

Tuuli Ruuskanen

**Kun epäpoliittisesta tulee poliittista...
Kuluttaja politiikan kentän uutena toimijana -
esimerkkitapauksena Reilu kauppa**

Tampereen yliopisto
Politiikan tutkimuksen laitos
Valtio-oppi
Pro gradu-tutkielma
Tammikuu, 2008

Tampereen yliopisto

Politiikan tutkimuksen laitos

RUUSKANEN, TUULI: Kun epäpoliittisesta tulee poliittista... Kuluttaja politiikan kentän uutena toimijana – esimerkkitapauksena Reilu kauppa

Pro gradu – tutkielma, 105 s., 4 liites., 4 kuvaa

Valtio-oppi

Tammikuu 2008

Asiasanat: poliittinen kuluttajuus, alapolitiikka, Reilu kauppa, osallistuminen

Graduni käsittelee kuluttamista uudenlaisen poliittisen osallistumisen näkökulmasta. Lähtökohtana työssä on Ulrich Beckin määrittelemä alapolitiikka. Alapolitiikka tarkoittaa kansalaisten aktiivista poliittista osallistumista ja vaikuttamista perinteisten poliittisten instituutioiden ulkopuolelta. Kuluttajuudesta tulee poliittista silloin, kun kuluttaja alkaa pohtia kulutuksensa seurauksia. Poliittinen kuluttajuus syntyy tuotannon politisoitumisesta, eli kun hyödykkeiden tuotannossa esiintyy ongelmia. Poliittisen kuluttajuuden on määritelmällisesti oltava tiedostavaa, jatkuvaa ja muutokseen pyrkivää. Poliittinen kuluttajuus jaetaan kahteen: positiiviseen ja negatiiviseen. Negatiivinen poliittinen kuluttajuus on perinteistä boikotointia. Työni fokus on kuitenkin positiivisessa poliittisessä kuluttajuudessa (*buycotts*), jossa kuluttajaa kannustetaan kuluttamaan tiettyjä tuotteita tai tiettyjen kriteerien valossa.

Työni esimerkkitapaus on Reilu kaupan. Reilun kaupan taustalla ovat tarkasti valvotut standardit, joiden kautta kuluttajalle luvataan eettisesti tuotettuja hyödykkeitä. Reilu kauppa perustuu erityisesti työmarkkinasäädöksille ja järjestö haluaa kasvattaa tuottajiensa ansioita ja valtaa. Empiirinen aineistoni koostuu Reilun kaupan kattojärjestön FLO:n vuosiraporteista. Tutkimusmetodeja työssäni on kaksi: narratiivisuus ja kuva-analyysi.

Aineiston analyysi osoitti kuluttajuuden olevan alapolitiikkaa ja siten alapolitisoitumisen olevan todellinen ilmiö. Reilu kauppa on myös täydellinen esimerkki positiivisesta poliittisesta kuluttajuudesta ja uudenlaisesta poliittisesta osallistumisesta. Kuluttajuutta ei ole pidetty poliittisena toimintana ja sen kautta vaikuttamista ei juuri ole tutkittu. Kuitenkin Reilu kauppa antaa valtaa erityisesti länsimaiselle kuluttajakansalaiselle. Reilu kauppa ei muuta valtasuhteita kehitysmaiden ja kehittyneiden maiden välillä, vaan kuluttajuuteen perustuvat järjestelmät valtaistavat juuri länsimaista kuluttajaa. Aineiston analyysi todensi uudenlaisen poliittisen osallistumisen olemassaoloa ja politiikan löytymistä alueilta, joita ennen on pidetty epäpoliittisina.

Beckin mukaan alapolitiikan olemassaolo haastaa meidät pohtimaan koko politiikan käsitteen merkitystä ja sitä, miten poliittinen osallistuminen ymmärretään nykyään. Aineiston analyysini osoitti, että tulevaisuudessa olisi syytä tarkemmin pohtia politiikan käsitettä ja sen merkitystä uudenlaisen osallistumisen valossa.

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	4
1.1. Aluksi.....	4
1.2. Työn rakenne ja tutkimusongelma	6
2. GLOBAALIT ONGELMAT JA ALAPOLITIIKAN NOUSU	7
2.1. Globalisaatio ja politiikan uusi tila.....	7
2.2. Riskiyhteiskunta	13
2.3. Vahvistuva kansalaisyhteiskunta ja alapolitiikan nousu.....	18
2.4. Alapolitiikan kriittistä arviointia ja politiikan muutoksesta.....	23
3. POLIITTINEN KULUTTAJUUS	26
3.1. Kulutuksen reunaehdot	26
3.2. Kuka on poliittinen kuluttaja?	29
3.3. Poliittisen kuluttajuuden historiaa – boikotit ennen ja nyt.....	33
3.4. Positiivinen poliittinen kuluttajuus.....	38
4. REILU KAUPPA	43
4.1. Reilun kaupan historiaa	43
4.2. FLO:n organisaatorakenne.....	44
4.3. Markkinoiden Robin Hood	45
4.4. Reilun kaupan kritiikkiä.....	48
5. METODISTA	51
5.1. Narratiivisuus ja uusi tapa lukea	51
5.2. Kuva-analyysistä	58
5.3. Reilu kauppa kuvina ja tarinoina.....	62
6. KULUTTAJUUS REILUN KAUPAN NARRATIIVEISSA	64
6.1. Muutos ja 'empowerment'	64
6.2. Tuotannon politiikka kulutusta politisoimassa.....	68
6.3. Uusi osallistuminen ja muuttuva politiikan tila.....	72
6.4. Politisoivat riskit.....	75
6.5. Kuluttajuus alapolitiikkana	78
6.6. Reilun kaupan kuvallisuus	80
6.7. Kuvallisuuden politiikka.....	81
7. ALAPOLITISOITUNUT KULUTTAJA JA UUSI POLITIIKKA	84
7.1. Kuluttajakansalainen haastamassa politiikan käsitettä	84
7.2. Valta ja uusi osallistuminen	87
7.3. Epäpoliittisesta poliittiseksi	89
8. LOPUKSI – SHOPPING FOR A BETTER WORLD?	92
LÄHDELUETTELO	95
Aineisto.....	95
Kirjallisuus ja artikkelit	95
Internetlähteet.....	101
LIITTEET	102

1. JOHDANTO

1.1. Aluksi

Globaalit markkinat ovat kasvaneet valtavasti viimeisten vuosikymmenten aikana. Samalla globalisaatio tunkeutuu jokaisen yksilön elämään erityisesti kulutuksen kautta. Vain harvat tuotteet tuotetaan nykyään lähellä kuluttajaa, jonka vuoksi maapallon eri osien välinen keskinäisriippuvuus on lisääntynyt. Tämä on johtanut siihen, että jokaisen kansalaisen kulutusvalinnoilla on globaaleja seurauksia, emmekä siten voi olla pohtimatta kulutuksen vaikutuksia. Graduni käsittelee kysymystä kulutuksen halutuista vaikutuksista, eli pyrkimystä saada aikaiseksi muutos ja käyttämällä kulutusta välineenä sen saavuttamiseksi. Poliitiikan tutkimuksessa tällaista toimintaa kutsutaan poliittiseksi kuluttajuudeksi. Poliittisen kuluttajuuden tutkiminen sitoutuu tiiviisti uudenlaisen kansalaisuuden ja kansalaisaktiivisuuden tutkimukseen. Itse lähestyn aihetta Ulrich Beckin alapolitiikan kautta.

Monet ohjelmat niin Suomessa kuin Euroopan unionissa painottavat aktiivista kansalaisuutta ja toimivaa kansalaisyhteiskuntaa. Näitä on pyritty toteuttamaan erilaisin hankkein ja puheissa retorisin korulausein. Osallistumista ja aktiivisen kansalaisuuden tarkempaa muotoa ja sisältöä ei ole puheissa ja ohjelmissa eritelty. Ei myöskään ole olemassa yhtenäistä teoriaa tai mallia osallistumisesta. Tämän vuoksi osallistumisen tutkiminen on tärkeää. Erityisesti kysymys on teoreettisen ymmärryksen lisäämisestä liittyen kansalaisten osallistumiseen ja sen vaikutuksista yhteiskuntaan ja yhteiskuntatieteisiin laajemmin.¹

Gradussani tarkoitukseni on pohtia uudenlaista poliittista osallistumista, jota ei aina ymmärretä poliittiseksi toiminnaksi. Varsinkaan nuoret eivät välttämättä koe ukkoutuneita puolueita tai äänestämistä todelliseksi tavaksi vaikuttaa, mutta tämä ei tarkoita, etteivätkö he olisi poliittisesti aktiivisia. Osallistuminen ei vain ehkä kanavoidu perinteisten politiikan keinojen kautta, vaan uudenlaisten osallistumisen tapojen avulla. Tarkoitukseni on lähteä määrittelemään kuluttajuutta poliittisena toimintana, jolla pyritään vaikuttamaan ja muuttamaan vallitsevia olosuhteita.

¹ Kettunen, Kiviniemi, 2000, 45

Ulrich Beck on pyrkinyt määrittelemään kansalaisten aktiivisuutta ja sen seurauksia alapolitiikka- ja riskiyhteiskuntakeskustelussaan. Beckin mukaan yksilöiden poliittinen merkitys on lisääntynyt globaalien riskien lisääntymisen myötä. Tämä on johtanut uudenlaiseen kansalaistoimintaan ja yksilöiden politisoitumiseen. Beckin mukaan ongelma ei ole se, että politiikka ei kiinnosta. Kysymys on sen sijaan siitä, että poliittinen aktiivisuus on siirtynyt alueille, joita ei ole ennen ymmärretty poliittisiksi. Beckin mukaan etsimme siis politiikkaa väärästä paikasta, emmekä näe alapolitiikan merkitystä. Tämän vuoksi politiikan käsitettä tulisi laajentaa ja muotoilla uudestaan. Tämä ei suinkaan johdu demokratian tai politiikan epäonnistumisesta, vaan päinvastoin. Kansalaisten valtion takaamat oikeudet ovat uuden politiikan taustalla ja ne ovat sen elinehto.²

Beckin kirjoituksissa alapolitiikka haastaa koko politiikan käsitteen. Poliitiikan käsitteen muutos ei kuitenkaan ole mitenkään kiveen hakattu teema politiikan tutkijoiden keskuudessa, eikä siitä ole olemassa yleistä konsensusta. Beck ei myöskään ole yksinään politiikan muuttumisen vaatimustensa kanssa. Lisäksi alapolitiikan todellisesta merkittävydestä on politiikan tutkimuksessa keskusteltu paljon. Harva kiistää kansalaistoiminnan jonkinlaisen merkittävyyden, mutta politiikan käsitettä muuttavana toimintana sitä on myös epäilty.

Kun puhumme poliittisesta kuluttajuudesta, kuluttamisesta tulee muutakin kuin vain shoppailua ja halujen tyydyttämistä. Poliittisen kuluttajuuden esimerkitapauksena käytän Reilun kaupan järjestöä. Kuluttajuus on politiikan tutkimuksessa kohtalaisen uusi tutkimusalue ja kuluttamisen tutkiminen poliittisena toimintana on aktivoitunut vasta viime vuosina. Samaan aikaan globaalit markkinat ovat kasvaneet ja tavaroiden tuotanto globalisoitunut ja eriytynyt kuluttajasta. Kuluttajuuden tutkiminen poliittisena toimintana avaa mielenkiintoisia ovia markkinoiden logiikkaan, koska kuluttaja toimii markkinoilla markkinoiden ehdoilla, mutta esimerkiksi Reilun kaupan kautta kuluttaja toimii markkinoiden rakenteita vastaan. Lisäksi kuluttajuuteen perustuvat järjestöt toimivat alueella, jolla valtion sääntely on vähäistä tai puuttuu kokonaan.

Graduni taustalla on oletus kuluttamisen poliittisesta luonteesta. Uudenlaista politiikkaa tutkin laajemmin globalisaation, riskiyhteiskunnan ja alapolitiikan kontekstissa Reilun kaupan esimerkin kautta. Onko kuluttaminen uudenlaista politiikkaa Beckin määrittelemässä

² Beck, 1992, 195-199

alapolitiikan kontekstissa ja mikä rooli globaaleilla riskeillä on uuden politiikan muotoutumisessa? Lopuksi pohdin lyhyesti Beckin väitettä alapolitiikan vaikutuksesta politiikan käsitteeseen.

1.2. Työn rakenne ja tutkimusongelma

Tarkoitukseni gradussani on pohtia kuluttajuuden poliittisuutta Reilun kaupan valossa. Kuluttajuus on siis tapausesimerkki uudenlaisesta poliittisesta toiminnasta, jonka kautta kansalaisilla on mahdollisuus osallistua. Oma intressini on erityisesti markkinoiden toiminnassa ja globaalien markkinoiden aiheuttamissa seurauksissa, minkä vuoksi valitsin esimerkkitapaukseksi juuri globaaleja hyödykemarkkinoita kommentoivan järjestön.

Aluksi työssäni pyrin määrittelemään politiikan uutta tilaa ja alapolitisoitumisen syitä. Beckin mukaan alapolitiikan taustalla ovat individualisoituminen, globalisaatio ja riskien aiheuttama epävarmuus. Käyn siis läpi Beckin argumentteja liittyen riskiyhteiskuntaan ja alapolitisoitumiseen. Perehdyn myös talouden globalisaatioon ja sen ongelmiin. Poliittisen kuluttajuuden määrittelemiseen käytän luvun kolme. Tarkoitukseni on kysyä, mikä tekee kuluttamisesta poliittista. Syvennyn hetkeksi myös kuluttajuuden historiaan, koska poliittinen kuluttajuus ei itsessään ole mitenkään uusi ilmiö. Varsinkin Yhdysvalloissa kuluttajuuteen perustuvaa vaikuttamista on käytetty hyväksi läpi itsenäisyyden ajan.

Graduni empiirisen aineiston muodostavat Reilun kaupan kattojärjestön FLO:n vuosiraportit. Aineisto on rajattu pelkästään FLO:n tuottamiin raportteihin, koska ne lähtökohtaisesti pyrkivät määrittelemään selvimmin Reilun kaupan järjestelmää, sen toimintatapoja ja vaikutuksia. Kansalliset vuosiraportit ovat usein rakennettu puhtaasti tuotteiden mainonnan ja tuote-esittelyiden ympärille. Reilu kauppa toimii siten työssäni tapausesimerkkinä poliittisesta kuluttajuudesta, jonka kautta lähestyn Beckin määrittelemää alapolitiikkaa. Reilu kauppa valikoitui työni tapausesimerkiksi laajuutensa ja kattavuutensa vuoksi. Reilu kauppa on poliittiseen kuluttajuuteen rakentuvista järjestelmistä ehdottomasti institutionalisoitunein, suurin ja dokumentoiduin järjestö. Lisäksi Reilusta kaupasta löytyy lukuisia akateemisia tutkimuksia, jotka helpottavat aineiston analyysiä.

Aineiston analyysissä käytän kahta metodia: narratiivisuutta ja kuva-analyysiä. Reilun kaupan tapa puhua globaaleista ongelmista on vuosiraporteissa kertomusten muodossa. Tarinat auttavat ymmärtämään laajoja ja monimutkaisia kysymyksiä. Oletettavasti kerronnallinen muoto on tarkkaan valittu keino yhdessä kuvien kanssa edistää Reilun kaupan myyntiä ja tunnettavuutta. Kuvat tukevat kirjoitettuja kertomuksia ja Reilun kaupan esittämää tarinaa.

Lopuksi työssäni pyrin analysoimaan Beckin määrittelemää alapolitiikkaa Reilun kaupan valossa ja kysymään, onko alapolitisoituminen todellinen ja olemassa oleva ilmiö? Politisoiko riskit kuluttamista? Onko kuluttaminen esimerkki uudeltaisesta poliittisesta osallistumisesta? Työni viimeisessä luvussa pysähdyn hetkeksi pohtimaan Beckin vaatimusta politiikan käsitteen uudelleenmuotoilusta. Haastaako Reilu kauppa ja poliittinen kuluttajuus perinteistä käsitystä politiikasta ja poliittisesta osallistumisesta?

2. GLOBAALIT ONGELMAT JA ALAPOLITIIKAN NOUSU

2.1. Globalisaatio ja politiikan uusi tila

Globalisaatio tunkeutuu nykyisin jokaiselle elämänalueelle, mutta globalisaation eri puolista taloudellinen keskinäisriippuvuus on saanut ehdottomasti eniten huomiota. Käsitys globalisaatiosta ja globalisaatiokritiikki sitoutuvat kiinteästi juuri globalisaation taloudelliseen puoleen. Globalisaatio ei kritiikistä huolimatta ole vain paha asia. Kansainvälinen kauppa edistää taloudellista kehitystä silloin kun maan vienti ajaa talouskasvua. Globalisaatio on lisännyt dramaattisesti tiedon määrää, jonka vuoksi kansalaiset ovat entistä tietoisempia tapahtumista toisella puolella maailmaa. Koko 1900-luvun ajan monien ihmisten elintaso ja eliniän odote ovat nousseet. Lisäksi kansainvälisen painostuksen kautta voidaan saada muutoksia aikaiseksi, kuten esimerkiksi vuonna 1997 maamiinat kieltävä sopimus osoitti.³

Toisaalta taloudellisen globalisaation epäonnistumista ei kukaan voi kieltää. Globalisaatio ei ole onnistunut vähentämään köyhyyttä. Jatkuvat talouskriisit uhkaavat kaikkien kehitysmaiden, kuten myös kehittyneiden maiden taloutta ja vakautta. Länsimaat ovat painostaneet köyhiä maita poistamaan kaupan esteitä säilyttäen samalla omien talouksien

³ Stiglitz, 2004, 31-32

suojatullit. Länsimaiden oman edun tavoittelusta ja protektionistisesta kauppapolitiikasta yksi esimerkeistä ovat maataloustuet.⁴ Nykyisen globaalien talouden ongelma ei siis ole markkinat itse, vaan tuet jotka vääristävät kauppaa. Markkinat eivät ole nollasummapelejä, joten markkinoilla on potentiaalista hyödyttää kaikkia maita.⁵

Jos halutaan ymmärtää globalisaation epäonnistumisen syitä, Joseph Stiglitzin mukaan tulee tarkastella kolmea tärkeintä globalisaatiota hallitsevaa instituutiota: IMF:ää, Maailmanpankkia ja WTO:ta. Vuonna 1944 perustetun IMF:n tehtäväksi määriteltiin globaalien taloudellisten vakauden ylläpitäminen. Samana vuonna perustetun Maailmanpankin⁶ tehtävät ovat kansainvälinen jälleenrakennus ja kehitys. Puoli vuosisataa IMF:n perustamisen jälkeen on selvää, että se on epäonnistunut tehtävässään. IMF:n ponnisteluista huolimatta viimeisen 25 vuoden aikana maailmassa on ilmennyt taloudellisia kriisejä aina vain useammin ja ne ovat olleet toinen toistaan syvempiä. IMF:n suosittama ennen aikainen pääomamarkkinoiden avaaminen on vain lisännyt globaalia epävakautta.⁷ Jo 30 vuotta myöhemmin IMF:n ja Maailmanpankin kohdalla oli ajauduttu kauas Bretton Woodsin ja erityisesti Keynesin muotoilluista ideoista. Keynesin alkuperäisen idean mukaan IMF perustettiin sääntelemään valuuttakurssien mekanismeja ja globaaleja luottoja, jotka estävät valtioita ajautumasta deflationaariseen talouspolitiikkaan taantumien tai laman aikana. Jo 1970-luvulla IMF aktiivisesti vaati lainojen ehtona tiukkaa vyönkiristystä, eli deflationaarista talouspolitiikkaa. Samanaikaisesti IMF on vaatinut lainanottajamailta tiukkaa säästöpolitiikkaa ja ortodoksisen talouspolitiikan mukaisia uudistuksia. Maailmanpankin lainat ovat muotoutuneet IMF:n rakennesopeutusohjelmien täydentäjiksi.⁸

Ortodoksisen talousajattelun mukaan velkaantuneiden maiden tulee kasvattaa valtion omaisuutta esimerkiksi menoja leikkaamalla ja siten vapauttaa varoja velkojen sekä korkojen maksuun. Kun velat on maksettu, voi valtio aloittaa kasvun ja kehityksen ikään kuin puhtaalta pöydältä.⁹ IMF:n toiminta nojaa juuri tähän makrotason ajatteluun. Sen tehtävänä on huolehtia, ettei yksikään lainanottajamaa elä yli varojensa. Toinen seikka mihin IMF kiinnittää huomiota on inflaatio, jonka on pysyttävä IMF:n määrittelemissä rajoissa. Jos maa ei täytä

⁴ Stiglitz, 2004, 33-34

⁵ Scruton, 2005, 46

⁶ Vuonna 1944 IMF:n ohella perustettiin kansainvälinen jälleenrakennus- ja kehityspankki IBRD, josta muotoutui Maailmanpankki. Myöhemmin Maailmanpankille on lisätty tehtäviä IBRD:n tehtävien ohien.

⁷ Stiglitz, 2004, 40-44

⁸ Patomäki, Teivainen, 2003, 55-56

⁹ Patomäki, Teivainen, 2003, 57

tiettyjä minimivaatimuksia, IMF lopettaa lainojen myöntämisen. Tämä usein merkitsee sitä, että myös muut avunantajat katoavat. On ymmärrettävää, että IMF ja Maailmanpankki eivät tarjoa luottoja maille, jotka eivät harjoita hyvää makrotalouspolitiikkaa. Ongelmia aiheutuu useille kehitysmailla ulkomaanavusta, jota kehitysmaat eivät saisi IMF:n mukaan käyttää haluamiinsa kohteisiin, vaan valtioiden tulot tulisi sijoittaa valuuttareserviin. Esimerkiksi Etiopialta hyllytettiin IMF:n lainat vuonna 1997, koska maa päätti rakentaa ulkomaanavulla kouluja ja terveysklinikoita. Lainoja ei hyllytetty koulujen rakentamisen vuoksi, vaan koska Etiopia ei noudattanut IMF:n talousohjelmaa.¹⁰ IMF:n toiminnasta huolimatta kehitysmaiden velkaongelma on vain pahentunut sopeuttamisen ja rakenteiden uudistamisen seurauksena. Ongelmia aiheuttaa usein se, että IMF:ssä ja Maailmanpankissa valtaa käyttävät erityisesti suuret velkojamaat, eikä velallisilla ole instituutioissa juuri valtaa.

Kun puhutaan globaalista kaupasta ja sen epäoikeudenmukaisesta luonteesta, suurimmat syytökset usein kohdistuvat WTO:ta kohtaan. Vuonna 1945 syntyi kauppaa ja tulleja koskeva erityissopimus Gatt, jonka oli tarkoitus olla vain väliaikainen sopimus. Samaan aikaan perustettiin ITO (kansainvälinen kauppajärjestö), jonka oli tarkoitus olla Gattia laajempi ja korvata Gatt myöhemmin. USA ei kuitenkaan hyväksynyt Havannan perustuskirjaa ja siten ITO:n perustamista, minkä vuoksi Gatt jäi voimaan. Vuosina 1947-1994 järjestettiin seitsemän monenkeskistä kauppaneuvottelukierrosta. Kukin kierros omalta osaltaan on onnistunut madaltamaan tullimaksuja ja poistamaan kaupan teknisiä esteitä. WTO perustettiin Uruguay'n kierroksen lopussa ja se aloitti toimintansa 1995 ja se tarjoaa puitteet kansainvälisen kaupan sääntöjen laatimiselle ja valvonnalle. Se on Gattia ylikansallisempi elin mm. tehokkaan kiistansovittelumekanismen ansiosta. Gatt oli viimekädessä vapaaehtoinen valtioiden välinen sopimus, mutta WTO:ssa jäsenvaltioiden on lain nojalla noudatettava WTO:n päätöksiä, sääntöjä ja periaatteita. Velvoitteiden tukena toimivat taloudelliset sanktiot.¹¹

Toisaalta kun puhutaan talouden epäonnistumisesta köyhissä maissa, syyttävä sormi osoittaa myös itse kehitysmaihin. Kauppa lisää vaurautta kehitysmaissa, mutta monien kehitysmaiden hallitukset ovat kykenemättömiä toteuttamaan uudistuksia ja siten kehitystä ei tapahdu. Suuria ongelmia kehitysmaissa aiheuttavat hallitusten hampaattomuus, resurssien puute tai rajallisten resurssien vääränlainen sijoittaminen (esimerkiksi aseisiin), sekä korruptio. Kauppa ei lisää

¹⁰ Stiglitz, 2004, 58-60

¹¹ Patomäki, Teivainen, 2003, 86

hyvinvointia, jos köyhissä maissa vain rikas eliitti korjaa saadut voitot luonnonvaroista ja kaupasta. Tällä ongelmalla ei ole mitään tekemistä Washingtonin konsensuksen¹² tai neoliberalismin kanssa, mutta se ei poista kehitysmaiden avun tarvetta näissäkin kysymyksissä.¹³

Washingtonin konsensuksen ajama taloudellinen globalisaatio perustuu kansantalouden malleille, jotka suurelta osin perustuvat ajatukseen markkinoiden korjaavuudesta. Teorioiden mukaan kauppa tappaa tehottomia tuotannonaloja ja luo työpaikkoja uusille aloille. Ongelma taloudellisissa malleissa on kuitenkin niiden tekemisissä oletuksissa. Monet mallit esimerkiksi olettavat täystyöllisyyden, eivätkä siten tarjoa vastauksia talouden vapauttamiseen työttömyyden vallitessa. Nykyisistä taloudellisista malleista puuttuu kyky arvioida tarkkoja seurauksia joita eri kauppasopimukset aiheuttavat.¹⁴

Tärkeää olisi muistaa se, että säädökset tuottavat erilaisia tuloksia eri maissa. Esimerkiksi talouden avaaminen yleensä tuottaa hyvinvointia, jos valtioiden sosiaaliset turvaverkot ovat kunnossa. Harvassa köyhässä maassa näin kuitenkin on. Jos maassa ei ole esimerkiksi työttömyysturvaa, voi hyvinvointi markkinoiden avaamisen myötä romahtaa koska turvaverkot eivät puskuroi tehottomilta aloilta vapautuvia työntekijöitä. Taloudellisissa malleissa ei oteta mukaan epävarmuutta eikä riskiä. Tämän vuoksi samoja liberalisoinnin sääntöjä ei voida noudattaa globaalilla tasolla, vaan taloudelliset uudistukset tulisi räätälöidä jokaiselle maalle erikseen. Markkinarakenteiden muuttamisen aiheuttamia kustannuksia kutsutaan siirtymäkustannuksiksi. Kustannukset ovat yleensä aina välttämättömiä muutosten edessä ja niiden aiheuttamia ongelmia puskuroidaan juuri sosiaalisilla turvaverkoilla. Maissa joissa ei ole sosiaalisia turvaverkkoja siirtymäkustannusten kasvaessa uudistusten nettohyödyt voivat jäädä marginaalisiksi.¹⁵

Markkinat ovat keskeisessä asemassa luotaessa taloudellista hyvinvointia, mutta ilman sopivaa sääntelyä ja kontrollia syntyy ongelmia. Kansalaisten kohtaamat riskit ja riskien epätasainen jakautuminen, sekä negatiivisten ulkoisvaikutusten synty lisäävät vaatimuksia

¹² Washingtonin konsensuksen muodostavat uusliberalistista poliittista ohjelmaa ajavat Bretton Woods-instituutiot. Sen pääajatuksiin kuuluu, että hyvä taloudellinen suorituskyky vaatii kaupan vapauttamista, matalaa ja vakaata inflaatiota sekä hintojen saattamista oikealle (pareto-optimaaliselle) tasolle. Säännelemättömät vapaat markkinat kohdentavat resursseja optimaalisesti, mikäli hallitukset eivät puutu niiden toimintaan. (Patomäki)

¹³ Wolf, 2005, 40

¹⁴ Stiglitz, 2005, 68-70

¹⁵ Stiglitz, 2005, 71-72

kansainvälisestä kontrollista. Kansallisvaltioille haasteen luovat liikkuvat pääoma, hyödykkeet, resurssit, ihmiset, ideat ja saasteet. Haaste lankeaa erityisesti poliittiselle järjestelmälle, jonka tarkoitus on ylläpitää vakautta. Heldin mukaan globalisaatio synnyttää tarpeen globaaliin hallintoon. Uudenlainen hallinto vaatii kansainvälisen lain kehitystä, läpinäkyvyyden, luotettavuuden ja demokratian lisäämistä globaalilla tasolla, tiiviimpää sitoutumista oikeidenmukaisuuteen, yhteisöjen suojelemista ja kehittämistä eri tasoilla, sekä globaalin sääntelyn parantamista. Vaikka globaalilla kaupalla on kaikki potentiaali auttaa köyhiä maita kehittymään, nykyisen talouden säännöt suojelevat kehittyneitä maita ja niiden intressejä.¹⁶

Stiglitzin mukaan nykytilanne tuo mieleen 1930-luvun laman, jonka aikana vapaiden markkinoiden kannattajat sanoivat: ”Älkää olko huolissanne. Markkinat sääntelevät itseään ja ajan mittaan taloudellinen hyvinvointi palaa.” Ongelma on vain siinä, että hyvinvoinnin palaamista odottaessa lukuiset ihmiset kärsivät. Myös itse Keynes heräsi tähän ongelmaan toteamalla että markkinat eivät korjaa omia puutteitaan, eivät ainakaan relevantilla aikavälillä. Keynes totesikin, että pitkällä tähtäimellä olemme kaikki kuolleita. Esimerkiksi työttömyys saattaa kestää vuosia, jolloin valtion väliintulo on välttämätöntä.¹⁷

Kuten on jo mainittu, talous on globalisaation kritisoiduin puoli. Toinen vakava kritiikki koskee demokratiavajetta globalisaation viedessä valtaa kansallisilta päätöksentekoelementeilä. Stiglitzin mukaan globalisaatio näyttää korvanneen vanhat kansallisten eliittien diktatuurit kansainvälisten pääomamarkkinoiden diktatuurilla. Ongelmia aiheuttaa se, että esimerkiksi vaikutuksiltaan suuren IMF:n päättäjiä ei valita avoimella vaalilla. Tällöin IMF:n henkilökunta vastaa tekemisistään ainoastaan suurille rahoittajamaille, kuten Yhdysvalloille.¹⁸

Held kannattaa globaalin hallinnon kehittämistä kansalaistoiminnan tukemisen sijaan. Sosiaaliset liikkeet eivät ole aina jaloja ja viisaita, vaan niitä ajavat konfliktuaaliset ja ristiriitaiset näkemykset. Kansalaistoiminta voi tuottaa hyviä ideoita ja painostusta, mutta ongelma on se, että ryhmiä löytyy vastustamaan lähes kaikkea. Juuri tästä johtuen instituutioiden ja mekanismien kehittäminen on tärkeää. Kehitys jota ajaa vain alhaalta ylös

¹⁶ a) Held, 2005, 27-29

¹⁷ Stiglitz, 2004, 329-330

¹⁸ Stiglitz, 2004, 327

suuntautuva politiikka ei Held:n mukaan voi olla ratkaisu.¹⁹ Toisaalta Held:n näkemys globaalista hallinnosta verrattuna kansalaisryhmien riitelyyn on hyvin valoisa. Jos katsoo nykyistä globaalia yhteistyötä valtioiden välillä, näemme omien etujen tavoittelua ja konflikteja. Heldin globaali hallinto on vielä vuonna 2008 hyvin kaukainen idea.²⁰

Koska poliitikoilla ei näytä olevan halua tai mahdollisuuksia lähteä muuttamaan vallitsevaa tilannetta, on syntynyt uudenlainen globaali kansalaisyhteiskunta. Uusille globaaleille toimijoille on erityistä niiden keskittyminen johonkin yksittäiseen aihealueeseen, kuten esimerkiksi ihmisoikeuksiin, ympäristöön, humanitaariseen apuun tai rauhaan. Monien järjestöjen tavoitteet ovat luonteeltaan globaaleja ja niiden organisaatorakenne on yleensä monikansallinen. Globaalia kansalaisyhteiskuntaa voidaan pitää uudenlaisena, muutoshakuisena poliittisena voimana. Yleistä niille on *laissez faire*-kapitalismin kyseenalaistaminen ja pyrkimys talouden demokratisoimiseen. Koska useimmat prosessit ja rakenteet ovat maailmanlaajuisia, myös kansalaisyhteiskunnan on oltava globaali, jotta se voisi muuttaa näitä prosesseja ja rakenteita.²¹

Patomäen mukaan uuden kriittisen kansalaisyhteiskunnan yhteinen vastustaja ei ole globalisaatio sinänsä, vaan Washingtonin konsensus. Tällöin kansalaisyhteiskuntaa vastassa ovat esimerkiksi kansainväliset suuryritykset ja pankit. Uudet liikkeet avartavat poliittisen tilan määritelmäänsä vähemmän kansallisvaltiokeskeiseksi. Näiden liikkeiden joukosta löytyy myös niitä, jotka vastustavat kaikkia nykyisiä poliittisia instituutioita. Eniten huomiota nämä uudet liikkeet ovat saaneet mm. WTO:n vastaisten mielenosoitusten yhteydessä. Osa uusista kansalaisyhteiskunnan toimijoista pyrkii kuitenkin analysoimaan uusia globaaleja tuotanto- ja rahoitusrakenteita, sekä niiden hallintaa abstraktimmin ja moniulotteisemmin.²²

¹⁹ b) Held, 2005, 143

²⁰ Inoguchi, 2005, 114

²¹ Patomäki, Teivainen, 2003, 124

²² Patomäki, Teivainen, 2003, 126-127

2.2. Riskiyhteiskunta

Beckin mukaan riskiyhteiskunta tarkoittaa:

”modernin yhteiskunnan kehitysvaihdetta, jossa sosiaaliset, taloudelliset ja yksilölliset riskit yhä useammin luistavat teollisen yhteiskunnan seuranta- ja turvainstituutioiden otteesta²³”.

