat ei tilaa, ei vaihtoehtoja, ei töitä, ei logoa*. Helsinki: WSOY.
- Koivunen, Anu ja Liljeström, Marianne (1996), Kritiikit, visiot, muutos. Teoksessa Koivunen, Anu ja Liljeström, Marianne (toim.), *Avainsanat. 10 askelta feministiseen tutkimukseen*. ss. 9-34. Tampere: Vastapaino.
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo (1996): *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Kujala, Riitta (2005): Rakennuskohteena nainen. Teoksessa Järvi, Outi & Koskela, Merja (toim.): *Kuvia analysoimaan. Kuva-analyysin malleja ja sovelluksia*, ss. 83-97. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Kunelius, Risto (2005): Miten saada uskottavuutta ja vaikutusvaltaa?. Teoksessa Seppä, Satu (toim.): *Media kansalaisuuden rakentajana. 4 + 4 puheenvuoroa median ja kansalaisuuden suhteista Tampereen yliopistolla 6.10.2005*, ss. 2-4. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö.
- Kunelius, Risto (2006): Suomentajan alkusanat. Teoksessa Dewey, John (2006): *Julkinen toiminta ja sen ongelmat*, 7-10. Tampere: Vastapaino.
- Kuusisto, Riikka (1996): Sodan retoriikasta. Persianlahden ja Bosnian konfliktit läntisten suurvaltajohtajien lausunnoissa. Teoksessa Palonen, Kari & Summa, Hilikka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, ss. 267-291. Tampere: Vastapaino.
- Kuusisto, Riikka (1998): *Oikeutettu sota ja julma teurastus. Läntisten suurvaltajohtajien sotaretoriikka Persianlahdella ja Bosniassa*. Helsinki: Like.
- Lahtinen, Mikko (2002): Ihminen, poliittinen eläin. Tampere: Vastapaino.
- Lattunen Tuija (2003): *Häirinnän politiikkaa. Uuden poliittisen toiminnan esteettinen teoria*. Yleisen valtio-opin pro gradu –tutkielma. Helsingin yliopisto.
- Lappalainen, Pertti (2002): *Poliittisen tyylin taito*. Tampere: Vastapaino.
- Leca, Jean (1992): Question on Citizenship. Teoksessa Chantal Mouffe (toim.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*, ss. 17-32. London: Verso.
- Lehtonen, Turo-Kimmo (1999): *Rahan vallassa*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Luostarinen, Heikki (1993): Julkisuus: Ennen kuin kansalainen katoaa. Teoksessa Ilmonen, Kaj (toim.) (1993): *Kestävyysskoje. Kirjoituksia 90-luvun Suomesta*, ss. 235-260. Tampere: Vastapaino.
- Malmelin, Nando (2003): *Mainonnan lukutaito. Mainonnan viestinnällistä luonnetta ymmärtämässä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Micheletti, Michele (2003): *Political Virtue and Shopping : Individuals, Consumerism, and Collective Action*. New York: Palgrave Macmillan.