Käsite refleksiivinen modernisaatio on tärkeä ymmärtää, jotta Beckin käsitys riskiyhteiskunnasta tulisi ymmärretyksi. Käsitteenä refleksiivinen modernisaatio ei Beckin mukaan viittaa reflektioon, vaan itsensä kohtaamiseen. Siirtyminen riskiyhteiskunnan piiriin tapahtuu kenenkään toivomatta ja se saapuu kuin varkain, eli sitä ei havaita. Riskiyhteiskunta syntyy siksi, että yhteiskunnassa ihmisten ja instituutioiden ajatuksia edelleen kahlitsevat teollisen yhteiskunnan itsestäänselvyydet, joista Beck mainitsee yksimielisen uskon edistykseen sekä ekologisten seurausten ja riskien abstrahoinnin. Riskiyhteiskunta syntyy *”autonomisoituneista modernisaatioprosesseista, jotka ovat sokeita ja kuuroja omille vaikutuksilleen ja tuottamilleen uhkille²⁴”.*

Riskien syntyminen liittyy olennaisesti hyvinvoinnin ja varallisuuden kasvuun. Teollisen tuotannon lisääntyminen aiheuttaa lisääntyvässä määrin negatiivisia ulkoisvaikutuksia. Toinen riskeihin olennaisesti liittyvä seikka on epäoikeudenmukaisuus. Hyvinvointi ei jakaudu tasaisesti kaikille. Maailman resurssit ovat niukat, mutta niukkuutta voidaan vähentää teknologisen kehityksen avulla ja sitä kautta ottamalla käyttöön uusia resursseja. Nykyään länsimaissa leivän pöytään saaminen ei aiheuta kamppailua ja liikalihavuus on ottanut nälän paikan suurena ongelmana. Kehitysmaissa sen sijaan ihmiset edelleen kuolevat nälkään ja kärsivät aliravitsemuksesta. Ruokaongelma on vain pahentunut 1900-luvun kuluessa, vaikka elintaso globaalissa mittakaavassa on parantunut tehostuneen tuotannon myötä.²⁵

Ennen riski oli henkilökohtainen käsite, mutta globalisaation myötä riskeistä on tullut globaaleja. Esimerkkinä on ydinvoima ja sen mahdolliset haittavaikutukset, koska säteily ei pysähdy suvereenin valtion rajalle. Toisaalta rajat ylittävän kulutuksen vuoksi myös esimerkiksi metsien liikahakkuusta on tullut globaali kysymys. Myös suomalaiset ostavat

²³ Beck, 1994, 16

²⁴ Beck, 1994, 17

²⁵ Beck, 1992, 19-20

huonekaluja, joiden materiaali on hakattu sademetsistä ympäri maailmaa. Riskit ovat teollistumisen tuotteita ja ne ovat systemaattisesti lisääntyneet globalisaation myötä.²⁶ Ihmisten kohtaamat riskit voivat olla monenlaisia ja esiintyä monilla eri tasoilla. Vaikka edellä riskit määriteltiin esimerkiksi luonnon saastumiseksi, useimmat ihmisten kohtaamat riskit ovat paikallisia ja heidän yksilöllistä elämää koskevia. Tulloch ja Lupton ovat tehneet haastattelututkimuksen siitä, minkälaiseksi ihmiset kokevat riskit. He ovat haastatelleet ihmisiä niin Iso-Britanniassa kuin Australiassa. Kun haastatteluissa kysyttiin riskin määritelmää, haastatellut määrittelivät sen lähes aina negatiiviseksi ja vaaralliseksi. Riskiin liittyi kiinteästi kokemus pelosta. Usein riski liitettiin myös fyysisen kivun pelkoon. Toisaalta jotkut henkilöt mainitsivat riskin positiiviseksi, niin sanotuksi hypyksi uuteen elämään. Tämä hyppy voi tapahtua vaikka työpaikkaa vaihtamalla. Riskit koettiin yleensä osaksi jokapäiväistä elämää.²⁷

Haastattelujen mukaan ihmisten kokemukseen riskeistä vaikutti vahvasti ikä, sukupuoli, seksuaalinen identiteetti, asema ja haastatelluilla mahdollisesti olevat lapset. Esimerkiksi naiset olivat monesti herkempiä riskejä kohtaan kuin miehet. Monet kuvasivat riskejä sellaisiksi, joihin ei voi itse vaikuttaa eikä kontrolloida.²⁸ Myös Beck puhuu riskien kontrolloimattomuudesta, mutta Beckin mukaan se johtuu riskien globaalista luonteesta. Haastatellut kuitenkin kuvasivat riskien hallitsemattomuuden johtuvan muiden ihmisten toiminnasta, ei niinkään riskien globaalista tai arvaamattomasta luonteesta. Haastatteluissa ei myöskään näkynyt Beckin ajatusta teollisuuden, tieteen ja hallinnon ongelmista. Sen sijaan riskit koettiin usein henkilökohtaisiksi valinnoiksi, eli haastatellut kokivat itse pystyvänsä vaikuttamaan kohtaamiinsa riskeihin. Kuitenkin vastauksissa oli nähtävissä Beckin individualismiin liittyviä tendenssejä. Monet haastatellut kuvailivat riskeiksi henkilökohtaisia ongelmia, kriisejä ja pelkoja jotka voidaan liittää Beckin kuvaaman henkilökohtaisen biografian luomiseen. Ihmisten pelot eivät siis suurimmassa osassa tapauksia kohdistuneet suuriin globaaleihin ongelmiin, vaan juuri pelkoihin esimerkiksi yksin jäämisestä, rikollisuuden lisääntymisestä tai sairastumisesta.²⁹

Vastauksista oli havaittavissa myös se, että vastaajat Australiassa ja Iso-Britanniassa kokivat riskit eri tavalla. Esimerkiksi suurinta osaa australialaisista vastaajista ei huolettanut

²⁶ Beck, 1992, 20-21

²⁷ Tulloch, Lupton, 2003, 16-18

²⁸ Tulloch, Lupton, 2003, 28-37

²⁹ Tulloch, Lupton, 2003, 38

Chernobylin tai hullun lehmän taudin kaltaiset ongelmat, kun taas Iso-Britanniassa monet vastaajista mainitsivat pelkäävänsä tämänkaltaisten katastrofien uusiutumista. Toisaalta Australia on kaukana Euroopasta ja se ei ole koskaan kokenut tämänkaltaisia kriisejä, toisin kuin eurooppalaiset valtiot. Eli haastatteluiden perusteella maantiede voidaan nähdä erilaisia kokemuksia riskeistä selittäväksi tekijäksi.³⁰

Mythen mielestä riskiä ei tule ajatella lähtökohtaisesti negatiiviseksi harmiksi. Riskeillä on mahdollisuus tuottaa myös hyötyjä. Ilman riskinottoa ei tapahdu myöskään kehitystä. Riskiyhteiskuntateoriaa on kritisoitu sen tuottamasta liian länsimaisesta yhteiskunnallisen kehityksen mallista. Globaalissa mittakaavassa riskit tulisi nähdä monimerkityksellisinä. Kulttuuri muokkaa aina riskin käsitettä, jonka vuoksi meidän tulee välttää jähmeitä ja liikkumattomia kategorioita. Sen sijaan että puhuisimme yhdestä homogeenisestä riskiyhteiskunnasta, tulisi meidän painottaa erilaisia kulttuurisidonnaisia riskiyhteiskuntia. Joillain niillä on samanlaisia piirteitä ja toisilla täysin omanlaiset dynamiikkansa.³¹

Vaikka globaalit riskit eivät haastatteluiden kautta käy ilmi, on selvää että varsinkin ruokaa liittyvät ongelmat ovat saaneet hullun lehmän taudin jälkeen entistä enemmän huomiota. Lisäksi 2000-luvun keskustelunaihe on ollut geenimanipuloidut tuotteet ja niiden rantautuminen markkinoille. Ruoan globaalien tuotannon myötä ruokaan liittyvistä peloista tulee luonteeltaan globaaleja ja silti hyvin henkilökohtaisia ja omaa elämää koskettavia.

Kausaalinen tulkinta tekee riskeistä teollisen tuotannon tuotteita, eli systemaattisen modernisaation sivuvaikutuksia. Jotkin riskit, kuten juuri radioaktiivinen säteily ei katoa maastosta vuosikymmenienkään aikana. Tämän vuoksi vanhat riskit vaikuttavat yli sukupolvien.³² Toinen riskien tärkeä piirre on se, että ne ovat muiden tuotteiden ohessa tulevia ilmiöitä ja ne kulutetaan muiden tuotteiden ohella. Riskit ovat siis normaalien kulutustuotteiden salamatkustajia, eli ne voivat olla osa ilmaa jota hengitetään, ruokaa tai vaatteita.³³

Kritiikkiä on esitetty Beckin tekemälle jaolle tuotettuihin ja luonnollisiin riskeihin. Beck on niin keskittynyt käsittelemään hyödykkeiden tuotannon negatiivisia sivuvaikutuksia, että

³⁰ Tulloch, Lupton, 2003, 58-60

³¹ Mythen, 2007, 801

³² Beck, 1992, 27

³³ Beck, 1992, 40-41

unohtaa luonnollisten riskien, kuten maanjäristysten, tsunamien ja tulivuorten purkausten mahdollisuuden. Tuotetut uhat kuuluvat kulttuurin piiriin, mutta samalla ne kytkeytyvät vahvasti luontoon. Jaottelun tekeminen tuotettujen ja luonnollisten riskien välille kyseenalaistaa kriitikkojen mukaan siirtymän riskiyhteiskuntaan.³⁴ Riskien sosiaalisen vaikutuksen määrittely ei ole riippuvainen sen tieteellisestä validiteetista. Globalisaatio ja keskinäisriippuvuuden myötä vastuun käsite hämärtyy. Kuka on esimerkiksi vastuussa ympäristön tuhoutumisesta? Kantaako vastuun elinkeinoelämä, maanviljelijät, laki ja politiikka vai kuluttajat?³⁵

Riskit liittyvät tulevaisuuden uhkaan, tuhoon joka ei ole vielä tapahtunut, mutta on läsnä uhkana tässä päivässä. Tulevaisuuden uhka tekee riskistä todellisen ja tämänpäiväisen.³⁶ Hyvä esimerkki on koko 2000-luvun paljon huomiota saanut ilmastonmuutoksen ympärillä pyörinyt keskustelu. Argumentit liittyvät täysin tulevaisuuden potentiaalisiin seurauksiin, joita nykyisillä elintavoilla on. Esimerkkeinä tarjotaan pohjoisnavan jäätikön sulamista ja siitä seuraavaa Atlantin vedenpinnan nousua, Afrikan kurjistumista entisestään, syöpien lisääntymistä ja niin edelleen. Riskien tuhoja on nähtävissä jo nyt, mutta toimintaan johtava riskien sosiaalinen puoli nojaa tulevaisuuden potentiaalisiin riskeihin. Potentiaalisten riskien puhjetessa toiminta jälkikäteen on käytännössä mahdotonta, minkä vuoksi ennalta ehkäisevä toiminta on elintärkeää. Lisäksi tämän päivän paikallisilla riskeillä on taipumus globalisoitua. Tuotanto ja tuotteen kulutus ovat nykyisin usein erillään ja eri puolella maailmaa. Rikkaiden maiden tuotanto on monesti siirretty köyhiin maihin, jolloin myös saasteet ja tuotannon sivuvaikutukset ovat siirretty muualle. Tästä syntyy niin sanottu bumerangiefekti, eli ennemmin tai myöhemmin riskit palaavat myös sinne missä tuotannosta hyödyttiin, eli rikkaisiin maihin. Päästöt ja kemikaalit siirtyvät tuotantotiloista hyödykkeiden mukana kuluttajille toiselle puolelle maailmaa. Tämän johdosta edes rikkaat maat eivät ole turvassa riskeiltä. Kierron johdosta riskin aiheuttajasta ja uhrista tulee identtisiä.³⁷

Vahingollinen teollisuus on usein viety matalien kustannusten vuoksi kehitysmaihin. Kehitysmaissa on usein myös löyhemmät lait, säädökset ja valvonta, jolloin yritysten toiminta voi olla helpompaa ja halvempaa kehitysmaassa kuin länsimaissa. Beckin mukaan on nähtävissä systemaattinen linkki äärimmäisen köyhyden ja äärimmäisten riskien välillä.

³⁴ Mythen, 2007, 799

³⁵ Beck, 1992, 32

³⁶ Beck 1992, 32

³⁷ Beck, 1992, 34-37

Köyhissä maissa turvallisuussäädökset ovat usein kehittymättömiä ja olemassa vain paperilla. Kehitysmaissa varsinkaan maaseudulla suurin osa väestöstä ei osaa lukea eikä kirjoittaa, joten he eivät välttämättä edes ymmärrä heidän terveyteen kohdistuvia uhkia. Paperilla olevat turvallisuussäädökset ovat kuitenkin yritysten tapa pestä kädet ja luistaa vastuusta saastumisen tai ihmishenkien menettämisen myötä. Vastuu noudattamatta jätetyistä säädöksistä siirtyy työntekijöille. Bumerangiefekti vaikuttaakin erityisesti juuri niihin maihin, jotka ovat siirtäneet tuotantoaan köyhiin maihin. Nyt nämä maat tuovat näistä saastuneista maista hyödykkeitä ja elintarvikkeita. Myrkyt palaavat kehittyneeseen teollisuusmaahan esimerkiksi hedelmien, kaakaon tai teen muodossa.³⁸

Riskien globalisoituessa syntyy tarve rajat ylittävälle kansalaistoiminnalle. Riskit muodostavat uusia globaaleja intressejä ja siten synnyttää uudenlaista kansalaistoimintaa. Riskien globaalista luonteesta johtuen riskit heikentävät valtioiden rajoja. Kansallisella tasolla riskit eivät ole johtaneet poliittiseen toimintaan ja on kyseenalaista, pystyvätkö poliittiset instituutiot edes toimimaan ja käsittelemään globaaleja riskejä. Kaikki osapuolet päättäjistä kuluttajiin ovat vastuussa riskeistä ja siten pakotettuja osallistumaan riskien vähentämiseen. Tällä hetkellä toiminta ei enää perustu hyvän saavuttamiseen, vaan pahimman mahdollisen ehkäisyyn.³⁹

Beck on kirjoittanut riskiyhteiskunta-analyysinsä alkujaan vuonna 1986 ja vuoteen 2008 tultaessa maailma on muuttunut. Toisaalta Beckin kirjoitus on ajankohtaisempi kuin koskaan. Globaalilla tasolla ilmastonmuutokseen ja Afrikan hätään kiinnitetään entistä enemmän huomiota, mutta todellisia poliittisia toimenpiteitä ei ole saatu aikaiseksi. Esimerkiksi koko 2000-luvun ilmastonmuutoskeskustelu on käynyt kuumana ja monet maat ovat ottaneet ympäristön suojelemisen poliittiselle agendalle. Toisaalta monet maat, kuten Yhdysvallat ovat jättäytyneet kansainvälisistä sopimuksista (Kioto) ulos talouden kilpailukyvyn heikkenemiseen vedoten. Myös YK:n vuosituhanen kehitystavoitteet (Millenium Development Goals) uhkaavat epäonnistua. Tästä poliittisesta toimettomuudesta kumpuaa kuitenkin aktiivinen kansalaisyhteiskunta, jota Beck kutsuu alapolitiikaksi.

³⁸ Beck, 1992, 44

³⁹ Beck, 1992, 47-48

2.3. Vahvistuva kansalaisyhteiskunta ja alapoliitiikan nousu

Beckin näkemys maailman nykyisestä tilanteesta on vähintäänkin synkkä. Nykyisessä tilanteessa voidaan toimia enää pahimman estämiseksi, ei hyvän saavuttamiseksi. Riskeistä on tullut elimellinen osa globaalia maailmaa. Mielenkiintoista tästä Beckin hyvin apokalyptisesta näkemyksestä tekee sen hyvin positiivinen vaikutus kansalaisten toimintaan. Riskien hallitsema maailma ei vaivu apatiaan, vaan synnyttää uudenlaisen poliittisen voiman, alapoliitiikan.

Vallan valuminen valtioiden rajojen ulkopuolelle synnyttää uudenlaista kansalaistoimintaa, joka on perusluonteeltaan globaalia. Manuel Castellsin mukaan ongelma on se, että: ”*while capital is flowing freely, politics stays hopelessly local*”. Talouden globalisoitumisen vuoksi valta siirtyy vähitellen pois perinteiseltä politiikalta rajojen ulkopuolelle. Tällöin politiikasta tulee suurelta osalta reagointia ulkoisiin muutoksiin.⁴⁰ Toisaalta tilanne ei ehkä ole aivan näin synkkä. Puolueet ovat menettäneet kannattajiaan ja äänestysaktiivisuus on laskenut vuosi vuodelta, mutta kansalaisaktiivisuus on noussut suosioon varsinkin nuorten keskuudessa. Johtaako pettyminen perinteisiin poliittisiin instituutioihin aktiivisuuteen alueilla, jotka eivät kuulu perinteisen politiikan määritelmän piiriin? Poliittisen toiminta-alueen rajoittuminen poliittisen järjestelmän sisällä herättää halun poliittiseen toimintaan järjestelmän ulkopuolella ja muodostaa siten uudenlaista poliittista kulttuuria. Tämä ei tarkoita politiikan epäonnistumista, vaan olemassa olevan demokraattisen kehityksen tuotetta. Teknitaloudellinen kehitys valuu politiikan ulkopuolelle synnyttäen uuden politiikan ulottuvuuden, eli alapoliitiikan. Beckin sanojen mukaan ”*the political becomes nonpolitical and nonpolitical political*”. Beckin mukaan myös teknitaloudellisen toiminnan näkymättömät sivuvaikutukset ovat ottaneet vallan ja alkaneet määrittää poliittista agenda, koska politiikka alkaa entistä enemmän muotoutua riskien mukaan.⁴¹

Globalisaation ohella toinen nykypäivää kuvaava trendi on individualismin lisääntyminen. Perinteiset yhteiskuntaa rakentaneet ja tukeneet instituutiot, kuten perhe ja luokka eivät ole ehkä hajoamassa, mutta muuttuneet ne ovat varmasti. Näiden vanhojen rakenteiden purkautumista ei seuraa suinkaan tyhjyys, vaan uusi tapa elää ja järjestää elämää. Elämän järjestäminen ei enää tapahdu pakonomaisiin ja perinteisiin malleihin puitteistettuna, vaan

⁴⁰ Bauman, 1999, 19

⁴¹ Beck, 1992, 185-187

uudenlaisina ja yksilöllisinä tapoina järjestää elämänsä.⁴² Esimerkiksi yksinhuoltajuuden, yksin elämisen tai samaa sukupuolta olevien avioliitojen hyväksyminen osaksi nykypäivää kertoo siitä, että ihmiset voivat valita oman henkilökohtaisen tavan elää. Tästä ei tule vetää johtopäätöstä, että oman elämän rakentaminen ja elämäntavan valinta olisi helppoa ja sujuisi aina ilman kitkaa ja yksilöllisiä kriisejä.

Perhe-käsitteen muuttuminen näkyy jatkuvana kansalaiskeskusteluna eri maissa. Oikeastaan ei ole valtioita joissa ei keskusteltaisi tasa-arvosta, seksuaalisuuden rajoituksista tai perheen tulevaisuudesta.⁴³ Yhteiskunnissa tapahtuu paljon muutoksia juuri koskien perhettä ja ne vaihtelevat maasta toiseen. Mutta tietyt kehityslinjat ovat nähtävissä: lapsia syntyy jatkuvasti enemmän avioliiton ulkopuolella ja yksin asuminen on suosittua. Erityisesti Pohjoismaissa avoliitot ovat lisääntyneet ja lasten hankkimista lykätään. Yksinkertaisesti perheiden monimuotoisuus on lisääntynyt, mikä on omiaan hajottamaan vanhaa ydinperheajattelua.⁴⁴ Kumpikaan Beck eikä Giddens eivät tarkenna, koskeeko heidän globalisaatio- ja individualismikeskustelunsa erityisesti länsimaita. Jos mietimme länsimaita, Eurooppaa ja Yhdysvaltoja, on heidän käymänsä debatti kuitenkin varsin osuvaa.

Niin globalisaatio kuin yksilöllisyyden lisääntyminen johtavat teollisen yhteiskunnan varmuuksien hajoamiseen sekä uuden globaalien keskinäisriippuvuuden kasvuun. Beck kutsuu tätä kehitystä refleksiivisen modernisaation vaiheeksi, jonka kaksi eri puolta yksilöllistyminen ja globalisaatio ovat. Beck lainaa Sartren lausahdusta siitä, että meidät on tuomittu yksilöllistymään. Yksilöllistyminen ei tarkoita, että yksilöt ja heidän päätökset perustuisivat ainoastaan heidän omiin haluihinsa. Yksilöt ovat osa yhteiskuntaa ja ympärillä olevaa yhteisöä, jonka rajoissa yksilöt ovat yksilöitä. Yksilöllistyminen on pakkoa tuottaa, suunnitella ja sovittaa omaa elämää. Sitä suunnitellaan suhteessa omiin mieltymyksiin ja elämänvaiheisiin mm. hyvinvointivaltion ja työmarkkinoiden asettamissa rajoissa. Perinteiset avioliitto- ja perhemuodotkin ovat muuttuneet päätöksenteon kohteiksi. Tämä yksilöllistyminen tuottaa valinnanvapauden ohella epävarmuutta ja tuskaa.⁴⁵ Yksilöiden on valittava, eikä valintaa voi vastustaa. Monimutkaisissa yhteiskunnissa valintojen seurauksia

⁴² Beck, 1995, 28

⁴³ Giddens, 1999, 51-55

⁴⁴ Giddens, 1999, 55-58

⁴⁵ Beck, 1998, 1-4

on kuitenkin vaikea arvioida etukäteen ja se lisää yksilöiden vastuuta valintojen mahdollisista seurauksista. Myös valintojen seuraukset voivat olla moniselitteisiä.⁴⁶

Tästä yksilöllisyydestä tulee poliittista. Koska yksilö joutuu tekemään päätöksiä ja suunnittelemaan omaa elämäänsä, eivät yksilöt ole enää vain yhteiskunnallisten instituutioiden roolipelaajia, vaan he ovat tiedostavia ja omaa elämäänsä ohjaavia toimijoita. Yksilöiden henkilökohtaisista päätöksistä tulee poliittisia.⁴⁷ Yksilöt palaavat yhteiskuntaan, jonka seurauksena syntyy instituutioiden poliittinen tyhjiys. Perinteiset poliittiset instituutiot eivät kykene vastaamaan kansalaisten vaatimuksiin. Toisaalta Beck kutsuu tätä politiikan epäinstitutionaaliseksi renessanssiksi. Ihmiset olettavat löytävänsä politiikkaa niille määrättyiltä areenoilta ja poliittista toimintaa harjoittavan juuri tiettyjen agenttien, kuten hallitus, puolueet sekä liitot. Refleksiivisen modernisaation myötä kansalaiset löytävät politiikkaa kaikkialta ympäriltään ja yksilöiden toiminnasta.⁴⁸

Yksilölliset valinnat rakentuvat kahdella tavalla. Ensinnäkin yksilö valitsee agendalla olevien vaihtoehtojen mukaan. Tähän asti poliittiset instituutiot ovat muokanneet valintojen agendaa, eli määrittäneet valintojen raamit. Toinen valintaa määrittävä tekijä on valintaohjeet, jotka ohjaavat kansalaista valitsemaan tiettyjen preferenssien ja arvojen mukaan. Lainsäätäjät määrittää valintojen rajat. Poliittiset instituutiot ovat kuitenkin menettämässä rooliaan agendan ja ohjeiden muokkaajana. Tämä ei tarkoita sitä että kansalaisten valinnanvapaudet lisääntyisivät, vaan valta päättää keskustelun rajoista valuu politiikan ulkopuolelle. Uusia määrittelijöitä ovat esimerkiksi hyödykemarkkinat.⁴⁹ Ongelma onkin se, että valintojen agenda ja säännöt muokkautuvat edelleen vaikka poliittiset instituutiot eivät ole niitä pääasiallisesti muokkaamassa. Markkinoilla kuluttajaa ohjataan erityisesti kohti tarpeidentyydytystä. Halujen tuotanto on nyt vastuussa normatiivisesta sääntelystä, jolloin julkisuus ja mainonta syövät tilan joka ennen kuului politiikalle. Tällaisten sääntöjen omaksuminen johtaa tilanteeseen jossa omien valintojen vaikutuksia pohditaan ainoastaan liittyen omaan elämään. Muut toimijat otetaan huomioon vain siinä tapauksessa, että ne vahvistavat omia valintoja.⁵⁰

⁴⁶ Warren, 2002, 686

⁴⁷ Beck, 1995, 31

⁴⁸ Beck, 1997, 98-99

⁴⁹ Bauman, 1999, 72-73

⁵⁰ Bauman, 1999, 75-76

Demokratian lujittumisen myötä näkymät poliittisen osallistumisen kehityksestä ovat hyvin positiiviset, minkä johdosta kansalaisten demokraattiset odotukset kasvavat. Kansalaisilla on enemmän valtion turvaamia mahdollisuuksia osallistua, kuin aiemmin. Toisaalta oletus kansalaisten hyvistä osallistumismahdollisuuksista on hieman erikoinen, koska koko 2000-luvun on käyty keskustelua erityisesti poliittisen osallistumisen apaattisesta tilasta. Warrenin mukaan ihmiset eivät ole pettyneitä politiikkaan, mutta he ovat valuneet perinteisten poliittisten instituutioiden vaikutusvallan ulkopuolelle. Tämän vuoksi tyytymättömyys johtaa hallitusten kriittiseen arviointiin, ei apatiaan. Jatkuva jännite ideaalien ja realismin välillä johtaa kriittisen kansalaisuuden kehittymiseen.⁵¹ Monet ihmiset ottavat kantaa poliittisiin kysymyksiin yksilöinä, liikkeiden kautta ja kansalaisjärjestöissä, mutta perinteisen politiikan keinot eivät heitä kiinnosta. Beckin mukaan osallistumisinnon laskusta vaaleissa ei kuitenkaan pidä vetää suuria johtopäätöksiä yleisestä kiinnostuksen laskusta politiikkaa kohtaan. Beckin mukaan me vain etsimme politiikkaa vääristä paikoista ja käyttäen vääriä käsitteitä. Tästä seuraa ettemme näe Beckin määrittelemän alapoliittikan merkittävyyttä.⁵²

Kansalaiset ovat yksilöllistymisen myötä ottaneet poliittista valtaa ja tämän myötä he nostavat agendalle uusia asioita. Yksilölliset kansalaiset osallistuvat ruohonjuuritason toimintaan, he eivät ole sitoutuneita puolueisiin ja he ovat ohjelmallisesti hyvin hajaantuneita. Tätä yksilöiden poliittisen merkityksen kasvua Beck nimittää alapoliittikaksi. Ne yhteiskunnalliset trendit jotka koetaan konsensuksen katoamisena ja yksityiselämän politisoitumisena, voidaan nähdä edustavan politiikan uutta ulottuvuutta eli alapoliittikaa.⁵³ Tämä on nähty varsinkin 1990- ja 2000-luvulla kansalaisjärjestöjen merkityksen nousun myötä. Kansalaisjärjestöt ovat vähintään pystyneet aloittamaan keskustelun tärkeistä asioista, jos eivät suoranaisesti ole muuttaneet maailmaa. Hyvinä esimerkkeinä toimivat Irakin sotaa vastustaneet massiiviset mielenosoitukset ympäri maailmaa ja WTO:n vastaiset valtaiset mielenosoitukset esimerkiksi Seattlessa.⁵⁴

Beckin mukaan perinteisen politiikan itsestäänselvydet, esimerkiksi oikeisto-vasemmisto ja vetäytyminen-osallistuminen jaottelu ovat hämärtyneissä. Alapoliittikka eroaa politiikasta siinä, että:

⁵¹ Warren, 2002, 680-681

⁵² Holzer, Sørensen, 2003, 79-80

⁵³ Beck, 1997, 100-102

⁵⁴ Patomäki, Teivainen, 2003, 93

”yhteiskunnallisen vaikuttamisen näyttämölle päästetään poliittisen tai korporatistisen järjestelmän ulkopuolisia toimijoita (kuten ammatinharjoittaja- ja ammattiryhmiä, tuotanto- ja tutkimuslaitoksia, yritysten tekninen sivistyneistö, koulutettu työvoima, kansalaisaloitteet, julkinen sfääri...), ja toiseksi siinä, että kilpailtaessa vaikutusvallasta poliittiseen voivat kilpailuun osallistua yhteiskunnallisten ja kollektiivisten toimijoiden lisäksi myös yksilöt.”⁵⁵

Alapolitiikka on siis vaikuttamista alhaalta ylös, jonka seurauksena ennen sivussa olleet ryhmät saavat mahdollisuuksia vaikuttaa ja osallistua yhteiskunnan järjestämiseen.

Kuitenkaan kansallisvaltioiden vallan heikkeneminen ja politiikan paikallisuuden katoaminen eivät johdu politiikan epäonnistumisesta, vaan sen onnistumisesta. Tämän kehityksen myötä politiikan käsitteet, perusteet ja instrumentit tulevat epäselviksi ja avoimiksi. Poliittisista ratkaisuista tulee refleksiivisen modernisaation myötä kontingenteja. Enää ei ole olemassa yhtä parasta ratkaisua, vaan aina on olemassa lukuisia ratkaisuita. Päätöksenteko tulisi ymmärtää kollektiivisen toiminnan prosessiksi. Tällöin päätöksenteon virallinen auktoriteetti hajautuu.⁵⁶ Vahvistunut kansalaistoiminta tapahtuu vain valtioiden perustamien ja valvomien kansalaisoikeuksien kautta. Kuitenkin kansalaistoiminta vie valtaa pois keskusvallalta. Alapolitiikalla mahdollisuus osallistua politiikan muotoiluun, sekä pakottaa valtioita tekemään päätöksiä. Tämän taustalla on kansalaisten perustuslailliset oikeudet. Valtiolla säilyy monopoli alueilla, kuten maanpuolustus ja sisäisen turvallisuuden säilyttäminen. Alapolitiikka on taas oleellinen väline kysymysten nostamisessa julkiseen keskusteluun. Alapolitiikan kannalta tärkeitä instituutioita ovat oikeuslaitos ja vapaa lehdistö. Oikeuslaitos valvoo kansalaisten oikeuksien toteutumista ja lehdistö antaa kanavan mielipiteiden esittämiselle. Beckin mukaan oikeuslaitos, media ja uudet yhteiskunnalliset ryhmät muodostavat alapolitiikan. Oleellisinta alapolitiikalle on kuitenkin kansalaisten osallistuminen.⁵⁷

Gradussa huomio kiinnittyy juuri uudenlaiseen poliittiseen osallistumiseen, jonka kautta kansalaisilla on mahdollisuus osallistua yhteiskunnallisten kysymysten muotoiluun ja itse politiikan käsitteen uudelleenmuotoiluun. Tarkasteluun nostan kuluttamisen uudenlaisena politiikkana ja pohdin kuluttajuuden politiikkaa juuri Beckin alapolitiikan kontekstissa, eli yksilöllisten kansalaisten poliittisen merkityksen kasvuna.

⁵⁵ Beck, 1995, 38-39

⁵⁶ Beck, 1992, 192

⁵⁷ Beck, 1992, 195-199

2.4. Alapolitiikan kriittistä arviointia ja politiikan muutoksesta

Beckin mukaan globalisaation, riskien ilmaantumisen ja alapolitisoitumisen myötä syntyy tarve politiikan käsitteen uudelleenmuotoiluun. Kysymys ei kuitenkaan ole politiikan tutkimuksessa täysin yksiselitteinen. Poliitiikan tutkimuksen piirissä ei ole konsensusta siitä, onko politiikan käsite muuttunut tai muuttumassa ja jos on, niin mihin suuntaan. Toisaalta Beck ei myöskään ole yksin politiikan muuttumisen vaatimusten kanssa.

Valtio ei ole enää ainut poliittinen tila jota politiikka koskee. Poliitiikan perinteisen tilan ulkopuolella tapahtuva toiminta vaikuttaa politiikkaan ja joidenkin on vaikea hyväksyä tätä. Tärkeä kysymys on myös se, kuinka paljon alapolitiikkaa demokratia kestää? Alapolitiikan ja politiikan käsitteen muuttumisen ympärillä pyörivä keskustelu on herättänyt pääasiassa kahdenlaisia reaktioita. Toiset pyrkivät rajaamaan politiikan takaisin sinne, minne se heidän mukaansa kuuluu. Jo 1970-luvulla alkoi pyrkimys vahvistaa olemassa olevia demokraattisia instituutioita. Tämän näkemyksen mukaan muuttuvaan politiikan toimintaympäristöön voidaan vastata tukemalla ja päivittämällä nykyisiä olemassa olevia instituutioita.⁵⁸ Yhteiskunnallinen tehokkuus kuitenkin edellyttää keskitettyä poliittista valtaa, eli kykyä toimeenpanna kollektiivisesti sitovia päätöksiä.⁵⁹ Toisen näkemyksen mukaan demokratiaa ja demokraattisia pelisääntöjä pitäisi vahvemmin pyrkiä viemään alueille, joilla alapolitiikkaa käytetään.⁶⁰

Warren artikkelissaan keskustelee radikaalin demokrateorian näkemyksistä. Radikaalidemokraattisissa näkemyksissä oleellinen rooli on deliberatiivisella demokrateoriolla. Radikaalidemokratian mukaan jos ihmisillä vain olisi enemmän valtaa erityisesti jokapäiväiseen elämään vaikuttavissa instituutioissa, heidän poliittinen aktiivisuutensa voisi lisääntyä. Kansalaiset siis vastaavat positiivisesti poliittisiin mahdollisuuksiin, kun heillä on mahdollisuus päättää oman elämänsä kannalta merkittävistä asioista. Warrenin mielestä emme kuitenkaan voi olla varmoja tapahtuuko tällaista aktiivista osallistumista, koska nykypäivänä demokratian alue on kapea, kansalaisten vallan lisääntyminen rajoitettu ja mahdollisuudet aikaansaada muutos ovat harvat. Kansalaisten osallistumattomuus ei välttämättä johdu osallistumisen mahdollisuuksien puutteesta, vaan

⁵⁸ de Vries, 2007,283

⁵⁹ Hoffrén, 1998, 129-130

⁶⁰ de Vries, 2007,283

politiikan houkuttelemattomuudesta. Tärkeä kysymys on tällöin se, kuinka poliittisia instituutioita tulisi muuttaa. Osallistumista tuetaan kansalaisoikeuksilla, hyvinvointia rakentamalla ja oikeusjärjestelmää lujittamalla.⁶¹

Vaikka poliittinen apatia on nykyään laajaa, on Warrenin ja radikaalidemokraattien mukaan demokratialla silti paras mahdollinen potentiaali vastata ja organisoida politiikkaa.⁶² Tämä herättää oleellisen kysymyksen alapoliitikasta, vaikka alapoliitikkaa emme sinänsä voi suoraan liittää keskusteluun radikaalidemokratiasta. Radikaalilla demokratiateorialla on kuitenkin yhteisiä näkemyksiä alapoliitikan kanssa yksilön vallan kasvattamisesta, sekä yhteiskuntien juurettomuudesta ja monimutkaisuudesta. Alapoliitikka on osa politiikkaa, mutta se ei ole mitenkään demokraattisesti hallittu osa yhteiskunnallista toimintaa. Tällöin tällaiseen kansalaistoimintaan saattaa liittyä odottamattomia ongelmia. Historiassa on monia esimerkkejä, jolloin kansalaistoiminta ei ole laillista tai yleisesti hyväksyttyä. Saksassa 1930-lukujen antisemitismiin liittynyt ”*Don't be jewish*”-kampanja on esimerkki kansalaistoiminnasta, mutta samalla syrjinnästä ja rasismista⁶³. Myös de Vries artikkelissaan vaatii alapoliitikan saattamista demokraattisen hallinnon alle⁶⁴.

Tärkeä kysymys puhuttaessa alapoliitikasta on se, mitä on alapoliitikka. Minkälaisen toiminnan voimme määritellä alapoliittiseksi? Laajimmassa merkityksessä lähes kaikki ihmisten toiminta voidaan ymmärtää poliittiseksi. Onko kaikkien toiminta kaikkialla alapoliitikkaa, joka tulisi saattaa demokraattisen kontrollin alle? Alapoliitikan määritelmä vaatii rajaamista, jolloin tärkeäksi kysymykseksi nousee mikä on politiikkaa alapoliitikassa. Kaiken poliittiseksi ymmärtäminen syö politiikan käsitteen merkittävyyttä. Nykyään voidaan sanoa kaiken olevan poliittista ilman selitystä, kuinka demokratiaa voitaisiin laajentaa ja tehdä tehokkaaksi uusissa rajoissa. Uudet kysymykset voidaan myös tuoda politiikan piiriin, ilman että politiikan käsitettä täytyisi laajentaa.⁶⁵ Beck ei määrittele tarkemmin alapoliitikan sisältöä, vaikka tässä valossa tarvetta olisi.

Politiikka ei vain ole jokin sisältö, vaan se liikkuu ja sillä on kehityskaari. Siihen liittyy kompleksinen ja liikkuva ympäristö, josta vain osa kysymyksistä nousee poliittisen piiriin.

⁶¹ Warren, 1996, 266

⁶² Warren, 1996, 244

⁶³ Micheletti, 2003, 66-67

⁶⁴ de Vries, 2007, 783

⁶⁵ Latour, 2007, 813-814

Politiikka on aina ollut asiaorientoitunutta. Asiat eivät tule automaattisesti valmiiksi muotoiltuun politiikan piiriin käsiteltäviksi. Asian tuo julkiseen huomioon vain yksi hetki asian historiassa, joka ei ole mitenkään lopullinen. Julistamalla kaikki poliittiseksi saadaan aikaan vain tyhjä ja epäpoliittinen kuva.⁶⁶

Politiikasta on tullut varsinainen sillisalaatti, koska politiikkaa eivät enää harjoita vain ministeriöt, hallitus ja parlamentti. Poliitikassa yhdistyvät hallituksen päätökset, eduskunnan keskustelut, asiantuntijalausunnat, erilaiset projektit ja media. Alapolitiikka on kuitenkin toimintaa perinteisten valtioon liittyvien instituutioiden ulkopuolella, jonka toiminnassa medialla on tärkeä rooli.⁶⁷ Alapolitiikan kohdalla nousee esiin kysymys tarkoituksellisuudesta. Osallistuvatko ihmiset politiikkaan tarkoituksella alapolitiikan kautta vai vahingossa? Jos ymmärrämme kuluttamisen alapolitiikaksi, voimme helposti ymmärtää osallistumisen tahattomuuden tilanteessa jossa ihminen ostaa poliittisen tuotteen tietämättä tuotteen poliittisuudesta tai siitä huolimatta. Poliikkaan kuuluu oleellisesti pyrkimys muuttaa vallitsevaa tilaa, jolloin emme voi vahingossa politiikkaan osallistumista pitää poliittisena. Tämän vuoksi alapolitisoitumisen rajoja tulisi tarkentaa.

Sosiaalisista liikkeistä ja hallituksen ulkopuolisista toimijoista (joista vastedes käytän englanninkielistä lyhennettä NGO) on tullut tärkeitä pelaajia globaalissa hallinnossa. Ne toimivat muodollisen hallinnon ja kansalaisten välissä. Pyrkimyksenä niillä on lisätä kansalaisten osallistumista. Juuri sosiaaliset liikkeet ja NGO:t ovat synnyttäneet uudenlaisia osallistumisen mekanismeja, mikä on tarjonnut haasteen perinteiselle politiikan analyysille ja erityisesti demokratiateorioille. Valtion ulkopuoliset toimijat ovat olleet myös rakentamassa vaihtoehtoista poliittista kulttuuria, joka rakentuu pitkälti osallistumista tukeviin käytäntöihin. Ryhmät ovat tarjonneet yhteiskunnallisia foorumeja uusille osallistumiskulttuureille.⁶⁸ Liikkeet ovat tavoitelleet poliittisen vallan desentralisoimista, kansalaisten osallistamista poliittisten ratkaisuiden muotoiluun, sekä valitusmenetelmien kehittämiseen hallinnollisista päätöksistä. Uudet liikkeet eivät ole rajoittuneet ainoastaan luomaan itselleen erityisiä vaikuttamisen kanavia, vaan ne ovat esittäneet myös fundamentaalista kritiikkiä perinteitä politiikkaa kohtaan. Liikkeiden käsitys demokratiasta poikkeaa huomattavasti siitä mallista,

⁶⁶ Latour, 2007, 814-815

⁶⁷ de Vries, 2007, 786-787

⁶⁸ Fischer, 2005, 19-20

jolle edustuksellinen demokratia rakentuu. Liikkeet suosivat suoran demokratian käytäntöjä edustuksellisuuden sijaan.⁶⁹

Koko kuva uusista liikkeistä ja alapolitiikasta ei siis ole täysin positiivinen. Kokemuksia on nähty laidasta laitaan eri maissa. Osallistumisen liikkeiden kautta tulee olla tarkkaan organisoitua, eikä se silti ole kovin helppoa. Ihmiset suhtautuvat usein skeptisesti aikansa ja energiansa kuluttamiseen osallistumalla erilaisiin alapoliittisiin aktiviteetteihin. Joissain tapauksissa toiminnalta voi puuttua välitön relevanssi ja kaikki yhteisössä eivät ole motivoituneita osallistumaan.⁷⁰ Beckin alapolitiikkateoretisoinnin ongelmat nousevat juuri tästä. Beck ei ota millään tavalla huomioon sitä mahdollisuutta, että ihmisiä ei vain kiinnosta osallistua. Henkilökohtaisen biografian luominen on pakko jokaiselle Beckin mukaan, mutta kansalaisen ei ole mikään pakko pohtia esimerkiksi kuluttamisen taustalla olevia kysymyksiä. Tämä on sinänsä merkittävä huomio, koska alapolitiikan potentiaali nousee juuri laajan kansanjoukon motivoimisesta osallistumaan.

Protestit ja alapolitiikka ovat poliittinen resurssi erityisesti niille, joilta puuttuu yhteiskunnallista valtaa. Päästäkseen tavoitteisiinsa liikkeiden täytyy luottaa joukkoviestimiin sanomansa levittäjinä. Medialla on keskeinen rooli siinä, millaista vastakaikua protesti saa ja kuinka tehokas se lopulta on. Mediasta tulee lisääntyvässä määrin tärkeä osa liikkeitä, mutta samalla ne pakottavat liikkeet sopeutumaan omaan logiikkaansa. Tiedotusvälineet ovat itsenäistyneet poliittisesta kontrollista ja toisaalta ne ovat kasvattaneet omaa kykyään kontrolloida politiikkaa.⁷¹

3. POLIITTINEN KULUTTAJUUS

3.1. Kulutuksen reunaehdot

Edellisessä luvussa keskityttiin riskeihin ja globaaleihin ongelmiin, joiden vuoksi kansalaisosallistuminen ja uudenlainen globaali poliittinen tila nostavat päätään. Alapolitiikan

⁶⁹ della Porta, 2000, 238

⁷⁰ Fischer, 2005, 21-22

⁷¹ della Porta, 2000, 240-241

kautta uudet ennen epäpoliittisina pidetyt alueet politisoituvat. Tässä luvussa tarkoitus on keskittyä kuluttajuuteen. Onko kuluttaminen poliittista ja erityisesti minkälaista kuluttamista voidaan kutsua poliittiseksi? Onko kuluttajuus poliittisena ilmiönä täysin uusi, vai onko historian saatossa aiemmin törmätty poliittiseksi luokiteltavaan kuluttajuuteen? Luvun aluksi tarkoitus on pohtia kuluttamiseen liittyviä reunaehtoja. Vaikka kansalaiset ovat yksilöitä ja tekevät yksilöllisiä päätöksiä, heidän toimintaansa vaikuttaa aina ympärillä oleva yhteisö ja yhteiskunta. Me olemme yksilöitä, mutta vain yhteisön muokkaamissa rajoissa. Myös media ja mainonta vaikuttavat käytökseemme ja puhuttaessa kuluttajuudesta, ei mainontaa voi jättää käsittelemättä. Poliittisen, tietoisin kuluttajuuden takana ovat myös vallitsevat arvot, normit ja yhteisö, jotka sanelevat ehtoja poliittiselle kuluttajuudelle.

Lehtosen mukaan tärkeintä on ymmärtää, että ostoksilla käymiseen liittyy paljon muutakin kuin vain rahan käyttämistä ja tavaroiden hankintaa. Tärkeitä käsitteitä ovat halu ja puute, joka ohjaavat ostamista. Nykyään tavaroiden yltäkylläisyydessä elävillä ihmisillä ei käytännössä ole rajaa haluille. Kulutuskykyä on lähes mahdoton tyydyttää, koska esimerkiksi media luo ihmisille tarpeita. Ihmiset haluavat aina lisää ja enemmän, koska mainosten ja tavaroiden julkisen esilläolon vuoksi syntyy ajatus siitä, että tarvitsemme paljon kaikkea. Halun ohella puute sääntelee kuluttamista. Puute on tietenkin looginen syy hankkia jotain. Nälkä pakottaa ihmiset ostamaan ruokaa, kylmyys vaatteita. Nykyään halua ja puutetta ei kuitenkaan voida erottaa toisistaan, koska halu usein ymmärretään puutteeksi. Viimekädessä siis käsitteet halu ja puute ovat sama asia. Nykyinen media luo näitä haluja ja pyrkii siihen, että ilman tiettyjä tuotteita elämä on mahdotonta. Näin halusta luodaan puute.⁷²

Watson puhuu artikkelissaan hyödykefetisistä Karl Polanyin teoriaa lainaten. Hyödykefetissi syntyy kuluttajan ja tuotteen vuorovaikutuksesta markkinoilla. Nykyisessä elämäntavassa on kaksi aspektia, joiden vuoksi hyödykefetisismi on mahdollista syntyä. Ensimmäinen mainonnan merkitys on kasvanut valtavasti, jonka vuoksi kuluttaja kohtaa jatkuvasti suuren määrän mainonnallisia kuvia ja imagoja kuluttamistaan tuotteista. Toinen aspekti on kuluttajan ja tuottajan etäisyyden lisääntyminen. Tuottajat ovat useimmiten toisella puolella maailmaa olevia kasvottomia henkilöitä, eli tuote ei mitenkään personoidu tuottajaansa. Mitä enemmän tuotetta mainostetaan, sitä enemmän tuotetta myydään elämäntavan nojalla. Kuluttaja ostamalla tietyn tuotteen, ostaa elämäntapaa. Toisin sanoen, tuotteet erotetaan yhä enenevässä

⁷² Lehtonen, 1999,28-29

määrin tuottajaan liittyvistä kulttuurisista ja sosiaalisista merkityksistään. Sen sijaan tuote tuodaan esille lähes ainoastaan kuluttajan perspektiivistä.⁷³

Mikä siis vaikuttaa kuluttajan halujen ja tarpeiden syntyyn? Kulutushalun syntyyn vaikuttaa ihmisten sisäiset, mutta myös ulkopuoliset suhteet. Ulkopuolelta tulevat yhteisön mukanaan tuomat vaatimukset ja paineet. Ulkopuolelta tulevat myös median ja mainosten luomat puutteet. Mutta myös sisäiset tarpeet syntyvät ulkoisen paineen johdosta, koska ihmisten identiteetit muokkautuvat aina kommunikaatiossa muiden ihmisten ja yhteisön kanssa. Sisäinen ja ulkoinen paine eivät kuitenkaan yksinään vaikuta kulutukseen, vaan ne yhdessä. Kuluttaessaan ihmiset määrittelevät sekä omaa yksilöllisyyttään, että yhteenkuuluvuutta toisten kanssa.⁷⁴

Yksilöllisyyttä korostetaan pitämällä kiinni omasta mausta. Tällainen käsitys on lähes jokaisella Lehtosen haastatteleamalla ihmisellä. Lehtonen kirjoittaa muodista, jossa jokainen ihminen ostaa muodin mukaisia vaatteita, mutta haluaa silti korostaa omaa yksilöllisyyttään. Muoti antaa ihmisille valmiita elementtejä joista jokainen voi yhdistellä itselleen yksilöllisiä kokonaisuuksia. Tämä osoittaa kuinka yksilöllinen ja jaettu maku ovat tiiviisti sidoksissa toisiinsa. Muoti on jotain kollektiivista ja yhteistä, mutta erilaisia muoti-ilmiöitä yhdistämällä jokainen voi luoda oman persoonallisen tavan elää ja toimia. Muoti myös ohjaa muuttuvia käsityksiä siitä, miten kulutetaan moraalisesti oikein. Muoti siis määrittelee hyvän. Muodin kautta kollektiivinen maku muotoutuu yksilöllisten arvostelmien kautta. Muoti onkin vuorovaikutuksen tulos, ei koskaan pelkästään ulkoapäin annettu totuus. Muotiin olennaisesti liittyy myös ajankohtaisuus, koska se seuraa ajan henkeä ja kertoo sen ajan ilmiöistä. Muoti tuo aikaan aina jotain uutta ja muuttaa vallitsevia oloja.⁷⁵

Kaikki nämä ostamisen taustalla olevat syyt muodostavat ostoksilla käymisestä hyvin kollektiivisen ja sosiaalisen kuvan. Vaikka haluamme olla yksilöitä ja painottaa sitä kulutusvalinnoilla, olemme silti osa yhteisöä, joka määrittelee nämä toimintamme normit. Ostoksilla yksilö voi olla itsenäinen, irrallaan muusta yhteisöstä vain tämän yhteisön laatimien ehtojen myötä. Ihmiset eivät myöskään ole vain alistettuja ja mainosten manipuloimia uhreja, vaan yksilöllisesti käyttäytyviä ja kaupallisia mediasisältöjä luovasti tulkitsevia toimijoita.

⁷³ Watson, 2006, 442

⁷⁴ Lehtonen, 1999, 29-30

⁷⁵ Lehtonen, 1999, 106-108

Monesti mainonnasta puhuttaessa yksilöllisyyden ajatellaan rakentuvan markkinoiden kautta. Asia ei kuitenkaan ole ihan näin yksinkertainen. Ensinnäkin kuluttajat tekevät harvoin valintoja pelkästään mainosten antamien ärsykkeiden tuloksena. Ja toisaalta, kaikkein yksilöllisimmätkin valinnat tehdään yhteisöllisen harkinnan pohjalta. Identiteetin taustalla on aina kuuluminen johonkin, ei vain erottautuminen jostakin. Tämän johdosta kuluttajavalinnat ovat aina myös sosiaalisesti merkityksellisiä.⁷⁶

Tutkittaessa nykypäivää, kyse ei ole vain median muuttumisesta, vaan laajemmasta yhteiskunnallisen toiminnan ja poliittisen kulttuurin muuttumisesta. Tätä muutosta on alettu kutsua elämäntavan politisoitumiseksi. Beckin mukaan juuri yksilöllisestä toiminnasta tulee poliittista. Siihen kuuluu poliittisen osallistumisen lyhytaikaisuus ja projektiluontoisuus. Pysyvän järjestäytymisen sijaan ihmiset osallistuvat löyhästi organisoituihin verkostoihin. Tämä ei kuitenkaan estä näitä järjestöjä mobilisoimasta kannattajiaan, kuten on nähty ympäri maailmaa olleissa globalisaation vastaisissa mielenosoituksissa.⁷⁷ Seuraavaksi perehdytään kuluttamiseen ja kuluttajuuden poliittiseen aspektiin.

3.2. Kuka on poliittinen kuluttaja?

Näin aluksi on tärkeää määritellä työni kannalta keskeiset käsitteet. Ensimmäiseksi voimme kysyä, että millainen kuluttaja on poliittinen? Kaikkea kuluttamista emme voi ymmärtää poliittiseksi. Käsitteenä poliittinen kuluttaja edustaa henkilöä, joka tekee valintoja eri tuotteiden välillä tarkoituksenaan muuttaa yhteiskuntaa tai markkinamekanismeja.⁷⁸ Kuluttajan on siis oltava tietoinen toiminnastaan ja toimintansa mahdollisista seurauksista. Tämä perustuu siihen että kuluttajalla on oltava tarpeeksi tietoa käsillä, johon hän voi perustaa ostopäätöksensä. Toiminnan taustalla on oltava poliittinen tai ideologinen motivaatio, eli tarkoitus saavuttaa joitain päämääriä kuluttamisen kautta. Toisaalta toiminnan on oltava jatkuvaa. Jos kuluttaja ostaa kerran Reilun kaupan kahvia, ei se tee hänestä poliittista kuluttajaa.⁷⁹

Oletamme tilanteen, että kuluttaja X ostaa Reilun kaupan kahvia, koska hänestä on tärkeää tukea Reilun kaupan toimintaperiaatteita. Hän myös kuvittelee, että tukemalla Reilua kaupaa

⁷⁶ Nieminen, Pantti, 2004, 174

⁷⁷ Nieminen, Pantti, 2004, 175

⁷⁸ Micheletti, 2003, 2

⁷⁹ Stolle, Hooghe, 2004, 280

hän on osana muuttamassa markkinakäytäntöjä inhimillisempään suuntaan. Kuluttaja Y ostaa myös Reilun kaupan kahvia, mutta vain sen vuoksi, että se esimerkiksi oli tarjouksessa. Esimerkin myötä voimme ymmärtää, että kaikki tietyn poliittiseksi ymmärretyn tuotteen ostajat eivät ole poliittisia kuluttajia. Kaikkia tietoisesti kuluttamiseen suhtautuvia henkilöitä emme voi myöskään kutsua poliittisiksi kuluttajiksi. Kuluttaja voi esimerkiksi olla allerginen pähkinälle ja näin ollen joutuu tarkkaan tutkimaan kaikki ostamansa tuotteet. Tällaista henkilöä emme voi ymmärtää poliittiseksi kuluttajaksi, mutta tietoinen hän varmasti on ostopäätöksistään.⁸⁰

Jotta meillä voi olla poliittinen kuluttaja, tarvitsemme myös tuotteen joka on politisoitavissa. Tuote voidaan politisoida esimerkiksi tuotannon kautta. Jos tietty tuote valmistetaan lapsityövoimalla tai tuotannossa on muita ihmisoikeuksia rikkovia seikkoja, on tuote helppo politisoida. Usein tuotteen politisointi liittyy tiiviisti yritysetiikkaan. Yritysten rooli yhteiskunnassa on kasvanut viime vuosina ja se on lisännyt kansalaisten vaatimuksia juuri suoraan markkinoiden kautta. Kansalaiset pyrkivät vaikuttamaan kulutuksen kautta juuri yritysten toimintaperiaatteisiin.⁸¹

Käytän jatkuvasti käsitettä poliittinen kuluttaja. Mutta onko kuluttaminen poliittista? Michelettin mukaan on. Michelettin mukaan juuri kuluttajuus pakottaa meidät pohtimaan markkinoiden roolia politiikassa ja politiikan roolia markkinoilla. Kuluttajuus haastaa meidän perinteiset käsitykset kansallisvaltion pohjautuvasta poliittisesta järjestelmästä ja siitä, mitä poliittisella osallistumisella tarkoitetaan. Poliitiikan piiriin on noussut monia uusia kysymyksiä, kuten ympäristöongelmat ja terrorismi, joita yksittäisen valtion on hankala kontrolloida. Näiden uusien ongelmien johdosta tarvitaan globaalia yhteistyötä, sekä keskushallinnon ulkopuolisten tahojen mukaantuloa. Uusien tahojen lisäksi tarvitsemme uusia politiikan välineitä kaikille politiikan tasoille. Kuluttajuus on hyvä uusi kansalaistoiminnan työkalu.⁸² Kuluttajuudesta tulee poliittista silloin kun ihmiset tietoisesti hyökkäävät markkinatoimijoita vastaan. Kuluttajat toimivat ilmaistakseen mielipiteensä oikeudenmukaisuudesta ja reiluudesta markkinoilla. Ryhmä antaa voimaa myös kuluttajille, vaikkakin kuluttamien on pohjimmiltaan yksilöllistä toimintaa. Kulutusvalinta voi olla

⁸⁰ Stolle, Hooghe, 2004, 280-281

⁸¹ Micheletti, 2003, 12-14

⁸² Micheletti, 2003, 3-7

poliittinen valinta ja markkinat voivat joissain tapauksissa olla poliittinen arena. Kuluttajat politisoivat markkinat toiminnallaan.⁸³

Michael Schudsonin mukaan kuluttajan ja kansalaisen välille voidaan yrittää luoda eroa. Ensinnäkin Schudsonin mukaan usein väitetään kuluttajien vaativan ja kansalaisten äänestävän. Kansalainen pyrkii kohti yhteistä hyvää, kun taas kuluttaja kohti omaa etua. Mutta joissain tilanteissa kuluttajan valinta voidaan ymmärtää poliittiseksi. Toisaalta monesti myöskään kansalaisen äänestyspäätös ei perustu yhteisen hyvän tavoitteluun, vaan äänestysmotiivit nousevat rajoitetusta tiedosta ja kokemuksesta, perheestä, uskonnosta jne.. Myös äänestysmotiivit liittyvät tiiviisti omien etujen parantamiseen. Jaottelu kansalaisen ja kuluttajan välille ei ole ollenkaan selvä.⁸⁴

Jørgen Goul Andersen ja Mette Tobiansen erottavat tavallisen kuluttajan poliittisesta kuluttajasta. Tavallinen kuluttaja on kiinnostunut lähinnä vain tarpeentyydytyksestä, kun taas poliittinen kuluttaja on kiinnostunut kulutuksen kokonaisvaikutuksista. Poliittinen kuluttaja käyttää kuluttamista kuin äänestämistä ja pyrkii sitä kautta vaikuttamaan tuotannon ja kulutuksen kokonaisseurauksiin.⁸⁵

Seuraava oleellinen kysymys on, että ketkä ovat näitä poliittisia kuluttajia? Andersen ja Tobiansen ovat tehneet kyselytutkimuksen Tanskassa vuonna 2000 osana Tanskan demokratia- ja valtaprojektia, jossa kartoitettiin myös kuluttajuuden merkitystä yhteiskunnallisen toiminnan osana. Tutkimuksesta selvisi, että boikottien määrä on lievässä kasvussa. Naiset ovat kuluttajina aktiivisempia kuin miehet, vaikkakin ero oli vain kuusi prosenttia. Vastoin oletuksia tutkimuksessa selvisi että keski-ikäiset olivat aktiivisempia poliittisiksi määriteltäviä kuluttajia mitä nuoret. Lisäksi korkeakoulutetut olivat aktiivisempia kuin matalammin koulutetut. Toisaalta korkeakoulutetut ovat yleensä muutenkin matalasti koulutettuja poliittisesti aktiivisempia.⁸⁶ Kuluttaminen ei näyttäisi siis olevan pelkästään kapinallisten nuorten tapa vaikuttaa. Toki nuoret edelleen ovat erilaisen kansalaistoiminnan ja osallistumisen pääasiallista joukkoa. Kuluttajuuden kohdalla Tanskan tulokset voivat johtua mm. siitä, että yleensä perheissä vanhemmat tekevät perheen ostokset. Vanhemmilla

⁸³ Micheletti,2003,24-25

⁸⁴ Schudson, 2006, 197-198

⁸⁵ Andersen,Tobiansen,2004,203-205

⁸⁶ Andersen,Tobiansen,2004,209-210

työssäkävillä ihmisillä on yleensä myös enemmän varaa toteuttaa poliittisia mielipiteitään markkinoilla, esimerkiksi kuluttamalla kalliimpia tuotteita.