- Melucci, Alberto (1989): *Nomads of the Present Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*. Philadelphia : Temple University Press.
- Meriläinen, Rosa (2002): Narkomaanit ja kamppailu kansalaisuudesta. *Kosmopolis* 32:3, s.79-92 . Suomen rauhantutkimusyhdystys.
- Moisio, Sami (2003): *Muuttuva geopolitiikka*. Teoksessa Harle, Vilho & Moisio, Sami (toim.): *Muuttuva geopolitiikka*. Helsinki: Gaudeamus.
- Mokka, Roope & Neuvonen, Aleks (2007): *Yksilön ääni. Hyvinvointivaltio yhteisöjen ajalla*. Sitran raportteja 69. Helsinki: Sitra.
- Mouffe, Chantal (1992): Preface: Democratic politics today. Teoksessa Chantal Mouffe (toim.) *Dimensions of Radical Democracy: Pluralism, Citizenship, Community*, ss. 1-16. London: Verso.
- Mäenpää, Pasi (2005): *Narkissos kaupungissa. Tutkimus kuluttaja-kaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Noro, Arto (1995): Gerhard Schulzen elämisyhteiskunta. Teoksessa Rahkonen, Keijo (toim.) (1995): *Sosiologisen teorian uusimmat virtaukset*, ss. 120-140. Helsinki: Gaudeamus.
- Palonen, Kari (1988): *Tekstistä politiikkaan: johdatusta tulkintataitoon*. Tampere: Vastapaino.
- Palonen, Kari (1995): Perelmanin uuden retoriikan piilopoliittisuus. *Kosmopolis* 25: 2, s. 5-17. Helsinki: Suomen rauhantutkimusyhdystys.
- Palonen, Kari (1996): Retorinen käänne poliittisen ajattelun tutkimuksessa. Quentin Skinner, retoriikka ja käsitehistoria. Teoksessa Palonen, Kari & Summa, Hilikka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, ss. 137-159. Tampere: Vastapaino.
- Palonen, Kari (1997): *Kootut retoriikat. Esimerkkejä politiikan luennasta*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Palonen, Kari & Summa, Hilikka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*. Tampere: Vastapaino.
- Palonen, Kari (2003): *Quentin Skinner: History, Politics, Rhetorics*. Cambridge: Polity.
- Pekonen, Kyösti (1991): *Symbolinen modernissa politiikassa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto – Nykykulttuurin tutkimusyksikkö.
- Perelman, Chaïm & Olbrechts-Tyteca, Lucie (1971): *The New Rhetoric : A Treatise on Argumentation*. Notre Dame (Ind.) : University of Notre Dame Press.
- Perelman, Chaïm (1982): *The Realm of Rhetoric*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Pietilä, Kauko & Sondermann, Klaus (1994): *Sanomalehden yhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Pietilä, Veikko & Ridell, Seija (1998): Julkea ehdotus. *Tiedotustutkimus* 21:1,s.1, 95. Helsinki, Tiedotusopillinen yhdistys.
- Piippo, Pekka (2000): Tekstuaalista häirintää: Poliitiikka, poliittinen. *Teatterikorkea-lehti* 2/2000.

- Pulkkinen, Tuija (1998): *Postmoderni politiikan filosofia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Rinne, Jarmo (2004): Uusien yhteiskunnallisten liikkeiden muuttuva toimintaympäristö. *Futura* 2/2004, s. 90-97. Tulevaisuuden tutkimuksen seura ry.
- Rinne, Jarmo & Häyhtiö, Tapio: ”Kansalaislähtöinen politiikka haaste vanhalle”. Artikkelinä Mieli-pide-palstalla. *Helsingin Sanomat*. 29.3.2005.
- Roos, J.P. (1998): Mitä on elämänpolitiikka?. Teoksessa Roos, J.P. & Hoikkala, Tommi: *Elämänpolitiikka*. Tampere: Gaudeamus.
- Rättilä, Tiina (2001): Kansalaistuva politiikka? Huomioita kuntalaisaktiivisuudesta poliittisena toimijutena. *Politiikka* 43:3, s.190-207 . Valtiotieteellinen yhdistys ry. Vammala 2001.
- Rättilä, Tiina (2004): Kuokkavieraat, aktivistit, kansalaiset – Keitä ovat kansanvallan tulevaisuuden tekijät? *Futura* 2/2004, s.82-89 . Tulevaisuuden tutkimuksen seura ry.
- Saastamoinen, Kari (1990): Luonnollinen laki, luonnontila ja poliittinen valta Pufendorfin moraalitieteessä. Teoksessa Tuori, Kaarlo & Matikainen, Jaana (toim.) (1990): *Yhteiskuntasopimuksesta yhteisöön*, ss. 45-77. Helsinki: Helsingin yliopiston julkisoikeuden laitoksen julkaisuja.
- Said, Edward W. (1983): *The World, the Text and the Critic*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sassi, Sinikka (2000): *Verkko kansalaisyhteiskunnan käytössä tutkimus internetistä ja uusista politiikan muodoista*. Helsinki: Helsingin yliopisto, Viestinnän laitos.
- Schapiro, Tony & Webb, Jen (2004): *Understanding the Visual*. London: Sage.
- Seppänen, Janne (1996): *Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa*. Tampere: Vastapaino.
- Shapiro, Michael (ed.) (1984): *Language and Politics*. Oxford : Blackwell.
- Snell, Karoliina: Biotekniikkapolitiikan kansalaiskuva: Kansalaiset, kuluttajat ja ihmiset Suomessa ja Euroopan unionissa. *Sosiologia* 39:4, s.285-295 . Westermarck-seura.
- Summa, Hilikka (1989): *Hyvinvointipolitiikka ja suunnitteluretoriikka – tapaus asuntopolitiikka*. Espoo: Teknillinen korkeakoulu, Yhdyskuntasuunnittelun täydennyskoulutuskeskus.
- Summa, Hilikka (1996): Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa Palonen, Kari & Summa, Hilikka (toim.) (1996): *Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat*, ss. 51-83. Tampere: Vastapaino.
- Stenius, Henrik (2003): Kansalainen. Teoksessa Hyvärinen, Matti; Kurunmäki, Jussi; Palonen; Pulkkinen, Tuija & Stenius, Henrik (toim.) (2003): *Käsitteet liikkeessä. Suomen poliittisen kulttuurin käsitehistoria*, ss. 309-363. Tampere: Vastapaino.
- Åkerman, Maria (2006): *Tiedon tuotannon käytännöt ja ympäristöpoliittinen toimijuus. Rajaamisen ja yhdistämisen politiikkaa*. Akateeminen väitöskirja. Tampereen yliopisto. Tampere: Tampere University Press.