Yksi tutkimustulos oli se, että poliittisia kuluttajia ovat usein jo valmiiksi poliittisesti aktiiviset kansalaiset, eli poliittiset kuluttajat ovat kiinnostuneita myös perinteisestä politiikasta. Tutkimuksen mukaan kuluttaminen koettiin tehokkaaksi vaikuttamismuodoksi, mutta esimerkiksi äänestämistä pidettiin vielä vaikuttavampana. Tämä kuvaa sitä, että poliittiset kuluttajat kokevat kuluttajuuden vain tukevan kansalaistoimintaa ja perinteinen poliittinen toiminta puolueissa, äänestämällä ja eduskunnassa on edelleen tärkeintä. Poliittiset kuluttajat olivat myös tietoisempia esimerkiksi kansainvälisistä organisaatioista mitä tavalliset kuluttajat.⁸⁷ Tämä myös tukee Beckin kirjoitusta siitä, että uudet kansalaistoiminnan muodot eivät nouse demokratian epäonnistumisesta, vaan päinvastoin. Tutkimuksesta selvisi, että kuluttajat eivät ole pettyneitä poliittisiin instituutioihin, vaan pikemminkin päinvastoin. Poliittinen kuluttajuus oli tutkimuksen mukaan positiivisesti linkittynyt perinteiseen politiikkaan, instituutioihin ja poliitikkoihin. Se liittyy tiiviisti myös kokemukseen globaalista solidaarisuudesta ja tietoisuudesta. Poliittinen kuluttajuus muistuttaa enemmän osallistumista vapaaehtoisjärjestöihin. Andersen ja Tobiansen kritisoivat Beckin synkkää näkemystä perinteisten poliittisten instituutioiden rappiosta ja kansalaisten tyytymättömyydestä näitä instituutioita kohtaan. Heidän mukaansa tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö kuluttajuus olisi kriittistä ja osallistuisi vallitsevien olojen kritisointiin. Kuluttajuuden kritiikki ei vain edusta poliittista epäuskoa ja pettymistä.⁸⁸

Tämä ei kuitenkaan mielestäni tee tyhjäksi Beckin ajatusta alapoliitikasta uudenlaisen politiikan kanavana. Alapolitisoituminen ei vain johdu yksinään kansalaisten pettymisestä vallitseviin oloihin, instituutioihin ja poliittisiin käytäntöihin. Alapolitiikka on uudenlainen kansalaistoiminnan väylä globaalissa maailmassa ja sen kautta kansalaiset voivat oppia hallitsemaan joitain riskejä, joihin perinteisillä instituutioilla ei ehkä ole hampaita puuttua. Voisimme siis nähdä alapoliitiikan perinteistä politiikkaa täydentävänä toimintana.

Poliittiseen kuluttajuuteen liittyy olennaisesti media. Median vaikutus ei usein ole suora, vaan epäsuora. Median kautta ihmiset saavat tietoa esimerkiksi ilmastonmuutoksesta, joka voi kannustaa kansalaisia muuttamaan toimintatapojaan. Tutkimusten mukaan on olemassa vahva

⁸⁷ Andersen, Tobiansen, 2004, 211

⁸⁸ Andersen, Tobiansen, 2004, 216

linkki esimerkiksi ympäristötietoisuuden ja ympäristöystävällisen käytöksen välillä. Ympäristötietoisuus siis johtaa poliittiseen kuluttajuuteen, jossa median rooli on tiedon muokkaajana. Kuluttajakansalaiset näkevät talouden tilan merkittävänä alueena, jonka kautta voidaan saavuttaa syvempiä yhteiskunnallisia ja moraalisia vaikutuksia. Michelettin, Stollen ja Hooghen mukaan tämä voi aiheuttaa anti-institutionalismia. Tutkimuksissa ei kuitenkaan ole löytynyt tähän liittyviä viitteitä.⁸⁹

Negatiivisen näkemyksen mukaan massakulutus ja medioituminen ovat johtaneet kansalaisyhteiskunnan merkityksen laskuun. Samalla kulutusyhteiskunta valtaa tilaa. Tämä on kuitenkin liian negatiivinen kuva, koska kulutusta ja kansalaistoimintaa ei välttämättä pystytä erottamaan toisistaan. Kuluttajuus on astunut kansalaistoiminnan alueelle elämäntavan politiikan kautta.⁹⁰ Poliittinen kuluttajuus liittyy laajempaan pyrkimykseen nähdä poliittisia merkityksiä jokapäiväisissä asioissa, kuten viihdevalinnoissa, muodissa ja muissa henkilökohtaisissa valinnoissa. Se liittyy jokapäiväiseen toimintaan, missä vain on mahdollisuutta saavuttaa poliittisia tuloksia markkinoiden kautta. Tämä tarkoittaa elämäntavan politisoitumista. Kuluttajuus siten hämärtää kysymystä julkisen ja yksityisen tilan välisestä erosta.⁹¹

Shah et al. mielestä kulutuskulttuurin voimistuessa on tärkeää selkeyttää kulutuksen kansalaisuuden välistä suhdetta. Oleellinen kysymys on, miten kuluttajuudesta tuli poliittista. Tähän pyrin vastaamaan seuraavassa luvussa kuluttamisen historian kautta.

3.3. Poliittisen kuluttajuuden historiaa – boikotit ennen ja nyt

Vaikka puhunkin kuluttamisen politiikasta uutena kysymyksessä, täytyy huomioida että se on uusi asia ainoastaan politiikan tutkimuksen piirissä. Kuluttamista ja eritoten boikotteja on käytetty vuosikymmeniä ilmaisemaan tyytymättömyyttä, liittyen joko hintoihin tai tuotteen ominaisuuteen. Tässä kappaleessa käyn lyhyesti läpi kuluttajuuden, tai paremmin boikottien historiaa. Historiassa keskityn erityisesti Yhdysvaltoihin, koska siellä boikotit ovat olleet paljon käytetty ja eritoten paljon dokumentoitu väline mielipiteen ilmaisussa.

⁸⁹ Shah et. al., 2007, 221-232

⁹⁰ Shah et. al. 2007, 7

⁹¹ Shah et. al., 2007, 219

Käsitteenä boikotti juontaa juurensa 1800-luvun lopun Irlantiin. Charles Cunningham Boycott oli irlantilainen aatelin, joka omisti suuret määrät maata. Hänen maillaan työskenteli lukuisia työläisiä, jotka olivat tyytymättömiä palkkoihinsa ja työoloihinsa. Työläiset aloittivat vastatoimet herra Boycottia vastaan parempien palkkojen ja työskentelyolosuhteiden toivossa. Työläiset eivät halunneet käyttää väkivaltaa vastatoimissaan, joten mielenilmaisuksi he lopettivat sadonkorjuun kunnes Boycott lupasi heille parempaa palkkaa. Nykyään tällaista työläisten mielenilmaisua kutsuttaisiin lakoksi. Tieto työläisten protestista kiiri aina Yhdysvaltoihin saakka ja työläiset keräsivät paljon sympatiaa amerikkalaisilta journalisteilta. Amerikkalaiset journalistit olivat ensimmäisiä jotka alkoivat käyttää kirjoituksissaan sukunimeä Boycott myös verbinä että substantiivina kuvaamaan työläisten toimia herra Boycottia vastaan.⁹²

Boikotti on siis yhden henkilön tai ryhmän pyrkimys saavuttaa joitain tavoitteita yllyttämällä kuluttajia välttämään joidenkin valittujen hyödykkeiden hankintaa. Yhdysvalloissa kautta aikojen boikotointia on käytetty mielipiteenilmaisun keinona ja sillä on pyritty vaikuttamaan markkinoihin. Ensimmäisenä varsinaisena boikottina Micheletti mainitsee Bostonin teekutsut 1756. Tämä boikotti kohdistui Brittien asettamia teetulleja vastaan. Yhdysvalloissa on myös pitkät perinteet orjatyövoimalla teetettyjen tuotteiden boikotoinnissa. Boikotoimalla orjatyövoimalla valmistettuja tuotteita ihmiset halusivat kiinnittää huomiota orjuuden epäoikeudenmukaisuuteen.⁹³

Tultaessa 1900-luvulle Yhdysvalloissa boikotit alkoivat keskittyä pääsääntöisesti ruokaan ja ruoanvalmistajia kohtaan. Myös Euroopassa boikottien avulla otettiin kantaa ruoan hintaan, laatuun ja osoitettiin tyytymättömyyttä tarjontaan. Tunnetuimmat boikotit kohdistuivat lihaan ja maitoon. Tärkeä ryhmä näiden boikottien kannalta olivat kotirouvat, koska he yleensä vastasivat perheen ruokaostoksista ja heille boikotointi antoi aivan uuden keinon ilmaista mielipiteensä. Vuosien 1920-40 aikana amerikkalaiset kotirouvat puutuivat voimakkaasti ruoan hintaan. Naiset organisoituivat ja verkostoituivat siten, mitä nykyään kutsuttaisiin ad hoc-toiminnaksi. Näissä naisten kokoontumisissa päätettiin mitä tuotteita ei tullut ostaa. Tällöin ensimmäisen kerran ymmärrettiin että jokin ihmisen henkilökohtainen ja yksityinen ongelma

⁹² Micheletti, 2003,38

⁹³ Micheletti, 2003, 40-42

voi saada ratkaisun kollektiivisella toiminnalla. Kotirouvien naapurikokoukset 1930-luvulla voidaan ymmärtää nykypäivän termein poliittisten kuluttajien painostusryhmäksi.⁹⁴

Poliittinen kuluttajuus voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: positiiviseen⁹⁵ ja negatiiviseen. Positiivisella poliittisella kuluttajuudella kannustetaan ihmisiä kuluttamaan tiettyjen kriteerien valossa, eli välttämään toisia ja suosimaan toisia tuotteita. Negatiivinen kuluttajuus on perinteistä tuotteiden boikotointia. Positiivista kuluttajuutta käytettiin Yhdysvalloissa jo 1898–1919 välisenä aikana ns. Valkoinen Merkki-kampanjassa (*White Label Campaign*), jonka järjesti National Consumers' League. Kampanjalla haluttiin ottaa kantaa tehtaiden surkeisiin työoloihin ja työntekijöiden oikeuksiin. Valkoinen merkki-kampanjaa voitaisiin verrata nykypäivän Reiluun kauppaan. Kampanjan kohderyhmään kuuluivat keskiluokkaiset kotirouvat, jotka ohjattiin ostamaan tiettyjä brändejä ja vastustamaan toisia. Näitä naisia lähestyttiin lähettämällä heille kirjeitä. Valkoinen merkki-kampanja onnistui herättämään huomiota ja sai aikaan muutoksia tehtaiden työoloissa ja työntekijöiden asemassa.⁹⁶

Boikotteja on monesti käytetty työtaisteluissa välineenä, koska joissain tapauksissa Yhdysvalloissa työlait estivät lakkojen järjestämisen. Yleensä lakkojen järjestämistä estivät myös resurssien ja organisoinnin puute. Liitoilla ei ollut varaa maksaa lakkojen ajalta palkkaa ja monissa tehtaissa työskenteli eri etnisistä ryhmistä peräisin olevia henkilöitä, joten yhteisen äänen löytäminen olisi ollut hankalaa. Boikoteista tuli lähes ainoa keino, jota liitot saattoivat työtaisteluissa käyttää. Liitot usein jakoivat tietoa siitä, mitä tuli kuluttaa ja mitä boikotoida. Liittojen kehotukset boikotointiin alkoivat purra siinä vaiheessa kun solidaarisuuden sijasta liitot alkoivat puhua esimerkiksi terveydelle vaarallisista hyönteismyrkyistä.⁹⁷

Yhdysvalloissa boikotteja on käytetty myös ihmisoikeuksien ajamiseen. Kuuluisin tällainen boikotti oli 1950-luvulla bussiboikotti eteläisessä osassa Yhdysvaltoja. Tapahtumaketju lähti liikkeelle 1955 Montgomerystä, kun tummaihoisen Rosa Parks osti bussilipun ja halusi vapaasti valita oman paikkansa bussissa. Tähän aikaan tummille olivat erikseen omat paikat linja-autoissa. Koska Parks ei ollut tyytyväinen siihen, että hän saman lipun hinnan maksettuaan valkoisten kanssa määrättiin esimerkiksi luovuttamaan paikkansa linja-autossa valkoiselle, hän alkoi organisoida linja-autolla matkustamista kohtaan suunnatun

⁹⁴ Micheletti,2003,42-44

⁹⁵ Englanniksi käytetty termi positiivisesta kuluttamisesta on byecotts

⁹⁶ Micheletti,2003,50-51

⁹⁷ Micheletti,2003,53-54

boikottia.⁹⁸ Kun kirkot alkoivat tukea boikottia ja levittää tietoa siitä, liittyi boikottiin pian suuret määrät ihmisiä. Liike levisi ja sen johtoon tuli Martin Luther King. King totesi että: ”*they were more willing to walk in dignity than ride in humiliation.*”⁹⁹ Lopulta Yhdysvaltojen korkein oikeus totesi bussien istumajärjestykset perustuslain vastaisiksi.

Kuluttajaboikotit ovat olleet ja ovat nykyäänkin tapa osoittaa moraalista tukea tai paheksuntaa yli rajojen. Suurella todennäköisyydellä boikotit ovat tehottomia, mutta silti niiden määrä lisääntyy jatkuvasti. Kansalaiset tukeutuvat boikottiin jos mitään muuta keinoa ei ole enää jäljellä. Boikotit eivät myöskään ole aina yleisesti hyväksytyjä ja demokraattisia keinoja, mistä esimerkkinä on 1930-lukujen antisemitismi ja Saksassa ollut ”*Don't buy jewish*”-kampanja. Ne voivat pahimmillaan olla epädemokraattisia ja syrjiviä, kuten Saksan esimerkki osoittaa.¹⁰⁰

Michelettin mukaan poliittinen kuluttajuus on nykyään erilaista kuin ennen. Boikotteja käytetään edelleen, vaikkakin niiden vaikutuksia on äärimmäisen hankala arvioida. Kuluttajaboikotoinnista on tulossa entistä institutionalisoituneempaa ja globaalia. Boikoteilla on usein omat internetsivustot ja julkaisut. Hyvänä esimerkkinä on American Family Associationin Disneyn vastainen sivu¹⁰¹. Tähän päivään mennessä AFA on jo lopettanut boikotin, koska he ovat saavuttaneet omasta mielestään tavoitteensa. Median rooli kuluttajaboikoteissa on nykyään suuri ja sen avulla voidaan aiheuttaa paljon harmia yritysten imagolle.¹⁰²

Friedman jakaa boikotit kahteen ryhmään: mediaorientoituneisiin ja markkinaorientoituneisiin boikotteihin. Mediaorientoituneissa boikoteissa fokus on tietysti uutismediassa. Friedmannin mukaan tämä yleensä kertoo siitä, että boikotoijilta puuttuvat resurssit markkinaorientoituneen boikotin järjestämiseen. Tällöin boikotin kohteena on yrityksen imago. Markkinaorientoituneet boikotit ovat yleensä aina myös mediaorientoituneita, mutta median kautta toimiminen on toissijainen keino. Kohteena on yrityksen talous ja myyntien pienentäminen.¹⁰³ Friedman on listannut joitain tehokkaiksi osoittautuneiden boikottien yhteisiä piirteitä. Markkinaorientoitunut boikotti fokuoituu markkinoilla kuluttajalle helposti

⁹⁸ Micheletti,2003,54-55

⁹⁹ Micheletti,2003,56

¹⁰⁰ Micheletti,2003,66-67

¹⁰¹ <http://www.afa.net/disney/>, luettu 20.1.2008

¹⁰² Micheletti, 2003, 80-83

¹⁰³ Friedman,2004,45-48

identifioitavaan tuotteeseen. Boikotin tulisi lisäksi kohdistua niin harvoihin brändeihin mitä mahdollista, eli lukuiset samanaikaiset eri brändeihin kohdistuvat boikotit syövät toisiltaan tilaa ja hämmentävät kuluttajia. Korvaavia tuotteita on lisäksi oltava saatavilla, koska kuluttajat eivät välttämättä tahdo luopua tietyistä eduista ja hyödykkeistä vaikkakin haluavat osallistua kuluttajaboikottiin. Korvaavien tuotteiden tulee olla hinnalta, laadulta ja maultaan samanlaisia. Boikotin kohteeksi on lisäksi valittava näkyvä ja tunnettu brändi.¹⁰⁴ Bennetin ja Lagosin mukaan kuluttajaboikotin onnistumisen ehtona on se, että se suuntaa elämäntapabrändejä kohtaan. Näihin elämäntapabrändeihin tulee liittää poliittisia viestejä, kuten Niken vastainen Sweatshop-kampanja teki. Käyttämällä mediaa hyväksi nämä merkitykset saadaan julkisiksi.¹⁰⁵

Markkinaorientoituneen boikotin onnistuminen riippuu suoraan siitä, kuinka paljon ihmisiä saadaan osallistumaan boikottiin. Suuri määrä boikotoijia aiheuttaa enemmän haittaa liiketoiminnalle, kuin pieni boikotoijien ryhmä. Toisaalta boikotin laajuudella on myös vaikutuksia, eli boikotin tulisi koskea yhden yrityksen kaikkia tuotteita. Boikotin kestolla on merkitystä tiettyyn pisteeseen saakka. Pitkäkestoisella boikotilla saadaan vaikutuksia todennäköisemmin aikaan mitä lyhyellä, mutta jos boikotti ei koskaan lopu, sen hyödyt alkavat olla kyseenalaisia. Boikotin tulisi toimia hetkellisenä painostuskeinona, jotta yritys saadaan muuttamaan toimiaan.¹⁰⁶ On hyvä esittää kysymys siitä, että mikä on yrityksen intressi lähteä muuttamaan toimintatapojaan, jos he tietävät jo lähtökohtaisesti sen että boikotti ei lopu koskaan yrityksen tekemistä muutoksista huolimatta? Hyvänä esimerkkinä toimii Nestlé, jota on boikotoitu jatkuvasti 1980-luvun lopulta lähtien.

Mediaorientoituneet boikotit ovat tulleet yleisemmiksi mitä markkinaorientoituneet. Niiden tarkoituksena on etsiä yritysten imagosta heikkouksia ja iskeä niihin. Onnistuneen mediaorientoituneen boikotin on kohdistuttava tunnettuun ja näkyvään yritykseen, joka on tietoisesti pyrkinyt luomaan itselleen tietyn imagon. Uusien yritysten tullessa markkinoille kohdistuu niihin usein boikotteja, koska näiden uusien yritysten katsotaan olevan helpommin taivuteltavissa, mitä pitkään markkinoilla olleiden. Yleensä boikotin kohteella tulisi olla

¹⁰⁴ Friedman,2004,48-50

¹⁰⁵ Bennet, Lagos, 2007, 194-195

¹⁰⁶ Friedman,2004, 50

tuottaja ja jakelija saman nimen alla, koska jos ne ovat erillään yrityksen brändistä, ei boikotti välttämättä kohdennu oikein.¹⁰⁷

Yhteenvetona voidaan todeta, että boikotit ovat edelleen varteenotettava poliittisen kuluttajuuden muoto. Niillä on myös mahdollisuus saada vaikutuksia aikaiseksi. Vaikuttaminen kuluttajaboikottien kautta on monesti kuitenkin hyvin hankalaa ja yleensä tehotonta. Boikotti vaatii suuren määrän työtä ja organisointia onnistuakseen. Lisäksi boikottien vaikutukset ovat hyvin moniselitteisiä. Esimerkiksi boikotoitaessa Nestléä Suomessa, tullaan samalla boikotoineeksi esimerkiksi suomalaista meijeriteollisuutta Valion jäätelöiden kautta. Mutta kun kappaleen alussa mainittiin poliittisen kuluttajuuden potentiaalista, on hyvä kysyä millainen poliittinen kuluttajuus sitten vaikuttaa. Jos boikottien kautta saatavat vaikutukset ovat hankalasti arvioitavia, mitkä keinot ovat potentiaalisia vaikutuksissaan?

3.4. Positiivinen poliittinen kuluttajuus

Boikottien sijaan nykyään markkinoille on noussut uusia juuri positiiviseen poliittiseen kuluttajuuteen perustuvia järjestelmiä, jotka tuovat esille vaihtoehtoisia tapoja tuottaa hyödykkeitä. Tällaisia ovat mm. ympäristöystävälliset tuotemerkit (*eco-labels*), Reilu kauppa, luomutuotteet, metsäsertifikaatit ja merien suojeluun kohdistuvat tuotemerkit.¹⁰⁸ Kuluttamalla vaikuttaminen tapahtuu nykyään erityisesti positiivisen kuluttajuuden kautta boikottien sijaan, eli kuluttajat tietoisesti ostavat tuotteita, joiden tuotanto on tiedettävästi kunnossa.

Teknologian kehittyessä ruokaan liittyvät riskit ovat kasvaneet. Yhdessä teknologisen kehityksen kanssa kiristynyt globaali kilpailu on johtanut entistä tehostetumpaan maatalouteen ja ruoan tuotantoon. Tämä näkyy erityisesti ruokaan liittyvien vaaratekijöiden kasvuna. Hullun lehmän tauti Iso-Britanniassa 1990-luvun puolessavälissä oli ensimmäinen suuri mediahuomion saavuttanut kriisi, joka pakotti ihmiset pohtimaan ruoan turvallisuutta. Ruoantuotannon globalisoitumisen myötä ruoka-aineiden alkuperän ja sisällön selvittäminen on käynyt lähes mahdottomaksi. Ruoka on muuttunut substanssiltaan kasvottomaksi,

¹⁰⁷ Friedman,2004, 51-52

¹⁰⁸ Micheletti,2003,91

tunnistamattomaksi syötäväksi esineeksi, jota ei osata paikantaa mihinkään. Kuluttajien täytyy siten vain luottaa tuottajiin ja ruoan valmistajiin.¹⁰⁹

Micheletti puhuu yritysten vapaaehtoisista merkkijärjestelmistä (*labelling schemes*), joiden kautta yritykset pyrkivät lisäämään tuotteensa luotettavuutta. Tyyppi III on merkkijärjestelmistä yksinkertaisin ja se sisältää ainoastaan informaatiota tuotteesta. Tällaista tietoa ovat mm. valmistusmaa ja pakkauksen sisältämät ravintomäärät. Tyyppi II merkkijärjestelmät ovat tuottajien luomia. Tämän tyyppin järjestelmässä on tarkoituksena tuoda esiin yrityksen arvot, yleensä puhtaasti markkinatarkoituksessa. Tällaisesta esimerkkejä ovat mm. ympäristöystävällisyys ja terveystuotteet. Tyyppi I on kehittynein ja vaativin merkkijärjestelmistä. Tyyppin I tarkoituksena on tehdä markkinoista ja tuotantoketjuista läpinäkyviä ja sitä kautta suunnata kulutusta sekä tuotantoa vähemmän riskialttiisiin tuotteisiin. Tyyppi I pyrkii tukemaan ekologista tuotantoa ja vastuullista kuluttajuutta.¹¹⁰

Tällaiset tuotemerkit eroavat valtion tasolta säädetyistä merkinnöistä siten, että ne pyrkivät luomaan vapaaehtoisia ja uudenlaisia kriteereitä joiden avulla kuluttajat voivat arvioida teollista tuotantoa. Tuotteiden merkinnät ovat erityisen tärkeitä pitkien tuotantoketjujen, globalisoituneen vapaakaupan ja ruokaan liittyvien terveystarkkailujen vuoksi.¹¹¹

Tällaisia ensimmäisen tyyppin poliittisia tuotteita on nykyään valtavasti ja tässä luvussa käsittelemme niistä osan. Reilu kauppa on yksi tunnetuimmista ja laajimmista positiivisen kuluttajuuden muodoista, mutta Reilun kaupan ollessa gradun pääasiallinen tutkimuskohde, keskitytään siihen tarkemmin tulevissa luvuissa. Tässä luvussa on tarkoitus peilata Reilun kaupan kontekstia ja muita Reilun kaupan kaltaisia kulutukseen perustuvia järjestelmiä, joiden tarkoituksena on markkinoiden läpinäkyvyyden, eettisyyden ja kestävyyskehittämisen.

Ensimmäinen käsiteltävä positiivisen poliittisen kuluttajuuden muoto on ympäristötuotemerkit (*eco-labels*). Ympäristömerkit kertovat tuotteen ympäristöystävällisyydestä ja ne keskittyvät yleensä useissa tuotteissa käytettyihin kemikaaleihin, ympäristömyrkkyihin ja saastuttajiin. Yleisimpiä ympäristömerkittyjä tuotteita ovat suuren volyymin tuotteet, kuten kodin kemikaalit ja paperit. Ympäristömerkkejä on olemassa noin 30 ympäri maailmaa, kuten

¹⁰⁹ Ilmonen, 2007, 395

¹¹⁰ Micheletti, 2003, 90

¹¹¹ Micheletti, 2003, 89

esimerkiksi EU-kukka ja pohjoismainen joutsenmerkki. Ympäristömerkkejä on sekä kiitelty että kritisoitu. Toisten mielestä merkit ovat olleet menestystarina, joka ohjaa kuluttajien ja tuottajien toimintaa, sekä asettaa standardeja tuotannolle. Kriitikoiden mukaan ne ovat hallinnan ja kontrollin välineitä, sekä harhaanjohtavia, tehottomia ja esteitä vapaalle kaupalle.¹¹²

Luomu-kauppa voidaan myös laskea osaksi poliittista kuluttajuutta. Luomutuotannon piiriin kuuluvat tuottajat, jotka käyttävät uusiutuvia resursseja, suojelevat ympäristöä ja tuotantotilojen ympärillä olevia vesialueita. Luomutuottajat eivät myöskään käytä tuotannossa antibiootteja, kasvuhormoneja tai tuholaismyrkkyjä. Tavoitteena on kohtuullinen hinta ja laaja saatavuus. Luomu eroaa esimerkiksi Reilusta kaupasta siinä, että luomutuotannossa ei tarkoituksena ole perustaa verkostoja, jotka mobilisoisivat kuluttajia toimimaan aktiivisesti sellaisia tuotteita vastaan, joiden tuotannossa on ongelmia. Luomu on sen sijaan ammattimainen sertifikaatti-instituutio. Ihmiset satsaavat luomuun, koska he pelkäävät kemikaaleja, geenimuuntelua ja esimerkiksi hyönteismyrkköjen vaikutuksia.¹¹³ Luomu on yksi nopeimmin kasvavista kulutuksenaloista koko maailmassa. Länsi-Euroopan luomumarkkinat ovat olleet suurimmat, mutta viimeisen vuoden aikana Yhdysvallat ovat ohittaneet Euroopan. Myyntien vuotuinen kasvu on ollut keskimäärin 10 prosentin luokkaa 2000-luvulla.¹¹⁴

Eettistä kuluttajuutta edistää myös vuonna 1987 perustettu Ethical Consumers Research Association ja sen koordinoima Ethical Consumers-verkkosivu¹¹⁵. Yhdistys kantaa huolta ihmisten, ympäristön ja eläinten oikeuksista ja toimii järjestämällä boikotteja ja kehottamalla käyttämään tiettyjä tuotteita toisten sijaan. Yhdistyksellä on palvelu nimeltä Corporate Critic¹¹⁶, jossa kuluttajat voivat hakea eettisiä pisteitä eri yrityksille. Yhdistys uskoo vahvasti, että kansalaistoiminta voi muodostaa todellisen vastavoiman suurille yrityksille.¹¹⁷

Tällä hetkellä suuri huoli kohdistuu niin sanottua yhteislaitemen ongelmaa kohtaan. Meret ja ilma eivät ole kenenkään omaisuutta ja toisaalta ne ovat kaikkien omaisuutta. Muista vastaavia yhteisomistuksessa olevia resursseja ovat kalat ja metsät. Ne ovat luonteeltaan niukkoja, eli ne

¹¹² Micheletti, 2003, 92

¹¹³ Micheletti, 2003, 98-99

¹¹⁴ Suomalainen luomutietopankki, <http://www.luomu.fi/kauppa/maailma.htm>, 21.9.2007

¹¹⁵ <http://www.ethicalconsumer.org/>, luettu 21.9.2007

¹¹⁶ <http://www.ethiscore.org/>, luettu 21.9.2007

¹¹⁷ Micheletti, 2003, 97

käytetään helposti loppuun jolloin lopputuloksena on yhteislaitumen tragedia. Tällaista yhteisomistusta tulisi käyttää muiden oikeudet huomioon ottaen. Yhteisten resurssien suojeleminen on Michelettin mukaan esimerkki rajat ylittävästä hallinnosta ja ekologisesta modernisaatiosta. Tällaisesta hallinnosta esimerkkinä on sellaisten mekanismien rakentaminen, jotka rajoittavat toimijoiden valinnan- ja toiminnanvapautta. Vaatii paljon työtä, jotta vapaamatkustajaongelma vältetään. Tärkeää on herättää ymmärrystä siitä, miten yhteislaitumen tragedia vaikuttaa kaikkiin. Rajoituksia on saatu aikaiseksi kuluttajaboikottien kautta, ympäristöjärjestöjen painostuksella ja kansainvälisillä säädöksillä.¹¹⁸

Esimerkkinä yhteislaitumien suojelesta ovat metsiä ja meriä suojelevat järjestelmät, kuten Forest Stewardship Council (FSC) ja Marine Stewardship Council (MSC). FSC perustettiin vuonna 1993, jolloin oli herännyt huoli metsänistutuksista ja kyvyttömyydestä hoitaa metsiin liittyviä ongelmia, kuten liikahakkuita sademetsissä. Esimerkiksi WWF yhteistyössä muiden järjestöjen kanssa pyrkivät kehittämään markkinaperusteisen mekanismin, jolla voitaisiin vaikuttaa maanomistajiin ja metsäyhtiöihin.¹¹⁹ FSC luotiin muuttamaan keskustelua ja tapoja, joilla tuetaan paremmin kestävä metsän hoitoa. FSC asettaa periaatteita, kriteereitä ja standardeja, jotka liittyvät yhteen taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön liittyvät huolet. FSC:n sertifikaattien kautta kuluttajien on helpompi tunnistaa tuotteet, jotka tukevat kestävä kehitystä.¹²⁰

MSC perustettiin 1997 ja se muistuttaa toimintatavoiltaan hyvin paljon FSC:tä. MSC:n ovat perustaneet yhteistyössä hieman yllättäen maailman suurimpiin kalan ostajiin kuuluva Unilever ja WWF. Vuonna 1999 MSC irrottautui molemmista perustajistaan yksityiseksi organisaatioksi. MSC on kehittänyt sertifikaattia kestävä kalastukselle yhdessä asiantuntijoiden kanssa. MSC palkitsee ympäristöystävälliset tuotteet sinisellä tuotemerkillä. Tätä tuotemerkkiä seuraten kuluttaja voi etsiä ympäristön kannalta kestäviä tuotteita.¹²¹ Niin FSC kuin MSC ovat toimintaperiaatteeltaan hyvin lähellä Reilun kaupan järjestelmää, eli kestävämpiin tapoihin pyritään puuttamaan opastamalla kuluttajaa kuluttamaan ainoastaan sertifioituja tuotteita. Reilun kaupan periaate on täysin sama. Reiluun kauppaan perehdytään tarkemmin seuraavassa luvussa.