Välinoro, Matleena (2005): *Toimijan, tilan ja sukupuolen politisoituminen Lukas Moodyssonin elokuvassa Lilja 4-ever*. Valtio-opin pro gradu –tutkielma. Tampereen yliopisto.

Väliverronen, Esa (1996): *Ympäristöuhkan anatomia tiede, mediat ja metsän sairaskertomus*. Tampere: Vastapaino.

Sanomalehdet

Aamulehti. (AL) 24.9.2005. Hietanen, Rauno: ”Animalian säästöpossumainos sai puhtaat paperit”. Uutinen.

Aamulehti. 9.10.2005. ”Animalian mainoshyllytyksestä vaaditaan uusia bussikatoksia”. Uutinen.

Aamulehti, Valo-liite. 28.10.2005. Alasuutari, Juuso: ”Mainoksella mainoksia vastaan”. Artikkel.

Aamulehti. 15.11.2005. ”Animalian keskeytetty mainoskampanja jatkuu”. Uutinen.

Helsingin Sanomat (HS), Nyt-liite 32/2004. Luoma-aho, Veera: ”Politiikkaa mainoksilla”. Artikkel.

Helsingin Sanomat. 2.7.2005. Merimaa, Juha: ”Eläinsuojelujärjestön ulkomainoskampanja loppui päivän jälkeen”. Uutinen.

Helsingin Sanomat. 6.7.2005. ”Sananvapaus koetuksella”. Muut lehdet.

Helsingin Sanomat. 13.7.2007. ”Korkeaoja: EU:n broileridirektiivin talousvaikutukset huomioitava”. Talousuutinen.

Helsingin Sanomat, Nyt-liite. 22.7.2005. Kervinen, Elina: ”Säännöt selviksi”. Toimittajalta-pääkirjoitus.

Helsingin Sanomat, Nyt-liite. 22.7.2005. Kervinen, Elina: ”Hyllytetyt”. Artikkel.

Helsingin Sanomat. 24.9.2005. ”Neuvosto: Animalian kampanja ei rikkonut sääntöjä”. Uutinen.

Helsingin Sanomat. 18.11.2005. Kinnunen, Helena: ”Animalia ei päästä irti possuja”. Artikkel. Nimiä tänään.

Helsingin Sanomat. 28.1.2007. ”Kansan äänestysinto laskusuunnassa”. Uutinen.

Helsingin Sanomat. 16.2.2007. ”Kansa ei vielä innostu eduskuntavaaleista”. Uutinen.

Helsingin Sanomat, Nyt -liite 11/2007. Similä, Ville (2007): ”Punainen viiva”. Artikkel.