¹¹⁸ Micheletti, 2003, 99-101

¹¹⁹ Micheletti, 2003, 102

¹²⁰ FSC:n kotisivu, <http://www.fsc.org/en/about>, luettu 1.10.2007

¹²¹ MSC:n kotisivu, <http://eng.msc.org/>, luettu 1.10.2007

Viimeinen positiivisen poliittisen kuluttajuuden muoto ovat sosiaalisesti vastuulliset sijoitukset. Sijoitukset eivät tietenkään ole myytävä hyödyke, vaan tarkoituksena on jakaa tietoa ja ohjata ihmisiä sijoituksissa. Sijoittajia voivat olla yksittäiset ihmiset, organisaatiot tai yritykset. Sosiaalisesti vastuulliset sijoitukset ovat uusi ja innovatiivinen tapa tehdä sosiaalisia ja poliittisia julkilausumia. Samalla ne osoittavat tiettyjen eettisten pelisääntöjen tunkeutumisesta kaikelle talouden kentälle. Sijoitukset ovat lisäksi hyvä esimerkki yksilöllisestä kollektiivisesta toiminnasta, koska sijoitusten kautta kansalaiset voivat ottaa osaa politiikan jokapäiväisen alapolitisoitumisen kautta ilman että heidän täytyy liittyä johonkin organisaatioon. Myös sosiaalisesti vastuullisten sijoitusten ajatuksena on kannustaa niin aktivisteja kuin liikemiehiäkin osallistumaan toimintaan, jolla tuetaan kestävä kehitystä.¹²²

Voimme helposti huomata että poliittinen kuluttajuus nykyään on erilaista mitä historian saatossa. Sitä selittää maailman muuttuminen ja globalisaation vaikutukset. Kulutuksesta on globalisaation myötä tullut globaalia, joten kuluttamiseen liittyvät huolet, kuten esimerkiksi kemikaalien lisääntyminen elintarvikkeissa ovat synnyttäneet uusia huolia. Beckin sanoin voisimme kutsua näitä huolia riskeiksi. Kun poliittisten instituutioiden valta rajoittuu valtioiden rajojen sisäpuolelle, täytyy kansalaisen etsiä uusia väyliä globaalien riskien hallintaan. Kulutusvalinnat nousevat tärkeään asemaan. Moni kehitysmaissa työskentelevä ihminen ei voi valita työpaikkaansa, mutta esimerkiksi Suomessa me voimme tehdä kulutusvalintoja. Meidän ei tarvitse ostaa orjatyövoimalla kasvatettuja tomaatteja, vaan voimme tehdä valinnan myös toisin. Yritykset ovat riippuvaisia meistä kuluttajista ja meidän päätöksistä

Tarkoitus tässä luvussa oli käydä läpi Reilun kaupan kontekstia ja muita eettiseen kuluttajuuteen nojaavia toimia. Kuten on nähtävissä, Reilu kauppa ei käy yksinään taistelua eettisten käytäntöjen puolesta. Vastaavia sertifikaatteja löytyy lukuisia. Reilusta kaupasta kuitenkin tekee erilaisen sen laajuus. Reilu kauppa tunnetaan kahvista ja banaaneista, mutta se levittäytyy laajalle kulutuksen kentälle tuottaen kaikkea vaatteista jalkapalloihin ja banaaneista viineihin. Seuraavat luvut keskittyvät Reilun kaupan järjestelmän ruotimiseen osana poliittisen kuluttajuuden kenttää.

¹²² Micheletti, 2003, 104-105

4. REILU KAUPPA

4.1. Reilun kaupan historiaa

Ensimmäiset Reiluun kauppaan pyrkivät keinot otettiin käyttöön jo 50-luvulla, kun huonoon elintason kyllästyneet kehitysmaiden tuottajat päättivät parantaa omia mahdollisuuksiaan markkinoilla. Monet kehitysmaiden tuottajista kamppailivat jatkuvasti laskevia markkinahintoja ja lukuisia kaupan välikäsiä vastaan. Kehitysmaiden tuottajien ja teollisuusmaiden maailmankauppojen yhteistyöllä pyrittiin tuomaan kehitysmaiden tuotteita sinne missä markkinat ovat, ilman lukuisia välikäsiä ja parantamaan siten tuottajien hyvinvointia ja taloudellista toimeentuloa. Tuottajien ja maailmankauppojen yhteistyö tiivistyi vuosien saatossa ja lukuisissa maissa perustettiin vaihtoehtoisia kauppajärjestöjä (ATO, *Alternative Trade Organisation*), joiden tarkoitus oli toimia linkkinä tuottajien ja maailmankauppojen välillä. Nämä kauppajärjestöt ja maailmankaupat ovat olleet tärkeässä roolissa Reilun kaupan kehittämisessä siihen, mikä se tänään on.¹²³

Virallinen Reilun kaupan merkkijärjestelmä sai alkunsa 1980-luvulla kun hollantilaiset avustustyöntekijät kysyivät meksikolaisilta kahvinviljelijöiltä, mitä he kehitysyhteistyöltä toivovat. Viljelijät halusivat ennemmin ansaita toimeentulon omalla työllään, kuin olla passiivisia kehitysavun vastaanottajia. Tähän aikaan kahvin maailmanmarkkinahinta oli niin alhainen, että se ei riittänyt turvamaan viljelijöiden toimeentuloa.¹²⁴ Vuonna 1988 Alankomaalainen ATO nimeltä Solidaridad lanseerasi ensimmäisen Reilun kaupan tuotemerkin nimeltä Max Havelaar. Tuotemerkin perustamisen taustalla oli ajatus kasvattaa Reilun kaupan myyntiä ilman reiluista periaatteista luopumista. Max Havelaar tuotemerkkinä takasi kuluttajalle, että tuotannossa noudatettiin tiettyjä työ- ja ympäristöstandardeja. Koska Max Havelaar oli toimiva konsepti, monet muutkin ATO:t ottivat käyttöönsä vastaavia tuotemerkkejä, sertifikaatteja ja reilun kaupan kampanjoita.¹²⁵

Vuonna 1997 nämä eri maiden kansalliset ATO:t perustivat kattojärjestön Fairtrade Labelling Organizations International, jota vastedes kutsun lyhenteellä FLO. FLO:n tehtävä on luoda ja kehittää Reilun kaupan standardeja, sekä tukea, tarkastaa ja asettaa sertifikaatteja Reilun

¹²³ About Fair Trade, http://www.fairtrade.net/about_fairtrade.html, luettu 29.1.2007

¹²⁴ Reilun kaupan 5-vuotisraportti, s. 5, <http://www.reilukauppa.fi/?167>

¹²⁵ About Fair Trade, http://www.fairtrade.net/about_fairtrade.html, luettu 29.1.2007

kaupan tuotteille, tuottajille ja jälleenmyyjille. Vuonna 2002 FLO julkaisi oman Reilun kaupan sertifikaattimerkin, jonka tarkoituksena oli lisätä Reilun kaupan tuotteiden näkyvyyttä kauppojen hyllyillä, kehittää reilun kaupan imagoa, helpottaa yli rajojen tapahtuvaa kauppaa ja yksinkertaistaa kaupan menettelytapoja.¹²⁶ Voisimme sanoa että vuonna 2002 Reilusta kaupasta tehtiin brändi. Tänä päivänä suurin osa FLO:n alaisista kansallisista Reilun kaupan järjestöistä käyttävät FLO:n sertifikaattimerkkiä, poikkeuksena Kanadan, Sveitsin ja Yhdysvaltojen Reilun kaupan yhdistykset, joilla on oma tuotemerkkinsä. Kansalliset järjestöt jakavat lisenssejä Reilun kaupan tuotemerkin käyttöön jälleenmyyjille, jotka maksavat siitä lisenssimaksun.¹²⁷

4.2. FLO:n organisaatorakenne

FLO on jäsenpohjainen voittoa tavoittelematon organisaatio, jonka pääkonttori sijaitsee Saksassa. Tämän vuoksi FLO:n toimintaa sääntelee Saksan lainsäädäntö. FLO on sateenvarjojärjestö Reilun kaupan lisenssejä jakaville järjestöille, kuten Max Havelaar ja Fairtrade Foundation. Tällä hetkellä FLO:n alle kuuluu 20 lisenssejä jakavaa järjestöä. Näiden järjestöjen tehtävänä on lisensoinnin ohella edistää Reilun kaupan myyntiä. FLO:n alaisuuteen kuuluvat myös tuottajien verkostot, joihin Reilun kaupan sertifioidut tuottajat voivat liittyä. Verkosto edustaa Reilun kaupan tuottajia, työntekijöitä, sekä muita sertifioituilla tuotantotiloilla ja tehtaissa työskenteleviä. Karkeasti voitaisiin sanoa lisenssejä jakavan järjestön edustavan rikkaita länsimaita ja tuottajien verkoston köyhää etelää.¹²⁸

Vuosittain FLO järjestää yleiskokouksen, jossa kaikki jäsenet kokoontuvat yhteen päättämään jäsenyyteen liittyvistä kysymyksistä, kuten vuosittaisista laskelmista, mahdollisista jäsenyyden myöntämisistä tai erottamisesta ja uuden hallituksen nimittämisestä. Hallitus vastaa FLO:n strategisesta suunnasta ja riskien hallinnasta. Lisäksi hallituksen päätavoite on edistää Reilun kaupan myyntiä ja tunnettavuutta niin kuluttajien kuin tuottajien keskuudessa. Hallituksen tehtävänä on asettaa jäsenet standardi-, finanssi- ja nimityskomiteaan. Hallituksen kokoonpano on ennalta määrätty tiettyjen kiintiöiden osalta. Hallituksessa tulee olla viisi edustajaa lisenssejä jakavista järjestöistä, neljä edustaa tuottajajärjestöistä (ainakin yksi

¹²⁶ About Fair Trade, http://www.fairtrade.net/about_fairtrade.html, luettu 29.1.2007

¹²⁷ Certification Mark (CM), http://www.fairtrade.net/certification_mark.html, 29.1.2007

¹²⁸ <http://www.fairtrade.net/302.html>, luettu 22.10.2007

Latinalaisesta Amerikasta, Afrikasta ja Aasiasta), kaksi edustajaa Reilun kaupan sertifioituista välittäjistä ja kaksi ulkopuolista jäsentä.¹²⁹ (LIITE nro 1)

Reilun kaupan sertifioinnit suorittaa itsenäinen kansainvälinen yritys FLO-Cert GmbH. FLO-Cert GmbH on itsenäinen kansainvälinen yritys, jonka tavoitteena on etelän tuottajien sosiaaloudellinen auttaminen ja toimivan yhteistyön luominen Reilun kaupan järjestön ja tuottajien välille.¹³⁰ FLO-Cert on rekisteröity Saksaan ja sen päämaja sijaitsee Bonnissa. FLO-Cert on taho joka jakaa tuottajille ja tehtaille Reilun kaupan sertifikaatteja. Sen alaisuudessa työskentelee yli 60 itsenäistä tarkkailijaa, jotka säännöllisesti vierailevat tuotantotiloilla ja tuottajien organisaatioissa ja raportoivat sieltä FLO-Certille. Flo-Cert valvoo myös kauppiaita ja vähittäismyyjiä, jotta he myyvät Reilun kaupan tuotemerkin alla vain sertifioitujen tuottajien tuotteita.¹³¹

Pienviljelijät voivat saada Reilun kaupan sertifikaatin, jos he ovat organisoituneet osuuskunniksi tai liitoksi. Näiden organisaatioiden on kyettävä edistämään jäseniensä sosiaalista ja taloudellista hyvinvointia, sekä noudatettava demokratian periaatteita. Näiden organisaatioiden on noudatettava FLO:n määrittelemiä yleisiä Reilun kaupan standardeja. Myös työntekijät voivat liittyä Reilun kaupan piiriin, mutta silloin heidän täytyy olla organisoituneita esimerkiksi liiton kautta. Työntekijät palkanneen yrityksen on oltava valmis ajamaan työntekijöiden hyvinvointia ja maksamaan heille se palkkaa, jonka Reilu kauppa määrittelee riittäväksi.¹³²

4.3. Markkinoiden Robin Hood

Reilun kaupan rooli markkinoilla on hyvin kaksijakoinen. Ensinnäkin Reilu kauppa järjestelmänä on syntynyt nykyisten markkinakäytäntöjen vastustuksesta. Reilun kaupan perusta on työntekijöiden oikeuksissa, jotka eivät läheskään aina toteudu nykyisessä järjestelmässä. Toisaalta Reilun kaupan täytyy toimia markkinoilla ja siten myös markkinoiden ehdoilla.¹³³ Goodmanin mukaan Reilu kauppa pyrkii luomaan niin sanottua vaihtoehtoisen kehityksen moraalitaloutta. Reilu kauppa toimii niin markkinoiden puolesta

¹²⁹ <http://www.fairtrade.net/structure.html>, luettu 22.10.2007

¹³⁰ <http://www.flo-cert.net/flo-cert/main.php?lg=en>, 22.10.2007

¹³¹ Introduction to FLO, <http://www.fairtrade.net/introduction.html>, luettu 22.10.2007

¹³² Generic Fairtrade Standards for Small Farmers' Organisations, 2

¹³³ Watson, 2006, 436

kuin vastaan ja sen tehtävänä on tuoda kehitysmaiden kasvottomat tuottajat pohjoisen kuluttajien tietoisuuteen. Goodman toteaa artikkelissaan, että Reilu kauppa on kuin markkinapohjainen Robin Hood. Se jakaa varallisuutta pohjoisen rikkailta etelän köyhille.¹³⁴

Reilun kaupan järjestelmässä tuottaja on suoraan riippuvainen kuluttajien ostopäätöksistä, mutta kuluttajat yleensä eivät ole riippuvaisia yksittäisestä Reilun kaupan tuottajasta. Reilun kaupan merkitys perustuu ainoastaan kuluttajien vapaaehtoiseen osallistumiseen. Watsonin mukaan Reilu kauppa perustuu perinteiselle vaihtosuhteelle. Vaihtotalouden organisaatiot vaativat hinnan tuottavaa markkinamekanismia. Jotta järjestelmä toimisi, tulee hinnan olla tarpeeksi korkea, jotta sillä houkuteltaisiin tuottajia takaamaan tuotannon jatkuvuus. Mutta hinta ei voi olla liian korkea, jotta kuluttajat eivät lähde etsimään vaihtoehtoisia tuotteita. Reilu kauppa on epäilemättä hallittu markkinoiden hintamekanismin kautta. Ainut asia joka erottaa Reilun kaupan muista markkinoiden toimijoista on se, että Reilu kauppa järjestönä vaatii markkinahinnan olevan määritelty vähintään tietylle minimitasolle, joka on reilu tuottajalle.¹³⁵

Reilulla kaupalla on kuitenkin perinteisestä markkinatoimijasta poikkeavia piirteitä. Se luo koko kaupasta vähemmän kasvotonta, eli järjestelmä paljastaa niitä talouden piirteitä, jota Micheletti kutsuu tuotannon politiikaksi. Kuluttajia pyydetään kiinnittämään huomiota kulutuspäätöksiinsä, jolla on vaikutusta kaukana eläviin kasvottomiin henkilöihin. Yleensä markkinainstituutiot rakentuvat persoonattomille laille kysynnästä, tarjonnasta ja hintamekanismista. Reilun kaupan periaatteet rakentuvatkin vaatimukselle muiden olemassaolon tunnistamista.¹³⁶ Raynoldsin mukaan yksi Reilun kaupan suurimmista vaikutuksista onkin juuri markkinoiden läpinäkyvyyden ja informaation lisääminen.¹³⁷

Nykyinen markkinointi ja mainontakoneisto luovat ihmisille hyödykefetissin. Mainonta tuottaa imagoja ja arvoja kulutettavista tuotteista. Mitä enemmän tuotteita mainostetaan ja tuotteelle luodaan imagoa ja kuluttajalle elämäntapaa, sitä enemmän kuluttajat hankkivat tuotteita ostaen samalla elämäntapaa. Toisin sanoen tuotteista irrotetaan niiden sosiaalinen ja kulttuurinen leimallisuus ja ne tuodaan esille vain kuluttajan perspektiivistä katsoen. Hyödykefetissin mukaan ihmiselle luodaan tarpeita. Watsonin mukaan Reilu kauppa ei

¹³⁴ Goodman, 2004, 892-893

¹³⁵ Watson, 2006, 439

¹³⁶ Watson, 2006, 442

¹³⁷ Raynolds, 2002, 22

varsinaisesti kuulu hyödykefetissin piiriin, mutta ymmärtämällä ostamisesta saatu hyvä mieli kulutettavaksi hyödykkeeksi voimme hyödyntää Polanyin käsitettä myös Reilun kaupan tarkastelussa. Periaatteessa juuri hyödykefetissi on yksi merkittävimmistä syistä Reilun kaupan menestyksen takana. Ostaessaan elintarvikkeen, henkilö ostaa myös hyvän mielen ja tietoisuuden tuotteen vaikutuksista kaukaiseen tuottajaan.¹³⁸

Reilun kaupan järjestelmän idea on opettaa kuluttajia miettimään ostopäätöksiään. Levinin ja Lintonin mukaan Reilun kaupan kampanjoiden tarkoitus on ollut luoda selvästi erottuva brändi, jonka nähdessään kuluttaja tunnistaa tuotteen ja ymmärtää mitä tuotteen reiluus merkitsee. Samalla on pyritty jatkuvasti kasvattamaan Reilun kaupan myyntiä. Yksi hyväksi havaittu keino Reilun kaupan myyntien lisäämiseksi on organisaatioiden, kuten kirkkojen, hallinnon elinten ja jopa yritysten tiedottaminen ja kannustaminen tekemään reiluja valintoja.¹³⁹ Toisaalta brändin vahvistaminen tärkeää myös Reilulle kaupalle, koska sen tulisi erottua muista reiluista tuotteista. Tällä tarkoitan sitä, että Reilun kaupan tulisi pystyä kertomaan kuluttajalle, mikä on Reilun kaupan ja vaikka Chiquitan sammakkosertifikaatin välinen ero. Eli miksi kuluttajan pitäisi maksaa enemmän Reilun kaupan banaanista, kuin oman ympäristösertifikaatin luoneesta Chiquitasta?

Levin ja Linton antavat artikkelissaan monia ehdotuksia, joilla Reilun kaupan järjestelmä voisi kasvattaa myyntejään ja markkinaosuuttaan. Ensinnäkin Reilun kaupan tulisi solmia sopimuksia yritysten ja yhteisöjen kanssa. Monet yritykset ovat ottaneet tavoitteekseen sosiaalisen oikeudenmukaisuuden, joten nämä yritykset voivat olla valmiita ottamaan reilut tuotteet valikoimiinsa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa Reilulla kaupalla on sopimus mm. suuren kahvilaketjun Starbucksin kanssa, joka on ottanut valikoimiinsa myös Reilun kahvin. Tämä on lisännyt yksinään Reilun kaupan kahvin kysyntää Yhdysvalloissa ja taannut tasaisen kysynnän Reilulle kahville.¹⁴⁰ Toisaalta juuri tällaiset sopimukset ovat omiaan nakertamaan Reilun kaupan uskottavuutta oikeasti reiluna vaihtoehtona. Onhan Starbucks vastustanut mm. työntekijöidensä ammattiliittoihin kuulumista vahvasti.

Reilun kaupan järjestelmä on muuttunut huomattavasti viime vuosina verrattuna Reilun kaupan alkuun. Myynnit kasvavat valtavia määriä vuosittain ja tämän kasvun taustalla osittain on

¹³⁸ Watson, 2006, 442-443

¹³⁹ Levin, Linton, 2003, 408

¹⁴⁰ Levin, Linton, 2003, 423-424

sopimusten solmiminen suurten yritysten kanssa. Suuret yritykset pystyvät takaamaan Reilulle kaupalle jatkuvan ja tasaisen kysynnän. Tämän johdosta Reilu kauppa on muuttumassa yhä enemmän valtavirraksi. Toisaalta monet suuret yritykset luovat jatkuvasti omia reiluja brändejään, jotka ovat omiaan vähentämään ja sekoittamaan Reilun kaupan järjestelmän arvoa.¹⁴¹

Jos Reilu kauppa sulautetaan perinteisiin markkinakäytäntöihin, juuri tekemällä sopimuksia suurten ylikansallisten yritysten kanssa, hämmentää se varmasti kuluttajien tietoisuutta siitä, miten Reilu kauppa eroaa muista markkinoilla olevista yrityksistä. Watsonin mielestä on ironista, että nykyinen Reilun kaupan kaupallinen menestys voi johtaa koko järjestelmän loppuun. Eli periaatteessa Reilun kaupan markkinat voisivat olla aina vain marginaaliset.¹⁴² Raynoldsin mukaan Reilun kaupan lisähinta ei ole merkittävin vaikuttaja, vaan Reilun kaupan tarjoaman teknisen avun ja markkinatiedon kasvamisen kautta etelän tuottajat voivat kasvattaa myyntejään. Samalla Reilu kauppa edistää markkinoiden läpinäkyvyyttä.¹⁴³

4.4. Reilun kaupan kritiikkiä

Toki Reiluun kauppaan kohdistuu myös kritiikkiä. Reilun kaupan tiukat standardit ovat joutuneet kritiikin kohteeksi, koska ne eivät anna kaikille etelän tuottajille mahdollisuutta saada Reilun kaupan sertifiointia. Tällöin Reilun kaupan järjestelmän kautta saavutettu muutos ei ulotu niin laajalle, kuin mitä se voisi hieman löyhemmillä standardeilla. Tästä syystä on syntynyt erilaisia 'reilun kaupan' järjestelmiä, jotka pyrkivät reilumpaan kauppaan, mutta ilman liian tiukkoja standardeja.¹⁴⁴ Toisaalta Reilun kaupan koko idea on tiukat standardit tuotannolle, jolloin kuluttaja voi olla varma ostamansa tuotteen alkuperästä. Standardien höllentäminen saattaisi syödä koko Reilun kaupan uskottavuuden.

Kuluttajien puolelta kritiikki koskee Reilun kaupan kuluttajahintoja. Jokaisessa Reilun kaupan tuotteen hinnassa on Reilun kaupan lisä, joka nostaa tuotteen hintaa. Lisäksi minimihinta estää tuotteen markkinahintaa tippumasta liian alhaiselle tasolle. Tämän vuoksi kuluttajahinta jää muita tuotteita korkeammaksi. Köyhimmille kansalaisille ei jää tällöin mahdollisuutta valita

¹⁴¹ Watson, 2006, 449

¹⁴² Watson, 2006, 450

¹⁴³ Raynolds, 2002, 22

¹⁴⁴ Jaffee et. al., 2004, 183

Reilun kaupan tuotetta.¹⁴⁵ Kuluttajien ulkopuolelle jäämisen kautta Reilu kauppa menettää potentiaalisia kuluttajia ja siten markkinaosuuksiaan. Toisaalta Reilu kauppa on yhtä kuin lisähinta ja minimihinta, koko järjestelmä perustuu näihin kahteen mekanismiin. Tämän vuoksi Reilun kaupan tuotteiden hinnan laskemisen kautta koko Reilun kaupan järjestelmä muuttuisi merkityksettömäksi.

Monien kriitikoiden mukaan Reilun kaupan lisähinta ei kohdennu tuottajalle siten, kuin Reilun kaupan standardit lupaavat. Reilun kaupan lisän kohdistumista tuottajille on lisäksi vaikea valvoa ja seurata. Toinen vakava kritiikki koskee Reilun kaupan vaatimatonta markkinaosuutta. Koska reilujen tuotteiden markkinaosuus on jatkuvasta kasvusta huolimatta vaatimaton, ovat myös vaikutukset vähäisiä.¹⁴⁶ Kuluttajien kysyntä on lisäksi jatkuvasti ollut tarjonnan alapuolella, eli Reilu kauppa kärsii suuresta ylitarjonnasta. Tällöin Reilun kaupan todellisia hyötyjä on hyvin vaikea arvioida.¹⁴⁷ Tämä kritiikki herättää kysymyksen siitä, että onko Reilu kauppa syy miksi tuottajien elinolot paranevat, vai kauppa yleensä?

Maailmanpankin raportin mukaan kritiikki Reilua kauppaa kohtaan koskee erityisesti kolmea asiaa. Ensimmäinen kritiikki kohdistuu Reilun kaupan etukäteisrahoitusta kohtaan. Monet suuret vähittäismyyjät eivät tee kauppaa suoraan tuottajien kanssa ja heidän tulisi valtuuttaa ja jäljittää ennakkomaksut läpi heidän hankintaketjujen. Monien vähittäismyyjien kohdalla tämä on juuri kiistanalainen kysymys, koska monet muut tuottajat eivät vaadi etukäteisrahoitusta. Toiseksi, vähittäismyyjät ovat kritisoineet myös Reilun kaupan laatua, joka ei useinkaan korreloi korkeampaa hintaa. Laadun aiheuttamien ongelmien lisäksi Reilua kauppaa on kritisoitu minimihinnan keinotekoisesta asettamisesta. Minimihinta ei monesti vastaa markkinarealiteetteihin ja on siten kestävätkään pitkällä aikavälillä. Kestämättömyys johtuu kriitikkojen mukaan siitä, että se helposti lähettää signaalin tuottajille tuottaa lisää, vaikka markkinoilla on ylitarjontaa.¹⁴⁸

Samalla minimihinnasta kuitenkin nousee koko Reilun kaupan potentiaali. Esimerkiksi kahvin maailmanmarkkinahinnan ollessa matalalla, voi minimihinta olla se pieni ero selviytymisen ja konkurssin välillä.¹⁴⁹ Reilun kaupan minimihinta on vain hyvitys, jota tarvitaan koska

¹⁴⁵ Jaffee et. al., 2004, 183

¹⁴⁶ Hulm Peter, 8.1.2006

¹⁴⁷ Jaffee et. al., 2004, 184

¹⁴⁸ Lewin, Giovannucci, Varangis, 2004, 124

¹⁴⁹ Reynolds, 2002, 18

markkinat eivät tarpeeksi huomioi tuotannon kustannuksia ja riskejä. Kun maailmanmarkkinahinta on minimihinnan yläpuolella, Reilun kaupan lisähinta on vain US\$0,05/pauna korkeampi. On luultavaa, että tuottajat vastaavat kysyntään parantamalla tuotteiden tasoa ja ostajat, joilla on jatkuvasti enemmän valinnanvaraa, jättävät ostamatta huonoa laatua.¹⁵⁰

Raynoldsin tutkimuksessa todetaan, että pitkästä historiastaan huolimatta, Reilun kaupan vaikutuksia ei juuri ole tutkittu.¹⁵¹ Raynoldsin raportti on vuodelta 2002, jonka jälkeen Reilu kauppa on muuttunut huomattavasti. Lewinin et al. raportti kuitenkin tukee tätä väitettä ja on myös kaksi vuotta tuoreempi tutkimus. Raportin mukaan monille jälleenmyyjille ei ole selvää, miten Reilun kaupan tuottajat, tuottajien perhe tai yhteisö hyötyy reilusta kaupasta. Väite on sinänsä yllättävä, koska Reiluun kauppaan kuuluvat jälleenmyyjät ovat yleensä aina suoraan yhteydessä tuottajaan ja siten heillä luulisi olevan suora yhteys myös tietoon Reilun kaupan vaikutuksista.¹⁵²

Raynoldsin mukaan Reilun kaupan hyötyjä on vaikea mitata kahdesta syystä. Ensinnäkin on vaikea mitata suurelle ihmisjoukolle koituvia materiaalisia ja ei-materiaalisia hyötyjä. Ja toisaalta, vaikka Reilun kaupan tuottama hyöty olisi tarkasti dokumentoitu, on vaikea arvioida johtuvatko hyödyt kuitenkaan suoraan Reilusta kaupasta, vai kaupasta yleensä.¹⁵³ Maailmanpankin raportissa kuitenkin todetaan, että jos Reilu kauppa pystyy levittämään tuotteitaan myös marketteihin, voi se kasvattaa myyntiään huomattavasti. Reilulla kaupalla on siis syytä optimismiin. Myynnit ja markkinaosuudet ovat lisääntyneet ympäri maailmaa ja erityisesti Euroopassa. Uudet tuotteet lisäävät tätä osuutta entisestään.¹⁵⁴

Niin Reilun kaupan toimintaan, kuin myös koko poliittisen kuluttajuuden kenttään kohdistuu kritiikki koordinoinnin puutteesta. Reilu kauppa on varsinkin kahvin ja banaanien kohdalla tunnettu brändi, mutta vaara sekoittua muihin sertifikaatteihin on suuri. Lisäksi kiistansovittelumekanismien puuttuessa saattaa syntyä erilaisia kilpailevia standardijärjestelmiä, jotka herättävät sekaannusta ja syövät yksittäisten standardijärjestelmien uskottavuutta. Samalla sekaannus syö kuluttajien valtaa, koska kulutuksen suuntaamisesta

¹⁵⁰ Lewin, Giovannucci, Varangis, 2004, 124

¹⁵¹ Raynolds, 2002, 17

¹⁵² Lewin, Giovannucci, Varangis, 2004, 124

¹⁵³ Raynolds, 2002, 17-18

¹⁵⁴ Lewin, Giovannucci, Varangis, 2004, 124-125

tulee hankalaa.¹⁵⁵ Olen jo edellä esittänyt kertaalleen kysymyksen siitä, mikä erottaa esimerkiksi Chiquitan luonnonsuojelusertifikaatin Reilun kaupan vastaavasta. Vastausta on hyvin hankala löytää ja eroa vaikea määritellä. Tällöin esimerkiksi Reilun kaupan kohdalla oman tuotteen selkeä erottaminen muista tuotteista on hankalaa.