Tiedotteet

Animalia: ”Vaikuttamiseen innostava kampanja herätti keskustelua. Animalian ulkomainoskampanja on keskeytetty”. 30.6.2005. (<http://www.animalia.fi>)

Animalia: ”Animalia on tyytyväinen Mainonnan eettisen neuvoston lausuntoon

Animalian mainokset eivät ole ulkomainontaan sopimattomia”. 23.9.2005. (<http://www.animalia.fi>)

Internet

Anttiroiko, Ari-Veikko, 24.2.1998: *Tietoyhteiskunnan kansalainen*.

<http://www.uta.fi/~kuaran/sosio.html>

Bang, Henrik & Sörensen, Eva (1998): *The Everyday Maker: A New Challenge to Democratic Governance*. Luettu 27.4.2007.

http://www.aub.aau.dk/phd/department02/text/1998/35031998_2.pdf

Hellsten, Villiina, 5.4.2005: *Uusi politiikka – haaste kansalliselle edustukselliselle demokratialle? Mihin puolueita tarvitaan?* -seminaari. Kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelma. Oikeusministeriö.

<http://www.om.fi/tulostus/31006.htm>

Häyhtiö, Tapio & Rinne, Jarmo: *Tietokonevälitteinen viestintä ja poliittinen osallistuminen: poliittisen kansalaisuuden kaksi ulottuvuutta*. Luettu 5.5.2007.

<http://www.edemocracy.uta.fi/haefile.php?f=228>

Levikintarkastus Oy, 18.4.2007: *Sanomalehtien LT-levikit 1993-2006*.

<http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Sanomalehdet10vuotta.pdf>

Perimäki, Anu (2001): *Suomalaisen ilmastokeskustelun toimijat ja argumentit*. Aluetieteen ja ympäristöpolitiikan verkkojulkaisu. Luettu 13.3.2007.

http://www.uta.fi/laitokset/yhdt/artikkelit/2001_ilmasto.pdf

Rinne, Jarmo & Rättilä, Tiina (23.11.2005): Poliittinen konsumerismi –luento.

<http://www.valt.helsinki.fi/vol/opiskelu/opas/0506/p225/RattilaRinne.pdf>

Saastamoinen, Mikko (2001): *Yhteenvetoartikkeli: Minuus, identiteetti ja yhteisö. Aikalaiskeskustelun ja käsitteiden sosiaalipsykologinen ja sosiologinen tarkastelu*.

Lisensiaatintutkielma. Kuopion yliopisto, sosiaalipsykologian laitos. Luettu 9.4.2003.

<http://www.uku.fi/~msaastam/yhteenveto.htm>

SORA – Institute for Social Research and Analysis (2005): *EUYOUPART 2003-2005*.

Luettu 3.5.2007.

<http://www.sora.at/de/start.asp?b=14>

LIITTEET: Mainoskampanjan julistekuvat
Liite 1: Broilerikiusaus




Broilerikiusaus

Ole kerrankin ihmisiksi ja vaadi, että eläimellä on oikeus olla eläin.
Allekirjoita vetoamus osoitteessa animalia.fi.

animalia
- ELÄINTEN ASIAN AJAJA -

Animalia on Suomen johtava eläinsuojelujärjestö. Sen tavoitteena on yhteiskunnallisen vaikuttamisen kautta parantaa eläinten oikeuksia ja hyvinvointia.




Säästöpossu

Ole kerrankin ihmisiksi ja vaadi, että eläimellä on oikeus olla eläin.
Allekirjoita vetoomus osoitteessa [animalia.fi](https://www.animalia.fi).

animalia
ELÄINTEN ASIAN AJAJA

Animalia on Suomen johtava eläinsuojelujärjestö. Sen tavoitteena on yhteiskunnallisen vaikuttamisen kautta parantaa eläinten oikeuksia ja hyvinvointia.

Liite 3: Minkin loukku



Minkin loukku

Ole kerrankin ihmisiksi ja vaadi, että eläimellä on oikeus olla eläin.
Allekirjoita vetoamus osoitteessa animalia.fi.

animalia
- ELÄINTEN ASIAN AJAJA -

Animalia on Suomen johtava eläinsuojelujärjestö. Sen tavoitteena on yhteiskunnallisen vaikuttamisen kautta parantaa eläinten oikeuksia ja hyvinvointia.