5. METODISTA

5.1. Narratiivisuus ja uusi tapa lukea

Tarinoiden kautta kertojat pyrkivät rakentamaan omaa identiteettiään. Koska identiteetin luominen tapahtuu juuri tarinankerronnan kautta, tulee identiteetistä kollektiivista. Tämä sen vuoksi että tarinat ovat aina kollektiivisen toiminnan tulos. Tarinat eivät synny tyhjiössä, vaan ihmisten kanssakäymisessä ja kaikki tarinat tarvitsevat niin tekijän kuin kuulijan.¹⁵⁶ Identiteetin rakentaminen juuri tarinoiden kautta vaatii itsensä asettamista julkiseen tilaan ja samalla se mahdollistaa kertojan ottaa poliittinen rooli. Identiteetin poliittinen aspekti nojaa ymmärrykseen itsestään sosiaalisesti sijoitettuna. On kuitenkin liioiteltua sanoa, että kertomus kuvaisi identiteettiä jotenkin täydellisesti. Sen sijaan kertomukset ovat yksinkertaistuksia identiteetistä ja yksi kertomus ainoastaan ei kerro mitään tarinan luojaan identiteetistä. Kertomukset ovat kuitenkin hyvä väline identiteetin monipuolisessa ilmaisemisessa. Kertomukset ovat hyvin joustavia, minkä vuoksi ne pystyvät ilmaisemaan identiteetin eri puolia.¹⁵⁷

Hänninen jakaa kertomukset kolmeen muotoon: kerrottuihin, sisäisiin ja elettyihin kertomuksiin. Kerrotut narratiivit ovat symbolinen representaatio, kerrottu tapahtumien ketju. Kerrottu narratiivi kuvaa usein ihmisten elämää. Sisäinen narratiivi on itsellemme kerrottu tarina, joka organisoii kokemuksia ja rakentaa käsitystä itsestämme. Eletty tarina liittyy elämään itseensä. Kerrotut tarinat heijastavat sisäisiä ja elettyjä tarinoita, mutta ei mitenkään läpinäkyvästi. Narratiivinen tutkimus koostuu usein kerrotuista tarinoista. Yhteiskuntatieteissä tarinankerronnan tutkimusta käytetään usein tutkittaessa kulttuuriryhmiä tai organisaatioita. Tällöin tarinat analysoidaan kulttuurin tuotteina.¹⁵⁸ Jokaisella henkilöllä on oma kulttuurinen

¹⁵⁵ Bennet, Lagos, 2007, 202

¹⁵⁶ Whitebrook, 2001, 4

¹⁵⁷ Hyvärinen, 2006, 23-24

¹⁵⁸ Hänninen, 2006, 162-164

tarinoiden varasto, johon tallentuvat kaikki elämän aikana kuullut tarinat. Näistä tarinoista osa on hegemonisemmassa asemassa kuin toiset. Yhteiskunnissa esiintyy lisäksi vastanarratiiveja, jotka antavat äänen vaihtoehtoisille tulkintoille ja haastavat vallitsevia käsityksiä. Kulttuuristen tarinoiden lisäksi jokaisella henkilöllä on omat henkilökohtaiset tarinat, jotka ovat limittäin kulttuuristen tarinoiden kanssa. Lisäksi elämäntilanne vaikuttaa tarinoin. ¹⁵⁹

Tarinan etu muihin tekstityyppeihin, kuten taulukoihin ja listoihin on se, että tarinat pystyvät esittämään tapahtumat ajassa tapahtuvina kehityskulkuina. Näihin kehityskulkuihin vaikuttavat ihmisistä riippumattomat syyt ja pyrkimykset, mutta toisaalta myös jokaisen omat valinnat. Tarinat yhdistävät ihmiset ja ihmisten henkilökohtaiset kokemukset heitä ympäröivään maailmaan, sosiaalisiin tapahtumiin, järjestelmiin ja yhteisöihin. Tarinoiden kautta luodaan kulttuurista ja sosiaalista kontekstia, johon ihmiset kuuluvat. ¹⁶⁰ Vaikka tarinat ovat monesti puutteellisia ja ne pystyvät kuvaamaan kohteitaan vain osittain, siitä huolimatta ne sopivat monimutkaisten ilmiöiden kuvaukseen hyvin. Aaltonen ja Heikkilä kutsuvat ihmistä nimityksellä homo narran. Ihminen on tarinoita kertova eläin, minkä johdosta perinteinen rationaalisuus on liian suppea kuvaamaan tosielämän rationaalisuutta. Tarinat kirjoittavat helpoiten auki globaaleja ongelmia ja ratkaisuita niihin. ¹⁶¹

Nieminen ja Pantti puhuvat mediatekstien genrestä, jotka sääntelevät sitä, millä tavalla merkkejä voidaan yhdistellä tietyn luokan sisällä. Genret voidaan nähdä myös mediatekstien vastaanottoa ja tuotantoa sääntelevinä tulkintakehyksinä, sääntöjen ja odotusten järjestelmänä. Mediatekstit ovat keskenään epätasa-arvoisia ja sen vuoksi niihin suhtaudutaan eri lailla. Esimerkiksi komedia on aina ollut vähemmän arvostettu genre, kuin esimerkiksi draama. Toisaalta uutisointi ja valistus ovat myös arvostetumpia lajeja, kuin esimerkiksi mainonta. ¹⁶² Tarinat ovat yksi mediatekstin muoto ja ne järjestävät maailmaa ymmärrettäviksi kokonaisuudeksi. Tarinoiden ei tarvitse olla fiktiivisiä, vaan myös esimerkiksi uutiset kertovat tarinoita. Yksittäinen kertomus rakentaa aina omalta osaltaan suurempaa tarinaa ja merkitykset syntyvät juuri yhdessä muiden samaa tarinaa rakentavien kertomusten kanssa. Eli yksittäisestä tarinasta saattavat puuttua monet tarinalle ominaiset piirteet kuten juoni, alku,

¹⁵⁹ Hänninen, 2006, 165

¹⁶⁰ Aaltonen, Heikkilä, 2003, 126

¹⁶¹ Aaltola, Heikkilä, 2003, 122

¹⁶² Nieminen, Pantti, 2004, 130-131

keskiosa tai loppu. Mutta kun tarina yhdistetään oikeaan kontekstiin ja osaksi muita kertomuksia, muodostuu niistä ymmärrettävä kokonaisuus.¹⁶³

Kieli tuottaa merkityksen mahdollisuuksia. Tekstin analyysi voidaan ymmärtää tekstin vapauttamiseksi kahleista, sen monimerkityksisyyden saattamiseksi kuuluviin.¹⁶⁴ Merkitys on pikemmin prosessi kuin fakta. Merkitys ei ole tekstissä annettuna, vaan tulkinta tapahtuu sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Tulkinnassa ei löydetä objektiivisesti annettuja, olemassa olevia merkityksiä, vaan tulkinta on sosiaalisesti ja intertekstuaalisesti sijoittunut toimintaan. Kaikkiin elävän tekstin tyyppeihin kuuluu jonkinasteista monimerkityksellisyyttä. Kaikki merkitykset eivät kuitenkaan ole illuusioita, vaan uusia tulkintoja avautuu aina luovassa konfliktissa vanhojen tulkintojen kanssa. Ei ole olemassa yhtä tai lopullista tulkintaa ja jokainen merkitys on avoin ja kontekstisidonnainen.¹⁶⁵

Tarinoiden kertomisessa on tärkeää, että erilaisia tarinoita voidaan kertoa. Tämä mahdollistaa erilaisten näkökantojen huomioon ottamisen. Kertomamme tarinat ja meistä kerrotut tarinat vaihtelevat eri aikakausina ja esimerkiksi eri poliittisissa tilanteissa. Tarinat eivät ole kontekstivapaita, vaan ne ovat linkittyneet historiaan ja kulttuuriin. Ne myös muotoutuvat osana muita tarinoita.¹⁶⁶ Stiglitzin mukaan ongelma nykyisessä vapaan kaupan tilanteessa on se, ettei kaikilla ole ääntä puhua. Kaupalliset intressit ja arvot ovat usein ohittaneet ympäristökysymykset, demokratian, ihmisoikeudet ja oikeudenmukaisuuden. Rikkaiden maiden ääni kuuluu kaupassa köyhien maiden ääntä painavammin.¹⁶⁷

Täytyy aina huomioida, että tarinat eivät vain ole. Tarinat ovat aina tehtyjä, myytyjä ja kulutettuja. Ja yleensä kaikki tämä tapahtuu samanaikaisesti. Czarniawska käyttää vertausta, etteivät tarinat ole kuin sieniä, joita voidaan käydä poimimassa sieltä ja täältä. Jokainen ihminen kuuntelee valikoiden, muistaa vain osittain ja tuottaa tarinat uudelleen siten kuin ne sopivat henkilön omiin tarkoituksiin.¹⁶⁸ Tarinoiden kannalta on tärkeää myös pohtia valintaa, eli mitä kerrotaan ja mitä tarinasta jätetään pois. On hyvä kysyä, onko pois jätetty tieto relevanttia ja onko puuttuva tieto löydettävissä? Valinta on kaikkien tarinoiden peruspiirre ja

¹⁶³ Nieminen, Pantti, 2004, 133

¹⁶⁴ Czarniawska, 2004, 131

¹⁶⁵ Fornäs, 1998, 224-225

¹⁶⁶ Whitebrook, 2001, 40-41

¹⁶⁷ Stiglitz, 2004, 51

¹⁶⁸ Czarniawska, 2001, 45

se luo tarinoihin aukkoja. Nämä puuttuvat palaset ovat erottava tekijä tarinoiden ja faktatekstin välillä.¹⁶⁹

Politiikan kentälle nousee jatkuvasti uusia kysymyksiä siitä, kuka kertoo poliittisen tarinan? Ennen vastaus on ollut selkeämpi kuin nykyään, koska poliittisten toimijoiden määrä on ollut vähäisempi. Nykyään poliittisia toimijoita on lukuisia perinteisen eduskunnan ja puolueiden lisäksi ja näillä uusilla toimijoilla saattaa olla hyvin erilainen tarina kerrottavanaan. Whitebrook esittää kirjassaan kysymyksen siitä, että säilyykö poliittinen kenttä vakaana, jos kaikki kertovat sen tarinaa? Tarinat voivat toimia epäjärjestyksen selittäjinä. Poliittinen järjestelmäkin tarvitsee tarinoita, koska tarinan kielellä se voi kiinnittää kuulijoiden huomion ja samalla tehdä vaikeat termit ymmärrettäviksi.¹⁷⁰ Toisaalta esimerkiksi Beck kirjoitti uusien toimijoiden muokkaavan politiikan kenttää. Tämä ei kuitenkaan johda politiikan epäonnistumisesta, vaan demokratian onnistumisesta. Toimiva demokraattinen järjestelmä takaa sen, että monia tarinoita voidaan kertoa. Useat määrittelijät mahdollisesti heikentävät keskushallinnon monopolia julkisessa keskustelussa ja tekevät ratkaisusta vaikeita. Beckin mukaan tämä kuitenkin kuuluu osaksi uutta politiikkaa.¹⁷¹

Tarinasta voi tulla poliittinen kahdella tavalla. Tarina voi tulla esiin formaalilla politiikan areenalla, kuten puolueissa tai eduskunnassa. Toisaalta tarinan sisältö määrittää pitkälle tarinan poliittisuutta. Jos tarinat puhuvat valtasuhteista, päätöksenteosta, tai muusta poliittiseksi laskettavasta, voidaan tarina määritellä poliittiseksi. Tällöin tarina luodaan perinteisten poliittisten foorumien ulkopuolella. Ongelma tarinan sisällön perusteella poliittiseksi määritellyissä tarinoissa on se, että tämän määritelmän mukaan lähes mikä tarina voi olla poliittinen, varsinkin jos politiikka on laajasti määritelty.¹⁷²

Narratiivisella identiteetillä on vaikutusta poliittiseen ymmärrykseen. Poliittinen identiteetti ymmärretään usein ryhmän kautta ja tätä ryhmän identiteettiä luodaan tarinoiden kautta. Ryhmäidentiteetin luonti johtaa usein stereotypioihin. Identiteetti on aina poliittinen asia, oli henkilö poliittinen aktiivi tai ei. Identiteetti rakentuu aina osana poliittista statusta tai toimintaa. Henkilökohtainen identiteetti liittyy aina suhteessa kulttuuriin, sosiopoliittiseen maailmaan ja historiaan. Niin yksilöt kuin poliittiset järjestelmät luovat tarinoita selittääkseen

¹⁶⁹ Whitebrook, 2001, 72-73

¹⁷⁰ Whitebrook, 2001, 132-134

¹⁷¹ Beck, 1992, 192

¹⁷² Shenhav, 2006, 247

itseään ja luodakseen järjestystä.¹⁷³ Poliittiset tarinat taas tuotetaan poliittisen toiminnan yhteydessä. Poliittiset tarinat eivät välttämättä pysty kuvaamaan koko poliittista totuutta, mutta se ei tarkoita että tarinat olisivat automaattisesti joko oikeassa tai väärässä. Poliitikot ovat vastuussa puheistaan äänestäjille, joten heidän tulee nähdä poliittinen todellisuus samankaltaisena, kuin äänestäjät. Poliittiset tarinat ovat kilpailuasetelmassa keskenään, jolloin herää kysymys näiden eri tarinoiden oikeellisuudesta. Poliittisen tarinan ja sen kontekstin suhteen arviointi on erityisen tärkeää.¹⁷⁴

Narratiivisessa lähestymistavassa selitykset syntyvät yhdistämällä tapahtumia ihmisen tai yhteisön tarinaan. Jos jossain asiassa ei ole järkeä, yleensä se johtuu siitä, että kyseistä asiaa ei vain pystytä yhdistämään mihinkään tuttuun narratiiviseen kontekstiin, joka tekisin asiasta merkityksellisen siinä ympäristössä. Narratiivisuus ei tarkoita rationaalisuudesta tai loogisuudesta luopumista, vaan tapahtuu käsitteellinen muutos. Narratiivinen rationaalisuus peräisin tarinan kertomisen logiikasta. Tämän logiikan tärkein periaate on yhtenäisyys ja uskottavuus. Yhtenäisyys ja retorinen voimakkuus syntyvät kun tarina, sen argumentit ja henkilöt toimivat ennakoitavasti. Myös tarinan sisältämät arvot vaikuttavat tarinan uskottavuuteen, eli arvojen täytyy sopia lukijan/kuulijan omaan arvopohjaan, jotta tarina vaikuttaisi uskottavalta.¹⁷⁵

Narratiivisen identiteetin erityispiirre on siinä, että se siirtää huomion toimijuuden universaaleista määritelmistä enemmän eriytyneihin identiteetteihin. Juuri tämä mahdollistaa ennen marginalisoitujen ryhmien uudenlaisen käsityksen subjektiudesta. Yksilö nähdään rationaalisen valinnan tekijänä. Hyvä kysymys on myös se, että kuka on kykenevä poliittinen toimija? Ennen naiset, köyhät jne. jäivät ulkopuolelle. Narratiivisuus ei sulje ulos, vaan sallii uusien toimijoiden mukaantulon.¹⁷⁶ Narratiivit kuuluvat aina tiettyyn sosiaaliseen kontekstiin ja ne ovat liittyneinä muihin tarinoihin. Jokainen tarina on myös eräänlainen alatarina suuremmissa sosiopoliittisissa kertomuksissa.

Tarinoita voidaan myös lukea ja selittää monella tavalla. Subjektiivinen selitys tulkitsee tekijän motiiveja. Tällaista tulkintaa voidaan käyttää kun voidaan puhua tekijän aikomuksista, kuten mainoksissa tai dokumenteissa. Esimerkkejä tarinoista joissa subjektiivista selittämistä

¹⁷³ Whitebrook,2001,135-140

¹⁷⁴ Shenhav, 2006, 248-249

¹⁷⁵ Aaltonen, Heikkilä, 2003, 147-148

¹⁷⁶ Whitebrook,2001,142

voidaan käyttää, ovat vuosiraportit, kotisivut ja elämäkerrat. Sen sijaan haastatteluissa ja havainnoissa ei subjektiivista selittämistä voida käyttää. Toinen tapa tulkita tarinoita on objektiivinen selitys. Tällöin selittävänä tekijänä ovat luokka, valtasuhteet, sukupuoli ja/tai historiallinen tilanne. Tekstiä lähestytään kysymällä: Mitkä olosuhteet tekivät tekstistä sellaisen? Miten teksti luetaan, tai kuka sen lukee? Miten teksti kertoo sen mitä sillä halutaan sanoa?¹⁷⁷

Merkitykset ovat usein kiistanalaisia, koska ei ole olemassa itsestään selviä merkityksiä. Merkitykset myös muuttuvat ajassa. Merkityksiin liittyy lisäksi aina valtaa. Kulttuurisesti käyviä ideologioita voisi luonnehtia ”terveeksi järjeksi”, sekä yleisesti hyväksytyiksi ja itsestään selviksi käsityksiksi. Tästä esimerkkinä ovat mm. ideaalia perhekäsitystä ja heteroseksuaalisuuden ihannetta ja normaaliutta ylläpitävät mainokset. Eri merkityskartoilla ei ole kulttuurissa samaa painoarvoa, vaan kukin merkityskartta ilmentää sen muovanneen ryhmän asemaa ja näkökulmaa. Kaikilla ei ole pääsyä merkitysten maailmaan, johtuen joko puutteellisista taidoista tai vallasta. Merkityksiin liittyy aina valtaa ja esimerkiksi vähemmistöt harvoin määrittelevät kulttuurin hallitsevia merkityksiä. Merkityskartoilla on taipumusta tulla koko kulttuurin käyviksi tavoiksi luokitella ja järjestää todellisuutta. Tämä ei siis kuitenkaan tarkoita, että se olisi kulttuurin ainut tapa jäsentää todellisuutta. Lehtonen kutsuu kulttuurin hegemonista merkitystä uhkaavia ja haastavia merkityksiä orastaviksi. Orastavilla merkityksillä on potentiaalia vapauttaa vaiennetut äänet ja kulttuurin ulkopuolelle jääneet kokemukset. Merkitysten maailmassa käydään jatkuvaa kamppailua siitä, kuinka todellisuus käsitetään ja mitä siitä voidaan sanoa.¹⁷⁸

Narratologia tutkii useimmiten fiktiivisiä kertomuksia ja tarinankerronnassa tärkeä kysymys yleisesti koskee kerronnan totuudellisuutta. Varsinkin sisäiset narratiivit herättävät kysymyksen psykologisesta totuudesta. Kerrotun ja eletyn tarinan välillä on kompleksisuutta ja ero, koska tarinat suodattuvat subjektiivisen tulkintaprosessin ja sosiokulttuuristen tapojen läpi.¹⁷⁹ Tarinoita ei siis pidä ajatella faktoina. Faktat ovat aina tietyin prosessein rakennettuja ja yleensä tutkijat tietävät miten rakennusprosessi on edennyt. Faktat ovat myös tieteellisen yhteisön kritisoima tuotos. Czarniawskan mukaan tarinat yhteiskuntatieteissä laajentavat käytettävien tekstien määrää. Tarinat myös tuovat uudet kirjoitusgenret, kuten romaanit ja

¹⁷⁷ Czarniawska, 2004, 63-64

¹⁷⁸ Lehtonen, 2000, 23-25

¹⁷⁹ Hänninen, 2006, 164

sarjakuvat mukaan tutkimukseen. Näiden genrejen mukaantulo ja analysointi voi paljastaa institutionaalisia luokitteluita. Czarniawskan mukaan narratiivisuus ei varsinaisesti ole metodi, vaan sen tulisi johtaa inspiroituneempaan tekstien lukemiseen ja kirjoittamiseen.¹⁸⁰

Narratiivisuutta on kritisoitu sen relatiivisuudesta. Narratiivisuus on metodina hyvin relativistinen oletuksiltaan ja ongelma korostuu erityisesti poliittisten tarinoiden tutkimuksessa. Tutkijalla on tietyt perusarvot ja ideologiat, jotka toimivat silmälaseina joiden läpi tarinoita luetaan. Tärkeä huomio koskee myös tarinoiden ja todellisuuden kuvaamisen välistä suhdetta. Tarina on aina tietyn näkökulman tuote, jolloin tarinalla on aina jokin tietty perspektiivi. Tarinaa ei voida myöskään kirjoittaa monesta perspektiivistä yhtä aikaa. Toisaalta tutkijalla on myös omat ideologiset silmälasinsa, joiden läpi tarinoita luetaan ja tulkitaan. Tällöin myös tutkijan oma näkemys maailmasta vaikuttaa tarinoiden tulkintaan. Tarinat eivät tarjoa hyperautenttista versiota toimijan kokemuksista tai itsestä, vaan tarina on yksi sosiaalisen toiminnan muoto. Emme myöskään voi ottaa yhtä tekstiä ja pitää sitä todellisuuden ylimpänä kuvaajana.¹⁸¹ Nykyään yleisen näkemyksen mukaan tarinoiden ei nähdä kuvaavan todellisuutta objektiivisesti. Tiettyjen historiallisten ja poliittisten narratiivien ylläpito voi estää uusia ja haastavia tarinoita syntymästä. Ideologiat ovat usein osa historiallisia tarinoita, joka kyseenalaistaa tarinan kyvyn kuvata poliittista todellisuutta. Tärkeää on ymmärtää tarinan ja poliittisen totuuden välinen suhde, jolle arviointi perustuu.¹⁸²

Arviointi on osa tarinaa, joka paljastaa kertojan asenteen keromusta kohtaan antamalla joillekin tarinan kohdille suhteessa enemmän arvoa kuin toisille. Oleellista on siis kysyä, missä suhteessa kertoja on tarinaan nähden. Tällöin voidaan löytää vastauksia siihen, kuinka tarina on muotoutunut vuoropuhelussa oman identiteetin muotoutumisen kanssa.¹⁸³ Tekstin merkitys ei ole sama kuin sisältö. Tekstin konteksti ja lukijan oma kokemusmaailma värittävät merkkien tulkitsemissa. Kieli tuottaa merkitysten mahdollisuuksia, joista lukija muodostaa oman kontekstinsa kautta varsinaisia merkityksiä. Paikka kielijärjestelmässä voidaan osoittaa tutkimalla merkkien yhtäläisyyksiä muihin merkkeihin nähden. Tekstin analysointi on tekstin purkamista ja katsomista, mistä kielellinen rakenne koostuu.¹⁸⁴

¹⁸⁰ Czarniawska, 2004, 134-136

¹⁸¹ Shenhav, 2006, 246-248, Atkinson, 2006, 386

¹⁸² Shenhav, 2006, 254

¹⁸³ Gwyn, 2006, 390-391

¹⁸⁴ Lehtonen, 2000, 131

5.2. Kuva-analyysistä

Kun puhutaan visuaalisesta lukutaidosta, kuva tai mediaesitys ajatellaan usein kielen kaltaiseksi. Lukemisen taitoa tarvitaan sen ymmärtämiseen, miten teksti tuottaa merkityksiä. Myös visuaalinen teksti järjestyy näin ymmärrettynä jonkin säännön tai koodin varassa. Koodit ovat sopimuksenvaraisia ja perustuvat käyttäjien yhteiseen kulttuuritaustaan.¹⁸⁵ Seppänen kirjassaan puhuu visuaalisista järjestyksistä. Visuaaliset järjestykset kytkeytyvät monin tavoin arvoihin, asenteisiin ja normeihin. Valokuvaan liittyy paljon kulttuurisia merkityksiä, joita ihmiset tulkitsevat eri tavalla. Kuvia kuitenkin pidetään totuudenmukaisempina, kuin esimerkiksi piirrosta. Kuvien kuvitellaan kertovan totuuden. Toisaalta nykyinen digitaalitekniikka ja kuvien muokkaamisen helppous ovat alkaneet murentaa tätä kuvaa. Visuaalinen järjestys voi liittyä esimerkiksi siihen, miten sukupuolta, etnisiä vähemmistöjä tai vieraita maita esitetään.¹⁸⁶ Esimerkiksi mainokset ja julisteet esittävät usein leikkiviä lapsia, joiden tarkoituksena on antaa ns. visuaalinen opetus siitä, miltä ideaali perhe näyttää. Varsinkin mainoskuvat yleensä ruokkivat kansallisia stereotyyppioita. Harvoin ruokamainosten romanttisella illallisella ovat esimerkiksi kaksi miestä. Kuvat tulkitsevat vallalla olevia identiteetin ja erilaisuuden järjestyksiä.¹⁸⁷

Yksi merkittävimmistä tekijöistä nykyisen massakulutuksen taustalla on valokuvauksen kehittyminen. Valokuvauksen yleistymisen ja ostopaikkojen synty 1800-luvun lopulla synnytti Euroopassa kulutuskulttuurin.¹⁸⁸ Valokuvaa on kutsuttu muistin peiliksi, koska sen kautta pystyi näkemään suoraan menneeseen. Valokuvan avulla ympäristö on pystytty kuvaamaan suoraan, vaikkakin nykyinen kuvankäsittelytekniikka on lisännyt kuvien manipuloinnin mahdollisuutta.¹⁸⁹

Kuvia täytyy tarkastella aina osana muuta kuvallisuutta, kuviin liittyviä teknologioita ja yhteiskunnassa vallitsevia katsomisen tapoja. Kuvan konteksti on vähintään yhtä tärkeä kuin kuvan näkeminen todellisuuden esityksenä.¹⁹⁰ Kuvallisuus ja kielellisyys eivät ole joko-tai, vaan sekä-että. Monesti sanotaan, että kuvan visuaalisuutta ei voi sanallisesti tavoittaa. Sen

¹⁸⁵ Kupiainen, 2007, 39-40

¹⁸⁶ Seppänen, 2001, 33-34

¹⁸⁷ Förnäs et al., 2007, 85-86

¹⁸⁸ Förnäs et al., 2007, 27

¹⁸⁹ Ewen, 1988, 24

¹⁹⁰ Seppänen, 2005, 18

sijaan kuvan oheen liitetty teksti muokkaa meidän katsomistamme. Tekstin yhteydessä oleva kuva kertoo meille ihan oman tarinansa verrattuna siihen, että me irrotamme kuvan sen tekstuaalisesta kontekstista.¹⁹¹

Seppänen puhuu kuvien representaatiosta tarkoittaen merkityksen tuottamista mielessämme olevien käsitteiden avulla. Representaatiot eivät ole vain henkilökohtaisia, vaan niiden tulkinta on kulttuurisidonnaista. Representaatiot ovat toiminnallisia, eli joku tuottaa ne. Representaatiot myös käytetään ja kulutetaan, jolloin se samalla liittyy tulkinnalliseen prosessiin. Mentaalinen representaatio tarkoittaa sitä, että havainnon kohteet vastaavat mielikuviamme. Mentaalisen representaation avulla erottelemme asiat toisistaan. Sosiaalisen yhteiselon ehto on se, että ihmiset tulkitsevat asioita suunnilleen samalla tavalla

Kuvallisuuden laajeneminen aiheutti massamittaisen tavarantuotannon, kulutuksen ja modernin julkisuuden kehittymisen. Kuvallinen mainonta, tuotteiden pakkaukset ja tuotteen itsensä esteettisyys ovat nousseet tärkeään asemaan. Teksti usein kulkee kuvan seuralaisena. Kuvateksti on keino ankkuroida kuvan merkitys paikoilleen.¹⁹² Nykyinen yhteiskunta on hyvin kuvallinen ja me elämme jatkuvassa kuvien virrassa. Kuvat eivät koskaan toimi eristyksissä, vaan ne sitoutuvat tiiviisti yhteiskunnan arvoihin ja identiteetteihin. Kuvat tuottavat eräänlaista yhteiskunnallista totuutta. Kuvat liittyvät tiiviisti monimutkaisiin median ja aistien kokemuksiin.¹⁹³

Jos tarinoiden kohdalla oli tärkeä miettiä mitä tarinan kertoja jättää kertomatta, kuvan kohdalla tärkeä kysymys on, mitä kuvasta on jätetty pois? Mitä kuvassa ei ole? Näkymättömyys on sulkemista ulos visuaalisen järjestyksen piiristä. Tämä näkyy mm. siinä, että lehdissä on harvoin kuvia yhteiskunnallisista marginaaleista, kuten vammaisista tai etnisistä vähemmistöistä. Varsinkin mainonnan kautta, mutta myös perinteisen lehtikuvan kautta rakennetaan normaalin ja tavoiteltavan ihmisyyden normia, sekä sitä ylläpitävää visuaalista järjestystä.¹⁹⁴

Kuvat ovat täynnä merkkejä ja merkityksiä. Semiotiikka on tiede, joka tutkii merkkejä merkityksen muotoutumisen kannalta. Seuraavaksi käyn läpi muutamia tärkeitä kuva-

¹⁹¹ Seppänen, 2005, 77

¹⁹² Seppänen, 2001, 38-39

¹⁹³ Förnäs et al., 2007, 82

¹⁹⁴ Seppänen, 2001, 42

analyysin käsitteitä. Kuvan indeksisyys kertoo siitä, että kuvalla on suora ja todellinen kytkös kohteeseensa. Kuvan ja kohteen välillä on kausaalinen yhteys. Seppänen antaa esimerkiksi hangelle jääneet jäniksen jäljet. Valokuvien indeksisyys johtaa helposti juuri ajatukseen, että valokuvat olisivat vankka todiste todellisuudesta. Valokuvan ikonisuus taas kertoo siitä, että kuvan ja sen esittämän kohteen välillä ei ole kausaalista yhteyttä. Valokuva vain muistuttaa kuvauksen kohdetta.¹⁹⁵ Toinen tärkeä käsitepari on denotaatio ja konnotaatio. Käsitteet ovat alun perin Roland Barthesin muotoilemia. Denotaatio tarkoittaa valokuvien ilmeisiä merkityksiä, kuten esimerkiksi valokuvassa oleva jänis yleensä tunnustetaan jänikseksi. Denotaatio viittaa merkin yleisimmin hyväksytyyn ja siten selvään merkitykseen. Konnotaatio taas on niin sanottua merkitysten ylijäämää, eli esimerkiksi kuvan jänis ei ole pelkkä jänis, vaan jänikseen liitetään asioita kuten hellyys, pehmeys jne.. Konnotaatio kuvaa vuorovaikutusta, joka syntyy kun merkki kohtaa käyttäjiensä tuntemukset ja kulttuuriset arvot.¹⁹⁶

Myytti toimii keinona, jolla kulttuuri selittää ja ymmärtää luonnon tai todellisuuden joitain puolia. Myyttien kautta selittyvät mm. naisten ja miesten roolit. Myytin vahvin piirre on sen itsestäänselvyys, jonka vuoksi myytti yleensä on läpinäkyvä. Myytit ovat yksi visuaalisen järjestyksen olennainen toimintamekanismi. Etenkin mainosmaailma käyttää hyväkseen myyttejä ja ne myös ylläpitävät joitain yhteiskunnallisia myyttejä.¹⁹⁷ Monissa mainoksissa esiintyvät onnelliset perheet ruoan äärellä ja äiti laittamassa ruokaa keittiössä. Tällaiset mainokset tukevat ajatusta myytistä, joissa ydinperheeseen kuuluu äiti, isä ja lapset, sen sijaan että perheessä olisi esimerkiksi kaksi äitiä tai kaksi isää.

Keskeinen käsitepari on myös metafora ja metonymia. Metaforan synonyymi on kielikuva ja se kuvaa keinoa ymmärtää ja kokea jokin asia toisen asian avulla. Kun kuvallista metaforaa tulkitaan, on kuvan kontekstilla ratkaiseva merkitys. Jos metaforassa merkitykset siirtyvät tasolta toiselle, metonymiassa ne pysyvät samalla tasolla. Esimerkiksi kuvaa rajaamalla voidaan ohjata sen merkityksiä. Valokuva leikkaa siivun laajemmasta kokonaisuudesta, jolloin tuo siivu edustaa tätä kokonaisuutta. Valokuvan metonymisyyden ymmärtäminen on keskeinen kuvanlukutaidon elementti.¹⁹⁸

¹⁹⁵ Seppänen, 2001, 178-179

¹⁹⁶ Seppänen, 2001, 182-183

¹⁹⁷ Seppänen, 2001, 183

¹⁹⁸ Seppänen, 2001, 187-191

Hyvä kuva, kuvitus ja sarjakuva kiteyttävät ja kirkastavat tarinan ja sen ydinviestin. Tätä on osattu hyödyntää eritoten mainonnassa. Yritystunnukset ja logot ovat hyviä esimerkkejä yritysten pyrkimyksestä visualisoida brändi ja tuottaa tietty mielikuva yrityksestä. Kuvat ovat voimakkaista viestejä myös yksinään, mutta parhaiten ne toimivat yhteistyössä tarinan ja kirjoitetun tekstin kanssa. Tällöin kuva tukee tarinaa ja ohjaa lukijan ajattelua haluttuun suuntaan.¹⁹⁹ Nykyään on nähtävissä mainonnan ja piilomainonnan lisääntyminen. Monesti aineistot ja mainokset sekoittuvat. Nykypäivän mediakulttuurille on tyypillistä, että monet mediatekstit lanseerataan mediatapahtuman saattelemana.²⁰⁰

Seppä jakaa kulttuurin kuvallisuudesta käydyn keskustelun kahteen, ilmiön puolesta puhuviin (kuvainrakastajiin) ja sen vastustajiin (kuivainraastajat). Kuvainrakastajista esimerkkinä ovat tutkijat jotka uskovat visuaalisten representaatioiden voimaan, sekä kuvien yhteiskunnallisiin vaikutusmahdollisuuksiin. Kuvainrakastajien mukaan

”kuvat voivat toimia ainakin potentiaalisen vastarinnan, uppiniskaisuuden sekä kumouksellisesti oudon ja nautinnollisen pakkoina ja luoda näin uudenlaista kokemuksellista ja toiminnallista tilaa vaihtoehtoiselle ajattelulle ja toiminnalle”²⁰¹.

Kuvainraastajat pyrkivät osoittamaan näkemiseen ja kuviin liittyviä vakavia tietoteoreettisia, moraalisia ja yhteiskunnallisia ongelmia, minkä vuoksi niihin tulisi suhtautua epäillen. Kuvainraastajat liittävät nykyisen kuvallisuuden laajamittaiseen massatuotantoon ja tavarafetismiin, jolloin visuaalisten esitysten ensisijainen tehtävä on edistää kapitalistista 'hypnoosia', eli kritiikitöntä katsomista ja massakulutusta.²⁰²

Narratiivisuutta metodina kritisoitiin sen relatiivisuudesta ja mielestäni sama kritiikki sopii täysin myös kuva-analyysin kriittiseen arviointiin. Kuva-analyysi rakentuu vahvasti tulkitsijan omille näkemyksille ja identiteetille. Tulkitsijan tausta antaa silmälasit, joiden läpi katsoa kuvia. Nämä silmälasit ovat hyvin kulttuurin ja henkilökohtaisen identiteetin värittämiä. Tällä visuaalisuuden ja speaktaakkeliä aikakaudella emme tiedä paljoakaan siitä, mitä kuvat ovat. Miten ne suhteutuvat esimerkiksi kieleen, analyyttiseen älyyn ja ruumiin aistimellisen sensoriseen muistiin, millainen vaikutus niillä on maailmaan ja yksittäisiin katsojiin, miten niiden historia tulisi tulkita ja ymmärtää? Suurin osa nykyisistä medioista on myös kaikkea

¹⁹⁹ Aaltonen, Heikkilä, 2003, 156-157

²⁰⁰ Nieminen, Pantti, 2004, 134-135

²⁰¹ Seppä, 2007, 22

²⁰² Seppä, 2007, 22-24

muuta kuin puhtaasti visuaalisia. Kuvallinen informaatio sekoittuu niissä monitasoiseen verbaaliseen, oraaliseen, auditiiviseen ja aistimellis-sensoriseen informaatioon. Kuva on siis osa monimuotoista kulttuurista vaikutuskenttää, joilla ”*visuaalisuus ja kuvallisuus nivoutuvat erottamattomasti yhteiskunnallisiin instituutioihin, esityskoneistoihin, diskursseihin ja ruumiisiin.*”²⁰³

5.3. Reilu kauppa kuvina ja tarinoina

Tarinat kirjoittavat auki kysymyksiä, jotka ovat luonteeltaan perinteisesti monimutkaisia. Reilun kaupan vuosiraporttien pääasiallinen sisältö koostuu kertomuksista. Kertomuksia on niin tuottajien, Reilun kaupan työntekijöiden kuin kuluttajien näkökulmista. Aineiston analyysissä pyrin lukemaan auki kertomuksia ja kysymään, millä tavoin ne kirjoittavat auki globaalia kauppaa, politiikan tilaa ja kuluttajan roolia kaupassa. Kuvallisuus on tärkeä osa raportteja ja siten myös analyysiä. Graduni aineisto koostuu Reilun kaupan kattojärjestön FLO:n vuosiraporteista vuosilta 2003-2006.

Vuosiraportit ovat hyvin kuvitteellisia ja niiden viesti kerrotaan lähes yksinomaan tarinoiden muodossa. Aaltosen ja Heikkilän mukaan tässä ajassa on jotain sellaista, joka pakottaa ihmiset etsimään ratkaisuita juuri tarinoista. Ihmiset elävät valtavassa informaatiotulvassa, joten tarinoiden kautta kyetään välittämään nopeasti ja helposti tietoa. Tarinat ovat helppoja ymmärtää ja ne välittävät monimutkaisia ideoita yksinkertaisessa ja hyvin muistettavassa muodossa.²⁰⁴ Monille yrityksille tyylistä on tullut oleellinen osa julkaistavaa materiaalia ja vuosiraportteja. Vuosiraporteista on tullut suunnittelijoiden luoma fantasia faktojen ja erilaisten taulukoiden välillä. Ei ole olemassa rajaa visuaalisille metaforille joilla pyritään kuvaamaan yrityksen luonnetta. Vuosiraporttien ensimmäiset sivut voivat olla visuaalista propagandaa puhtaimmassa muodossa. Todellisuus on se, jonka yritys haluaa näyttää ja numeroin ilmoitetut faktat ovat usein sijoitettu viimeisille sivulle taulukoihin.²⁰⁵

Reilun kaupan raportit voidaan määritelmällisesti laittaa kahteen eri genreen. Raportit ovat valistusta ja tiedotusta, mutta samalla ne kuuluvat myös mainonnan genreen. Raporttien ensisijainen funktio on tuottaa tietoa globaaleista ongelmista, Reilun kaupan järjestelmästä ja

²⁰³ Seppä, 2007, 34

²⁰⁴ Aaltonen, Heikkilä, 2003, 15-17

²⁰⁵ Ewen, 1988, 259-260

sitä kautta lisätä Reilun kaupan tuotteiden myyntiä. Kaikki vuosiraportit ovat sisällöltään samankaltaisia. Niissä käydään läpi poikkeuksetta FLO:n organisaatio, myyntiprosentit ja esitellään uusimmat Reilun kaupan tuotteet. Loput raporteista koostuvat kertomuksista, joissa kuvataan tuottajien arkea ja elämää. Palosen mukaan konteksti ei suinkaan määritä puheaktia, mutta se muodostaa toiminnalle taustan ja kehikon. Puheakti on siis aina erityisellä tavalla suuntautunut, se vastaa toimijan merkittäviksi tulkitsemiin kysymyksiin ja sen pointti on sitä merkittävämpi, mitä profiloitumpi tai provokatiivisempi puheakti on.²⁰⁶ Reilun kaupan kontekstina tulee pitää mielessä se, että Reilun kaupan raportit ovat mainontaa ja koko järjestelmän taustalla on ajatus myynnin lisäämisestä.

Mainosten semioottinen analyysi olettaa että mainosten merkitykset on suunniteltu muuttamaan meidän käsitystä todellisuudesta. Mainokset pyrkivät saamaan meidät näkemään itsemme, tuotteet tai palvelut, samoin kuin sosiaalisen elämämme eräänlaisena myyttisenä merkityksenä. Monet nykypäivän mainokset eivät itse asiassa pyydä meitä suoraan ostamaan tuotetta, vaan ne pyrkivät vahvistamaan jotain tiettyä ideologiaa tai näkemystä. Ongelmia mainosten tulkinnassa aiheuttaa merkitysten epämääräisyys. Toisaalta jokaisella ihmisellä on myös oma tulkintansa mainosten merkityksistä, jolloin eri ihmisiltä kysyttäessä mainosten merkityksistä, saadaan todennäköisesti hyvin erilaisia vastauksia.²⁰⁷

Czarniawskan mukaan loppupainotteisuus on tyypillinen piirre talouden kertomuksille. Ensimmäinen vaihe on tasapainotila, jonka jälkeen tulee muutos. Muutoksesta tarinat kehittyvät uuteen tasapainotilaan. Esimerkkinä annetaan: ”*Poland was poor, then it adopted capitalism, then as a result it became rich.*” Esimerkki kuvaa hyvin Reilun kaupan kertomusten rakennetta, jossa muutos liittyy juuri Reilun kaupan olemassaoloon ja toimintaan. Tarinoissa kuvataan aluksi surkea tilanne, johon liittyy kuvauksia köyhyydestä ja kuolemasta. Tämän jälkeen tarinoihin tulee mukaan Reilu kauppa ja tarinoiden lopuksi kuvataan hyvää ja vakaata elämää.

“In many villages in Chiapas, you’ll hardly see any younger men anymore. They’ve wandered off to the big cities and to the U.S., looking for work and income, because in their villages, neither farming nor anything else allows them to earn a living and feed their families any longer. The result, in terms of broken families, orphaned and disrupted communities, and disintegration of communal life, is dramatic. But in the villages of Majomut’s cooperative, the men have not left. Fairtrade has allowed them to

²⁰⁶ Palonen, 1996, 132

²⁰⁷ Bignell, 2002, 30-32

*stay, to provide their families with what is needed, to contribute to communities prospering.*²⁰⁸”

Yllä oleva tarina yhdessä muiden vastaavien kertomusten kanssa pyrkii määrittelemään vapaan kaupan vaikutuksia köyhissä maissa. Yksittäisen tuottajan elinkeinon loppuminen ei ole menetys vain tuottajalle, vaan myös muille alueen asukkaille ja koko yhteisölle. Aaltonen ja Heikkilä kirjoittivat tarinoiden kyvystä kuvata vaikeita ongelmia konkreettisesti.²⁰⁹ Tällainen tarina kertoo globaalin vapaakaupan vaikutuksista köyhiin maihin ja se konkretisoi esimerkiksi Stiglitzin esittämää kritiikkiä. Usein kertomusten viereen on sijoitettu suuri kuva tarinaan liittyen, yleensä Reilun kaupan tuottajasta leveä hymy kasvoillaan. Reilun kaupan tarkoitus on siirtää mielikuva tuottajasta kuluttajan mieleen, jolla perustellaan kuluttajalle tuotteiden korkeampi hinta. Kaikki Reiluun kauppaan liittyvä materiaali on hyvin kuvitettua ja tieto tarjotaan kertomusten muodossa. Tarinat ja kuvat ovat globaalin kulutuksen anonymiteetin purkajia ja samalla ne antavat kasvot kansainväliselle kaupalle. Watsonin mukaan Reilu kauppa tulee markkinoille kahdella tavalla. Ensinnäkin tuote fyysisesti tuotetaan markkinoille, mutta toiseksi tuotteelle luodaan semioottinen/diskursiivinen merkitys.²¹⁰

Reilun kaupan raportit pyrkivät kirjoittamaan auki yhdenlaista kertomusta globaalista taloudesta. Tarinoissa on olemassa selkeä köyhyyden aiheuttaja ja ratkaisu köyhyyden poistamiseen. Tarinoiden kautta vakavia ja monimutkaisia ongelmia voidaan käsitellä helpommalla tavalla. Toisaalta tarinat antavat välillä liian helppoja vastauksia ongelmiin, jos tarinoita peilataan Reiluun kauppaan kohdistuvaan kritiikkiin.

6. KULUTTAJUUS REILUN KAUPAN NARRATIIVEISSA

6.1. Muutos ja 'empowerment'

Reilun kaupan vuosiraporttien kertomukset liittyvät lähes poikkeuksetta muutokseen. Muutostarinoita on raporteissa useanlaisia. Osan tarinoista voidaan määritellä olevan ns.

²⁰⁸ Building Trust, Annual Report 2005/06

²⁰⁹ Aaltola, Heikkilä, 2003, 122

²¹⁰ Watson, 2007, 272-273

negatiivisia, joissa muutosta ei synny vaikka muutokselle olisi selvä tarve ja yleisesti hyväksytty ajatus muutoksen tarpeellisuudesta. Tällaisissa negatiivisissa muutostarinoissa pyritään myös lähes aina määrittelemään muutoksen este.

“..despite all the rhetoric about globalisation yielding prosperity for all, the hard truth is that the world’s rich set the terms of trade that deny the poorest a fair chance to sell their products and earn a decent living.”²¹¹

Tarinoista nousevan viestin mukaan muutoksen toteutumattomuus johtuu länsimaiden harjoittamasta politiikasta ja siitä että kehitysmailla ei edes annetta mahdollisuutta kehittyä. Globaalissa kaupassa ongelmia ei aiheuta kauppa itse, vaan länsimaiden harjoittama oman talouden suojeleminen. Maailmanpankin julkaisemassa kehitysraportissa vuodelta 2000/2001 yksi köyhyyden määritelmä on vallan puute. Vaikka Maailmanpankki tavoitteissaan liittyykin vallan puutteen valtion vastuullisuuteen liittyväksi toiminnaksi, kyse on myös ihmisten mahdollisuuksista säädellä oman elämänsä ehtoja muuttuvissa olosuhteissa. Tällöin omasta elämästä vastuun kantamisesta tulee yksi vallan muoto.²¹² Reilun kaupan raportit pyrkivät myös kuvaamaan tilannetta, jossa kehittyneet maat eivät anna kehitysmailla mahdollisuutta kehittyä ja rakentaa taloutta. Syyttävä sormi osoittaa erityisesti maataloustukiin.

Vuosiraporteissa esiintyviä toisenlaisia muutostarinoita voitaisiin nimittää positiivisiksi muutostarinoiksi.

“Most importantly, the Fairtrade money gave Kagera’s farmers more incentive to debate future plans. Thousands of poor farmers came away confident that with the effort of all it is possible to avoid that the situation many of them had to face, living with less than one dollar per day, will never happen to their children.”²¹³

Positiivisissa muutostarinoissa muutos liittyy juuri vallan kasvuun ja tunteeseen hallita omaa elämää ja päättää omista asioista, sekä positiiviseen kehitykseen yleensä. Positiivisissa muutostarinoissa muutos liittyy tiiviisti Reiluun kauppaan, joka on lähes poikkeuksetta positiivisen muutoksen aikaansaaja. Reilu kauppa pyrkii kertomuksillaan tuomaan esiin poliittisen kuluttajuuden positiivisia vaikutuksia, jotka liittyvät erityisesti Reiluihin tuotteisiin. Kuten edellisessä luvussa mainitsin, Reilun kaupan raporttien kontekstina tulee pitää mielessä niiden mainonnallinen puoli. Positiiviset muutostarinat toimivat vahvoina perusteluina Reilun kaupan tuotteiden kulutukselle.

²¹¹ Annual Report, Shopping for a Better World 2003/04

²¹² Saari, 2004, 287-288

²¹³ Annual Report, Delivering Opportunities 2004/05

Samalla kysymys on myös vallasta ja voimaantumisesta (*empowerment*). Tarinoilla kuvataan Reilun kaupan lisän tuomia mahdollisuuksia suunnitella tulevaa ja minimihinnan tuomaa varmuutta ja vakautta. Maailmanpankin kehitysraportin toinen kohta korostaa vakauden rinnakkaisuutta tai ensisijaisuutta suhteessa tuloihin. Raportin mukaan vähentämällä köyhien haavoittuvuutta kohdatessaan sairauksia, taloudellisia shokkeja ja poliittisten konfliktien aiheuttamaa turvattomuutta, samalla lisätään kehitysmaissa asuvien ihmisten valtaa.²¹⁴ Reilu kauppa kuvaa omaa toimintaansa kehitysmaiden tuottajien vallan lisääjänä.

“In the past decades, ‘development’ has become a matter of study, debate and policy, of dependence, charity and aid, but as soon as you can produce something, it’s often quite simple, even if you’re very poor and struggling to survive. The trick is to start seeing yourself as a businessman, and to learn and get what you need to make your business a success. It’s the fastest way to development - without even having to use the tainted term.”²¹⁵

Reilu kauppa pyrkii trade not aid-periaatteen kautta lisäämään tuottajien valtaa ja tuottajien valtaistuminen nähdään avaintekijänä kehityksessä. Tarinoissa vallan lisääntymistä kuvataan sanoilla kuten ylpeys, itsetunto ja riippumattomuus. Vallan puutetta kuvataan tarinoilla, joissa tuottajat kertovat etteivät haluaisi olla kehitysavun passiivisia vastaanottajia, vaan ansaita oman elantonsa ja ottaa siten vastuuta omasta elämästään. Kehitysapu nähdään yhtenä vallan muotona, koska globaalien etelän köyhät maat ovat kehitysavun kautta riippuvaisia rikkaista maista.

Kertomusten kautta Reilu kauppa tulee siis tehneeksi vallan muotoja näkyviksi. Esimerkiksi eurooppalaiselle kuluttajalle tutut maataloustuet koetaan Reilun kaupan tarinoissa yhdeksi suurimmista globaalien kaupan epätasa-arvoisia rakenteita ylläpitäväksi järjestelmäksi. Länsimaissa käyty keskustelu ei kuitenkaan näe maataloustukia kuin lähinnä Euroopan Unioniin ja kansalliseen tuotantoon liittyvänä kysymyksenä. Samoin Suomessa poliitikot puhuvat maataloustuista lähinnä suomalaisen tuotannon jatkumisen ja suomalaisen kuluttajan lähtökohdista. Kuitenkin Euroopassa ja Yhdysvalloissa ylläpidetyillä maataloustuilla on ratkaiseva vaikutus myös kehitysmaihin maailmanmarkkinahintojen kautta. Reilu kauppa tuo tällaisten järjestelmien laajakantoisia vaikutuksia näkyviksi ja samalla paljastaa niihin liittyviä vallan rakenteita.

²¹⁴ Saari, 2004, 287

²¹⁵ Annual Report, Building Trust 2005/06

Reilu kauppa pyrkii lisäämään tuottajien valtaa ja tuottajat saavat lisää valtaa osallistumalla esimerkiksi FLO:n päätöksentekoon. Reilun kaupan järjestelmään voivat liittyä vain pienviljelijöiden muodostamat osuuskunnat ja tehtaiden työntekijöiden yhteenliittymät. Näiden kautta Reilu kauppa antaa itse tuottajille valtaa päättää oman alueensa asioista. Henkilökohtaisen talouden parantuminen liittyy taas vahvasti oman elämän ohjattavuuteen ja siten henkilökohtaisen vallan lisääntymiseen. Vuosiraportit kuvaavat vallan puutetta negatiivisten muutostarinoiden kautta ja näkevät köyhyyden siten johtuvaksi globaalin pohjoisen omien etujen ajamisesta. Reilu kauppa on muutoksen tekijä kertomuksissa. Kuitenkin raporteissa todetaan kuluttajan roolista seuraavaa:

“... I must salute the driving force behind it (fairtrade movement): consumers who care. Consumers who want the world’s disadvantaged producers to have a chance to realize their dreams of a decent living by purchasing Fairtrade products. These consumers are the real reason behind the more than 40% growth of Fairtrade labelled products in 2003 – compared to +21% in 2002.”²¹⁶

Kuluttaja nähdään raporteissa aktiiviseksi ja tiedostavaksi toimijaksi, sekä koko Reilun kaupan järjestelmää ylläpitäväksi toimijaksi. Kuluttaja on *todellinen* syy Reilun kaupan järjestelmän takana. Reilu kauppa pyrkii lisäämään kehitysmaiden tuottajien valtaa, mutta samalla riippuvuussuhde rikkaiden länsimaiden kuluttajiin säilyy. Tällöin myös valtasuhde pohjoisen ja etelän välillä säilyy muuttumattomana. Tuottajan menestys riippuu siis täysin länsimaisesta kuluttajasta. Reilun kaupan raportit pyrkivät piirtämään kuvaa haluttomista poliitikoista, joilla ei ole halua tai kykyä muuttaa vallitsevia epäoikeudenmukaisia käytäntöjä. Kertomuksissa valtasuhteissa tapahtuu muutos länsimaissa poliitikoilta kuluttajille. Tällöin Reilun kaupan kautta tapahtuva ’empowerment’ koskee länsimaista kuluttajaa ja siten Reilu kauppa lisää länsimaisen kuluttajakansalaisen valtaa. Globaalin etelän tuottaja on edelleen riippuvainen länsimaisen yksilön päätöksistä, minkä vuoksi valtasuhde ei muutu. Tärkeää on kuitenkin todeta, että vaikka tietynlainen valtasuhde kehitysmaiden ja kehittyneiden maiden välillä säilyy, myös yksittäisten tuottajien valta lisääntyy jos valta määritellään Maailmanpankin kehitysraportin mukaan.

Kuluttajuuteen ja sen politisoitumiseen on aina liittynyt valtaa ja tiettyjen ryhmien vallan kasvua. Historiassa poliittinen kuluttajuus antoi valtaa naisille. Edelleen kulutus voidaan nähdä erityisesti naisten politiikkana, koska naiset ovat aina olleet ja ovat vieläkin useimmiten vastuun kantajina perheen jokapäiväisestä kulutuksesta. Toisaalta Michelettin mukaan naiset

²¹⁶ Annual Report, Shopping for a Better World 2003/04

ovat myös herkempiä riskiyhteiskunnasta nouseville ongelmille, joka saa heidät helpommin pohtimaan kulutuksen vaikutuksia. Naiset ovat olleet historian saatossa suljettuna politiikan ulkopuolelle ja heidän on täytynyt kautta aikojen etsiä vaihtoehtoisia politiikan välineitä. Tutkimusten mukaan poliittisiksi määriteltävistä kuluttajista suurin osa on vielä nykyäänkin naisia.²¹⁷

Reilun kaupan kautta myös muut perinteisestä politiikasta ulkopuolelle jäävät ryhmät saavat valtaa, kuten esimerkiksi alaikäiset joilla ei ole äänestys-oikeutta. Kuluttajuus ei katso ikää, sukupuolta tai luokkaa, mutta on riippuvainen kuluttajan tuloista. Tämä erottaa periaatteen tasolla poliittisen kuluttajuuden perinteisestä poliittisesta osallistumisesta, koska kuluttamisen tasa-arvoa ei voida taata laein. Ihmisten taloudelliset tilanteet vaihtelevat, jolla ei saa olla vaikutusta poliittiseen osallistumiseen kuten äänestämiseen, mutta kulutukseen se on suoraan verrannollinen. Kuluttajuus ei siis ole välttämättä tasa-arvoinen poliittisen osallistumisen muoto, mutta se tuo uudenlaisia kansalaisosallistumisen työkaluja kansalaisten käyttöön ja antaa siten kansalaiselle uudenlaista poliittista valtaa.

6.2. Tuotannon politiikka kulutusta politisoimassa

Olen määritellyt kuluttamisen poliittiseksi Micheletin määritelmän mukaan. Tällöin poliittinen kuluttaja on sellainen, joka pyrkii etsimään tietoa hyödykkeiden taustoista, sekä tuotannon ongelmista ja sitä kautta muuttamaan omaa kulutuskäyttäytymistään. Watson oletti artikkelissaan Reilun kaupan kuuluvan Polanyin määrittelemän hyödykefetissin piiriin. Hyödykefetissi tarkoittaa kuluttajaa, joka ostoksilla käydessään ostaa aina myös jotain muuta kuin pelkän tuotteen. Tuottajat luovat mainonnan avulla tuotteelleen imagon ja elämäntapaa, joista kuluttaja voi valita omaan identiteettiin sopivat tuotteet. Reilun kaupan kohdalla Watsonin mukaan hyödykefetissi näkyy hyvän mielen hankkimisena kulutetun tuotteen ohessa. ”*To me, the knowledge that the producers have been paid a fair price for their commodity adds value to the product.*”²¹⁸ Reilun kaupan raporttien tarinat tukevat vahvasti hyödykefetissin määritelmää. Kertomukset kuvaavat monenlaisia syitä juuri Reilun kaupan tuotteiden ostamiselle, mutta yksi tärkeimmistä syistä on juuri Watsonin mainitsema hyvä mieli ja tunne siitä, että tekee oikein. Tällöin voimme sanoa, että kuluttamisen politiikan ajava

²¹⁷ Micheletti, 2003, 17-18

²¹⁸ Shaping Global Partnership, Annual Report 2006/07

voima on halu toimia jonkin toisen puolesta, jolta puuttuu mahdollisuus poliittiseen toimintaan ja omien etujen ajamiseen. Reilun kaupan ja koko poliittisen kuluttajuuden ajava voima on siis solidaarisuus, joka tarkoittaa sitä että kuluttaja läntisessä teollisuusmaassa ajattelee kulutuksen ohessa tuottajaa ja tuotteiden tuotanto-olosuhteita. ”*It’s great that we can now buy flowers with a good conscience – bringing beauty into our houses whilst bringing a better life for the producers.*”²¹⁹ Raportit myös painottavat Reilun kaupan tuotteiden hyvää laatua ja erinomaista makua, jonka vuoksi kuluttajaa ohjataan kuluttamaan Reilun kaupan tuotteita ja perustellaan muita tuotteita korkeampi hinta.

Poliittisen kuluttajuuden tärkein ehto on tiedostaminen. Poliittisen kuluttajuuden taustalla on lisäksi usein politisoitunut tuotanto. Tuotanto politisoituu tuotannossa esiintyvien ongelmien kautta. Määritelmän mukaan poliittinen kuluttaja pohtii kuluttamisensa mahdollisia vaikutuksia jo ennen kulutuspäätöstä, eli kuluttaja pohtii tuotannon politiikan kautta kulutuksensa mahdollisia seurauksia. Reilu kauppa pyrkii avaamaan näitä kulutuspäätösten mahdollisia vaikutuksia kertomalla omasta toiminnastaan ja viittaamalla muiden tuottajien luotettavuuden puuttumiseen.

*“Just like every Saturday morning, Oliver goes to the supermarket to do his shopping for the coming week. Oliver is a conscious consumer and looks for socially responsible products. In recent years, the selection has increased dramatically. There’s not only coffee, chocolate and bananas, but also dozens of new product lines, from jams and marmalades, through herbal teas and spices, to flowers, socks and T-shirts. But as more companies claim that their products are “socially responsible”, with more advertising campaigns and labels, consumers are lured in all sorts of directions. But Oliver cannot be confused. He walks past the shelves looking for the Fairtrade Certification Mark.”*²²⁰

Tämä tarina tiivistää hyvin Reilun kaupan ja koko poliittisen kuluttajuuden peruseriaatteen. Samalla se kuvaa Reilun kaupan raporttien kaksijakoista luonnetta. Toisaalta raportit ovat tiedottamista ja informoimista maailmantalouden epätasa-arvoa tuottavista rakenteista, mutta toisaalta raportit ovat puhdasta mainontaa. Oliverin tarinassa mainitaan lähes kaikki mahdolliset Reilut tuotteet ja samalla epäillään vahvasti muiden markkinatoimijoiden luotettavuutta. Reilun kaupan vuosiraportteille on hyvin tyypillistä muiden markkinatoimijoiden kritisoiminen ja niiden luotettavuuden kyseenalaistaminen. Reilu kauppa ei kuitenkaan ole ainut poliittiseksi kuluttajuudeksi määriteltävissä oleva markkinatoimija, kuten poliittista kuluttajuutta käsiteltyssä luvussa kävi ilmi. Kuluttaja voi myös olla poliittinen

²¹⁹ Delivering Opportunities, Annual Report 2004/05

²²⁰ Building Trust, Annual Report 2005/06

ilman että koskaan kuluttaisi Reilun kaupan tuotteita. Juuri raporttien pessimismi muita vastuullisia tuotteita kohtaan paljastaa Reilun kaupan mainonnallisen puolen. Reilu kauppa brändinä pyrkii tietenkin omien tuotteiden myynnin lisäämiseen ja tuotemerkin tunnettavuuden kasvattamiseen, sekä eron tekemiseen suhteessa muihin samoja tuotteita myyviin brändeihin. Raporttien kyyninen suhtautuminen muiden tuotteiden vastuullisuuteen piirtää selkeitä rajoja ja eroja Reilun kaupan brändin ympärille.

Toisaalta vahva Reilun kaupan brändääminen voi vain sekoittaa kuluttajaa. Miksi kuluttajan tulisi luottaa juuri Reiluun kauppaan, miksi ei muihin sertifioituihin tuotteisiin? Jos muut tuotemerkit pyrkivät huijaamaan kuluttajaa, miksi Reilu kauppa ei tee niin? Reilu kauppa ei pyri määrittelemään koko poliittisen kuluttajuuden hyötyjä, vaan ainoastaan Reilun kaupan kautta saavutettuja hyötyjä. Tämä kertoo vahvasti Reilun kaupan raporttien pääfokuksesta mainostaa tuotteita, ei kertoa poliittisen kuluttajuuden eduista yleensä.

Edellisen kertomuksen Oliver sopii kuitenkin hyvin Micheletin, Andersenin ja Tobiansenin määritelmään poliittisesta kuluttajasta. Tavallinen kuluttaja eroaa poliittisesta kuluttajasta siinä, että tavallinen kuluttaja on kiinnostunut lähinnä vain tarpeentyydytyksestä, kun taas poliittinen kuluttaja on kiinnostunut kulutuksen kokonaisvaikutuksista. Poliittinen kuluttaja käyttää kuluttamista kuin äänestämistä ja pyrkii sitä kautta vaikuttamaan tuotannon ja kulutuksen kokonaisseurauksiin. Poliittista kuluttajaa ohjaa tieto hyödykkeen tuotannon olosuhteista ja eettisyydestä.²²¹ Reilun kaupan raportit keskittyvät pääsääntöisesti kokonaan tuotannon politiikan avaamiseen. Reilun kaupan tuotteet politisoi tieto niiden eettisyydestä verrattuna muihin vastaaviin tuotteisiin.

Reilun kaupan raportit tukevat poliittisen kuluttajuuden määritelmää tiedostavasta ja kuluksensa seurauksista kiinnostuneesta kuluttajasta. Myöskään hyödykefetissin käsitettä ei tule unohtaa. Reilun kaupan järjestelmä lisää juuri kuluttajan valtaa ja tarjoaa kanavan mielipiteenilmaisuun markkinoiden kautta. Watson käyttää Polanyin lisäksi Adam Smithin käsitteitä etsiessään syitä Reilun kaupan kuluttamiselle. Adam Smithille oikeudenmukaisuus syntyy kommunikaatiossa toisten ihmisten kanssa. Vaikka Reilu kauppa pyrkii avaamaan kaupan anonymiteettiä, on kauppasuhde kuitenkin yksisuuntainen prosessi joka on muodostunut tuottamaan hyötyä vain kuluttajalle. Tuottajalla on tieto hinnasta, muttei tietoa

²²¹ Andersen, Tobiansen, 2004, 203-205

kuluttajasta. Tämän vuoksi Reilu kauppa edustaa vain yksisuuntaista anonymiteetin purkamista ja ei voi Smithin termein perustua oikeudenmukaisuudelle. Tästä perspektiivistä käsin poliittinen kuluttaja toimii hyötymisen, ei oikeudenmukaisuuden vuoksi.²²²

Toisaalta tämä tukee edelleen kuluttajan vallan kasvua ja valtasuhteen säilymistä ennallaan kehitysmaiden ja kehittyneiden maiden välillä. Tuottaja ei pysty vaikuttamaan, ostaako joku hänen tuotteensa vai ei. Tuottajan on siis vain luotettava FLO:n mainontaan ja sitä kautta agitoituihin kuluttajiin, jotta kuluttajat kaupassa tekevät valinnan Reilun kaupan tuotteiden puolesta. Vuosiraporteista nouseva solidaarisuus, joka liittyy näkemyksiin oikeudenmukaisuudesta ja tasa-arvosta ei tue Watsonin Smith-tulkintaa. Vaikka poliittinen kuluttajuus edustaa yksisuuntaista anonymiteetin purkamista, perustuu poliittinen kuluttajuus Reilun kaupan valossa juuri koetulle oikeudenmukaisuudelle.

Tähän kysymykseen liittyy kuitenkin suuria ongelmia, koska kuluttajien Reilun kaupan, luomun tai lähiruoan arvostus ei korreloi kulutettujen tuotteiden määrän kanssa. Sen sijaan kulutusta ohjasivat rutiini, mukavuus, sosiaaliset kysymykset, hinta ja laatu. Monille kuluttajille helppous ja nopeus olivat oleellisia tekijöitä. Tiedostavaa kulutusta tutkimuksen mukaan ohjasivat erityisesti esimerkiksi allergiat, diabetes ja laihdutus. Ongelmaksi tiedostavan kuluttajuuden kohdalla koettiin ristiriitaiset viestit. Erään haastatellun mukaan, jos kuuntelisi ja tottelisi kaikkia suosituksia ja ohjeistuksia, ei voisi syödä enää mitään.²²³ Helsingin Sanomien teettämän haastattelututkimuksen mukaan tulokset Suomessa ovat hyvin samansuuntaisia. Tutkimuksen mukaan kuluttajat arvostavat luomu- ja lähiruokaa, jota yli puolet vastaajista olisi halunnut lisää kaappoihin. Kaupassa puheet ja teot eivät käy enää yksiin, eikä luomu ja lähiruoka mene kaupaksi.²²⁴ Helsingin Sanomien yksittäinen artikkeli ei ehkä ole riittävä todiste kumoamaan koko poliittista kuluttajuutta, mutta se herättää tiettyjä tärkeitä kysymyksiä siitä, missä määrin arvostus ja todellinen teko kohtaavat. Suomen Reilun kaupan järjestön vuoden 2005 vuosiraportin²²⁵ mukaan 83% suomalaisista tuntee Reilun kaupan merkin, mutta kulutusmäärät eivät vastaa brändin tunnettavuutta. Tämä on yksi vakavimmista poliittiseen kuluttajuuteen liittyvistä kysymyksistä, mikä varmasti selittää esimerkiksi Reilun kaupan tarvetta määrittellä itsensä markkinoiden ainoaksi luotettavaksi tuoteperheeksi.

²²² Watson, 2007, 283

²²³ Houghton et al, 2006, 172-173

²²⁴ Helsingin Sanomat, 6.12.2007, "Kansa ostaa tahtomatta einestä"

²²⁵ Reilun kaupan vuosiraportti, 2005

6.3. Uusi osallistuminen ja muuttuva politiikan tila

Nykydemokratioille on tyypillistä kansallisvaltion heikkeneminen, ideologisten joukkopuolueiden katoaminen ja julkisuuden markkinaistuminen. Tällöin yhteiskunnallisille liikkeille avautuu uusia toimintamahdollisuuksia. Uudet liikkeet eivät ole rajoittuneet vain luomaan itselleen uusia vaikuttamisen kanavia, vaan ne esittävät myös fundamentaalia kritiikkiä perinteistä politiikkaa kohtaan.²²⁶ Modernissa kansallisvaltiossa kansalaisen käsite on ikään kuin valtiollistettu tilanteessa, jossa keskiössä on kansallinen poliittis-hallinnollinen järjestelmä. Vaikka nykyään valtioissa tapahtuu hajautusta, keskiössä on edelleen poliittis-hallinnollinen järjestelmä. Kuitenkin kansallisvaltion rajaama yhteiskunta ”kuviteltuna yhteisönä” on enemmänkin ajatuksellinen viitekehys tai mielikuva, kuin välittömästi toimintaan vaikuttava virike. Kettusen ja Kiviniemen mukaan erityisesti paikallisyhteisöjen kansalaisyhteiskunta on keskeinen välittävä tekijä kansalaisten ja poliittis-hallinnollisen järjestelmän välillä. Ajankohtainen osallistumisdiskurssi tulisikin kytkeä yhteiskunnallisten muutosten tarkasteluun, kuten julkisen sektorin muutokseen, markkinaistumiseen, julkisen ja yksityisen rajojen sekoittumiseen ja kansalaisyhteisöjen muutokseen.²²⁷

Paradoksaalisesti osallistumisen systeeminen merkitys vaikuttaa korostuvan, kun hyvinvointivaltion ongelmat kasautuvat ja perinteinen poliittinen osallistuminen menettää merkitystään. Tästä osin on syntynyt vahva osallistumista täydentävien muotojen tutkimus. Tällaiselle tutkimukselle tyypillistä on jännitteinen asema yksilöllisen ja kollektiivisen osallistumisen välillä.²²⁸ Beckin alapoliitikassa yksilön politisoituminen syntyy juuri pettymisestä perinteiseen politiikkaan. Poliittisen toiminta-alueen rajoittuminen poliittisen järjestelmän sisällä herättää halun poliittiseen toimintaan järjestelmän ulkopuolella ja muodostaa siten uudenlaista poliittista kulttuuria. Tämän taustalle tarvitaan kuitenkin vahvaa poliittista järjestelmää, joka pystyy turvaamaan kansalaisten perusoikeudet ja uudenlaisen osallistumisen.²²⁹

²²⁶ Della Porta, 2000, 238

²²⁷ Kettunen, Kiviniemi, 2000, 46

²²⁸ Kettunen, Kiviniemi, 2000, 47

²²⁹ Beck, 1992, 185-187

Reilu kauppa tarjoaa uudenlaisen osallistumisen väylän. Se tarjoaa ihmisille tietoa kulutuksen taustalla olevista kysymyksistä ja sitä kautta kannustaa kansalaisia kuluttamaan. Kuluttamalla Reilun kaupan tuotteita kuluttaja tulee kannattaneeksi Reilun kaupan toimintaa ja parantaa siten kattojärjestö FLO:n mahdollisuuksia toimia. FLO kattojärjestönä puhuu Reilun kaupan kuluttajien ja tuottajien puolesta, jolloin Reilun kaupan kuluttaminen voidaan samaistaa äänestämiseen. Kuluttaja ostamalla tuotteen antaa äänensä järjestölle, joka osallistuu globaalilla tasolla keskusteluun markkinoiden ongelmista ja uusien sääntöjen luomisesta. Reilu kauppa on ylikansallinen järjestö, jonka kannatus ei noudata suvereenien valtioiden rajoja. Tällöin Reilun kaupan 'kuvitteellinen yhteisö' ei myöskään ole sidottu valtioiden rajoihin. Samalla Reilu kauppa käyttää myös taloudellista valtaa, koska kuluttajia kannustetaan ostamaan Reilun kaupan tuotteita ja samalla välttämään muita epäeettisiä tuotemerkkejä.

Toinen tärkeä kysymys uudenlaisen politiikan muotoilussa koskee politiikan tilan muuttumista. Reilu kauppa on vahvasti työmarkkinapohjainen järjestelmä, jonka periaatteet rakentuvat ILO:n määrittelemien työsäädösten ympärille. Työn painottaminen on nähtävissä jo Suomen Reilun kaupan jäsenjärjestöjen luettelosta. (LIITE nro 2) Työmarkkinapolitiikassa ei sinänsä ole mitään uutta ja ihmeellistä, mutta globaali talous tuo oman sävyn keskusteluun työntekijöiden oikeuksista. Länsimaissa kulutetut tuotteet yhä useammin valmistetaan toisella puolella maailmaa, jolloin syntyy vahva tarve määritellä tavaroiden tuotantoon liittyvät globaalit säädökset. Uutta politiikkaa työmarkkinapolitiikasta tulee siis globalisaation myötä, jolloin kyse on politiikan tilan muuttumisesta. Reilu kauppa pyrkii politisoimaan voimakkaasti globaaleja tuotantosäädöksiä ja globaalien säädösten puuttumista.

Ongelma globaalien työsäädöksiä määrittelyssä liittyy erilaisiin näkemyksiin säädösten toimivuudesta. Työnormeja määrittelevän ILO:n asema globalisaatiota käsittelevien strategioiden muotoilussa on alisteinen Maailmanpankin, IMF:n ja WTO:n poliitikkoihin nähden ja ILO:n kyky toimeenpanna reformeja on vähäinen muihin ylikansallisiin organisaatioihin verrattuna. ILO:n teettämien tutkimusten mukaan perustyönormien toimeenpano tuo yhteiskuntiin poliittista ja sosiaalista vakautta, eikä sillä siten ole negatiivista vaikutusta maiden kilpailukykyyn. Päinvastoin vakaat olot vetävät puoleensa ulkomaisia investointeja ja siten tuottavat hyvinvointia. Nykyiset globaalin talouden oletukset eivät Saaren mukaan tue tätä väittämää, koska pitkän tähtäimen vaikutuksia on kuitenkin vaikea

arvioida ja lisäksi voidaan kysyä, että jos työnormit ovat tuottavia, niin miksi työnantajat eivät ole hyödyntäneet näitä normeja organisaatioissaan.²³⁰

Saari myös näkee vakavia ongelmia työnormien käyttöönotossa. Kun tavoitteena on taata tuotantoketjun viimeisenä linkkinä olevalle kuluttajalle edullisia ja eettisesti kestäviä hyödykkeitä, luodaan samalla kansallisia jakolinjoja eri yritysten välille. Tämä vääristää kilpailua ja rajaa kehitysmaissa pienimuotoisen yritystoiminnan ja koko maatalouden omavaraistalouden järjestelmän ulkopuolelle. Toisaalta jos tavoitteena on laajentaa työnormit kattamaan koko palkkatyöväestöä, kohdataan hankalia toimeenpano-ongelmia. Erityisesti kehitysmaissa ns. epävirallisen sektorin on hankala noudattaa työnormeja. Pyrkimys valvoa ja vaatia näitä normeja voivat johtaa myös irtisanomisiin ja siten työntekijöiden suhteellisen aseman heikkenemiseen. Saaren mukaan työnormien tulisikin kehittyä vähittäin elinkeinoelämän ja talouskasvun myötä, ei kansainvälisten sopimusten aiheuttaman paineen edessä. Vastaliike Saaren mukaan rakentuu vahvan toimivallan ympärille, jota nykyisessä järjestelmässä edustavat WTO ja IMF.²³¹

Verratessa Saaren näkökulmia Reilun kaupan perusoletuksiin, olemme löytäneet kaksi lähestulkoon päinvastaista näkökulmaa globaaleihin työmarkkinasäädöksiin. Reilun kaupan raporttien mukaan juuri työnormit (tässä tapauksessa Reilun kaupan standardien mukaiset) tuottavat kestäväää kehitystä ja tuovat valtaa tuottajille. Reilun kaupan mukaan ongelma on juuri kehittyneiden maiden haluttomuus muuttaa tilannetta. Esimerkiksi työnormien globaali muotoilu on jäänyt tekemättä. Tämän vuoksi Reilu kauppa kannustaa kuluttajakansalaisia osallistumaan Reilun kaupan järjestelmän kautta.

“...millions of consumers around the globe respond to the invitation not to wait until politicians live up to their task, but to make this world a better place for all just by changing everyday shopping habits.”²³²

Maallikko-osallistumisen ongelmia ovat ajan puute, tiedon tulva ja olemassa olevan tiedon vaikeaselkoisuus. Usein yksilöillä voi olla myös vaikea muodostaa selkeää kuvaa vaihtoehtoisista toimintatavoista.²³³ Raportit rakentavat voimakasta korrelaatiota kuluttajan valintojen ja tuottajan elinolosuhteiden välille. Kuluttajaa pyydetään kuluttamisen kautta ottamaan kantaa, koska perinteisten poliittisten väylien kautta muutoksia ei ole saatu

²³⁰ Saari, 2004, 295

²³¹ Saari, 2004, 297-298

²³² Annual Report, Shopping for a Better World 2003/04

²³³ Kettunen, Kiviniemi, 2000, 48

aikaiseksi. Reilun kaupan vuosiraporttien narratiivinen muoto pyrkii selkeyttämään globaalin talouden ongelmia ja yksittäisen henkilön mahdollisuutta toimia asioita muuttaakseen. Kulutusta koskevat kertomukset määrittelevät osallistumisen helpoksi ja jokapäiväiseksi arkirutiiniksi, johon kaikilla on mahdollisuus ottaa osaa.

Politiikan tilan muuttuminen liittyy myös elämäntavan politisoitumisen käsitteeseen. Elämäntavan politisoituminen liittyy laajempaa pyrkimykseen nähdä poliittisia merkityksiä kulutusvalinnoissa, viihteessä, muodissa ja muissa henkilökohtaisissa tapahtumissa. Se liittyy jokapäiväiseen toimintaan, jolla potentiaalia saavuttaa poliittisia tuloksia markkinoiden kautta. Poliittisten kuluttajien matala kunnioitus politiikan vallitsevaa järjestelmää kohtaan voi olla osoitus yleisestä skeptisyydestä institutionalisoitunutta valtaa ja auktoriteettia kohtaan. Kansalaiset pyrkivät ottamaan valtaa itselleen markkinoiden kautta. Samalla poliittinen kuluttajuus hämärtää yksityisen ja julkisen tilan välistä eroa.²³⁴ Poliitikka ei siis enää rajoitu julkiseen, vaan henkilökohtaisen politisoitumisen myötä myös yksityisestä sfääristä tulee poliittinen.

6.4. Politisoivat riskit

Beckin riskiyhteiskunta liittyy tiiviisti uuden politiikan tilan muotoutumiseen. Monet riskit ovat luonteeltaan globaaleja, jolloin riskien välttäminen ja ennaltaehkäisy vaativat globaalia toimintaa. Viimeistään hullun lehmän tauti 1990-luvun puolessavälissä herätti huomaamaan erityisesti ruokaan liittyvät tehostuneen tuotannon aiheuttamat riskit. Globalisaation myötä ruoan ja muiden hyödykkeiden tuotantoketjuja on lähes mahdoton jäljittää taaksepäin ja esimerkiksi geenimanipuloitu ruoka herättää paljon pelkoja. Tällaisten ongelmien edessä on syntynyt Reilun kaupan lisäksi esimerkiksi lähi- ja luomuruokaa mainostavia liikkeitä, jotka pyrkivät tuomaan läpinäkyvyyttä hyödykkeiden tuotantoketjuihin. Reilun kaupan tavoitteena on kasvattaa tietoisuutta kulutushyödykkeiden tuotannosta ja antaa kasvot kehitysmaiden tuottajille.

Riskiyhteiskuntaan ja globaaliin talouteen kuuluu trendi siirtää tuotantoa köyhiin maihin halvempien tuotantokustannusten vuoksi. Kehitysmaissa ympäristösäädökset ja lainsäädäntö esimerkiksi työoloja koskien ovat väljempää tai ainakin teollisuusmaita heikommin valvottuja.

²³⁴ Shah et al, 2007, 219-220

Ongelma on se, että tuotanto ja kuluttaja ovat nykyisessä globaalissa maailmassa täysin eriytyneet. Tuotanto-olosuhteita ei myöskään painoteta kaupan hyllyillä.

”In a research conducted by the Kenya Human Rights Commission (KHRC) in 2002, the industry was accused of paying their workers less than one US\$ a day for an eight to 12-hour workday, housing them in crowded facilities and very often handling dangerous chemicals without proper protective equipment, taking the risk of being poisoned.”²³⁵

Varsinkin väljät ympäristösäädökset aiheuttavat suuria ongelmia kehitysmaissa. Riskiyhteiskuntakeskusteluun kuuluu olennaisena osana bumerangiefektin käsite, jonka mukaan tuotantoaan köyhiin maihin ja huonoihin olosuhteisiin siirtävät valtiot joutuvat vastaanottamaan tuotannossa käytetyt myrkyt ja epäpuhtaudet tuotteiden muodossa. Tämän johdosta riskin aiheuttajasta ja uhrista tulee identtisiä. Vuonna 2007 on nähty monia tapauksia, jolloin esimerkiksi Kiinasta tulleita leluja ja lastenvaatteita on vedetty markkinoilta liiallisten kemikaalipitoisuuksien vuoksi²³⁶. Bumerangiefekti on yksi syistä, jotka herättävät huomaamaan teollisen tuotannon negatiiviset ulkoisvaikutukset, eli riskit.

Reilun kaupan raportit painottavat valvottuja olosuhteita ja tiukkoja standardeja, joiden ansiosta kuluttaja voi luottaa Reilun kaupan tuotteisiin. Tällaiset kommentit ohjaavat myös kuluttajia ja tukevat heidän ostopäätöksiään. Reilun kaupan tärkein käsite on juuri luotettavuus. Henkilökohtaisten tarinoiden ja kuvien kautta luotettavuuden käsitettä pyritään vahvistamaan. Tarinoissa nostetaan esiin myös seikka, että Reilun kaupan epäonnistuminen korkealaatuisten standardien valvonnassa olisi suurin uhka erityisesti itse Reilulle kaupalle, koska huonolaatuisten tuotteiden myötä koko järjestelmä olisi vaarassa menettää uskottavuutensa.

Riskiyhteiskunnan määrittelyn mukaan riskit ovat siis tuotannon negatiivisia ulkoisvaikutuksia, jotka luistavat yhteiskuntien turvainstituutioiden otteesta. Ympäristöongelmat ovat nykyään yksi laajimmista globaaleista riskeistä, koska ympäristön pilaantuminen ei jää ainoastaan paikalliseksi ilmiöksi. Globaalin hallinnon puuttuessa ylikansallinen yhteistyö on ollut jähmeää. Myös ympäristösäädösten ratifioinnissa on ollut ongelmia suurimman saastuttajan, eli Yhdysvaltojen jättäytyttyä pois esimerkiksi Kioton ilmastopöytäkirjasta. Reilun kaupan raportit kertovat ympäristöongelmista ja keskittyvät

²³⁵ Annual Report, Delivering Trust 2004/05

²³⁶ Katso esimerkiksi Helsingin Sanomat, 15.8.2007, ”Kiinalaisia leluja vedetään pois markkinoilta”

erityisesti tuottajamaiden paikallisista ongelmista tiedottamiseen. Raporteissa riskit ja ympäristön pilaantuminen liittyvät aina tiiviisti positiiviseen muutostarinaan ja erityisesti koulutuksen kautta saavutettuun kehitykseen.

“The new facilities will make it possible to increase production, tap into the local market via a shop built on the premises, and improve the quality control and monitoring of diseases among the bee colonies in the region. Genetic improvement and training programmes are also being planned in partnership with two Chilean universities.”²³⁷

Riskien ollessa luonteeltaan globaaleja, tulee niiden kansallinen hallinta vaikeaksi. Riskien ja absoluuttisen köyhyyden välillä on Beckin mukaan vahva yhteys²³⁸. Reilu kauppa pyrkii kouluttamaan tuottajia ja lisäämään heidän tietoisuutta tuotanto-olosuhteista, jolloin tuotteiden turvallisuus lisääntyy.

Reilun kaupan raportit kuvaavat hyvin riskiyhteiskunnan eri tendenssejä, kuten bumerangiefektiä, tuotannon eriytymistä kuluttajasta sekä köyhyyden ja riskien välistä suhdetta. Kulutuksen ollessa globaalia myös tuotannon ongelmista tulee vaikutuksiltaan globaaleja. Beckin määrittelystä poiketen Tullochin ja Luptonin haastatteluiden mukaan riskit koettiin juuri henkilökohtaisina, ei välttämättä suurina globaaleina uhkina. Riskit koettiin esimerkiksi uhkaksi omalle tai läheisten terveydelle. Ruoan kautta riskit muuttuvat henkilökohtaisiksi.

Oleellista kuitenkin on huomata se seikka, että riskin käsite nousee esiin Reilun kaupan raporteissa vain tuottajien tarinoissa, ei kuluttajien. Reilun kaupan kuluttajien kommentoissa ei nouse esiin ainuttakaan riskiyhteiskuntaan viittaavaa tapausta. Beckin mukaan juuri riskit ovat kansalaisten aktivoitumisen taustalla, mutta Reilun kaupan aineisto ei tue tätä väitettä. Tältä osin siis lähtöoletukseni riskien kulutusta politisoivasta luonteesta näyttäisi olevan väärä. Riskien sijaan kulutusta politisoi hyödykefetissi ja solidaarisuus kaukaista tuottajaa kohtaan. Mutta vaikka poliittisen kuluttajuuden ajava voima eivät ole riskit, onko alapolitisoituminen silti todellinen ilmiö poliittisen kuluttajuuden valossa?

²³⁷ Annual Report, Delivering Opportunities 2005/06

²³⁸ Beck, 1992, 44

6.5. Kuluttajuus alapolitiikkana

Jatkuvasti enemmän ihmisiä ottaa kantaa poliittisiin kysymyksiin yksilöinä, yhteisöissä, liikkeissä ja yhteiskunnallisten protestien kautta, eli he pyrkivät osallistumaan politiikkaan muodollisen politiikan ulkopuolella. Graduni lähtökohtana on kysymys alapolitisoitumisesta. Beckin alapolitisoitumisen taustalla on yksilön poliittisen merkityksen kasvu, joka johtuu yhteiskuntien individualisoitumisesta ja globalisaation aiheuttamista muutoksista. Alapolitiikka käsitteenä on syntynyt riskiyhteiskunnan kontekstissa ja osana riskien välttämistä. Reilun kaupan aineisto ei kuitenkaan tue riskiyhteiskunnan alapolitisoivaa tendenssiä, vaan kuluttajuus Reilun kaupan näkökulmasta olisi enemmän hyödykefetissin ja globaalin solidaarisuuden tulos. Onko kuluttaminen siitä huolimatta osoitus alapolitisoitumisesta ja uudenlaisesta poliittisesta toimijuudesta, vaikeivät riskit ole Reilun kaupan kuluttamisen ensisijainen syy?

Alapolitiikan taustalla ovat siis kaksi suurta trendiä: globalisaatio ja individualismin lisääntyminen. Beckin mukaan yksilöllisestä toiminnasta tulee poliittista. Yksilöt eivät ole enää vain yhteiskuntien roolipelaajia, vaan omaa elämäänsä rakentavia yksilöitä. Reilu kauppa näkee kuluttajuuden kautta yksilön roolin seuraavanlaisena:

“Our consumer spending choices affect people’s lives around the world. The products we enjoy are often made in conditions that harm workers, communities and the environment. That is why we are demanding human sensitive products. I trust the Fairtrade certification mark guarantees this sensitivity.”²³⁹

Yksilöiden poliittisen merkityksen kasvun myötä politiikka levittäytyy yksityisyyden alueelle, kuten kuluttamiseen. Poliittisen kuluttajuuden kautta kuluttajat ymmärtävät oman yksilöllisen toimintansa vaikutukset. Kuluttamisen merkityksen kasvu on osoitus yksilöllisyyden lisääntymisestä, koska jokaisen ihmisen henkilökohtaisesta päätöksestä tulee tärkeä ja alapolitiikan kontekstissa poliittinen. Toinen alapolitiikan osatekijä on globalisaatio, jonka sitoutuminen kuluttajuuteen tulee myös Reilun kaupan kertomuksissa hyvin esille. Alapolitiikka nousee siis yksilöiden tietoisuuden lisääntymisestä ja tuotannon globalisoitumisesta. Reilun kaupan raportit pyrkivät rakentamaan vahvaa korrelaatiota yksilön valintojen ja globaalien tuotanto-olojen seurausten välille, jolloin raportit kuvaavat erityisen tarkasti Beckin alapolitiikkaa ja politisoitunutta yksilöä.

²³⁹ Annual Report, Building Trust 2005/06

Yksilön toiminnasta tulee merkityksellistä ja sitä kautta poliittista kulutuksen negatiivisten seurausten johdosta. Alapolitiikan perusajatuksen mukaan kansalaisyhteiskunta voimistuu yksilöiden politisoitumisen myötä ja kansalaiset alkavat vaikuttaa politiikkaan. Koska yksilö on kuitenkin yksinään hyvin heikko, yksilöiden välinen yhteistyö avaa mahdollisuuksia poliittiseen vaikuttamiseen.

“The bottom line for Fairtrade is impact: a better life for small-scale producers in developing countries; a widespread commitment by consumers to buy from these producers and pay a price that allows them to have enough to eat, send their children to school and obtain adequate health care; and an increasing commitment by the world’s politicians and decision-makers to implement policies promoting sustainable welfare and development where it is needed most.”²⁴⁰

Yksilöiden vastuun kasvattaminen ja kulutusvalintojen pohtiminen on tärkeää, mutta yksittäisten kuluttajien ääni on hyvin vaimea ilman yhteistä kokoavaa voimaa. Reilu kauppa tarjoaa yhden kansainvälisen ja vahvan äänen. Vuosiraporttien kertomusten mukaan koko politisoituneen kuluttajuuden tärkein tehtävä on sitouttaa päättäjiä uudenlaisen politiikan muotoiluun. Tämä tukee Beckin väitettä siitä, että alapolitiikka ei tarkoita politiikan epäonnistumista. Alapolitisoituminen ja aktiivinen kansalaisyhteiskunta syntyvät juuri demokraattisen politiikan onnistumisesta ja siitä, että kansalaisten oikeudet osallistua ja kritisoida päättäjiä ovat taatut. Tämä tukee myös alapolitiikan roolia kansalaisyhteiskunnan uudenlaisena työkaluna. Kansalaistoiminnalla pyritään vaikuttamaan politiikkoihin ja perinteiseen politiikkaan, jolla on mahdollisuus tehdä ratkaisevia päätöksiä.

Reilu kauppa tarjoaa yhden voimakkaan soraäänänen globaaliin keskusteluun kehityksestä ja tasa-arvosta. Suurimmat muutokset kuitenkin saadaan vaikuttamalla poliitikkoihin. Reilun kaupan ehkä suurin vaikutus on keskustelun herättäjänä. Bauman puhui poliittisen agendan määrittelemisestä ja siitä, kuinka yksittäisten valtioiden rooli agendan määrittelijöinä on laskenut. Reilu kauppa osallistuu keskusteluun globaalin talouden ongelmista, jolloin yksittäisten kuluttajien ääni kuuluu järjestön toimesta. Tällöin kansalaiset osallistuvat poliittisen agendan määrittelyyn sen sijaan, että vain yritysmaailma ja globaalit paineet muokkaisivat yhteistä agenda.

²⁴⁰ Shopping For a Better World, Annual Report 2003/04

Vuosiraporttien valossa Reilu kauppa on poliittista kuluttamista mm. Michelettin määrittelemän positiivisen poliittisen kuluttajuuden mukaan. Aineistosta on myös löydettävissä selkeitä viittauksia alapolitisoitumiseen. Kansalaisten aktiivisuus ja sitä kautta politiikkoihin vaikuttaminen nähdään raporteissa olennaisena osana kansalaistoimintaa. Yllättävää sen sijaan oli riskien vähäinen tai lähes olematon rooli alapolitisoitumisen selittäjänä ja sen sijaan hyödykefetissin oleellisen roolin löytyminen tarinoista. Vaikka riskit eivät selitä Reilun kaupan kuluttamista, ei se tee Beckin alapolitiikkakeskustelua tyhjäksi riskien kuitenkin ollessa tuottajien tarinoissa oleellisessa roolissa. Reilu kaupan raportit ovat hyvä esimerkki Beckin kuvaamasta alapolitiikasta ja uudenlaisesta poliittisesta osallistumisesta ja kansalaistoiminnasta.

6.6. Reilun kaupan kuvallisuus

Kuvilla ja kuvallisuudella on entistä vahvempi asema kommunikaatiossa. Tämä tulee ilmi erityisesti tarkasteltaessa visuaalisia medioita nykykulttuurissa. Nykyinen visuaalinen kulttuuri on saanut jotkut tutkijat puhumaan jopa kommunikaation vallankumouksesta. Kulttuurisessa muutoksessa ei kuitenkaan ole kyse visuaalisuuden lisääntymisestä sinänsä vaan pikemmin siitä, että kuvallisuutta ja visuaalisuutta käytetään merkityksentuotannossa yhä monimuotoisemmin. Muutosta ei myöskään voida tulkita pelkästään siirtymäksi sanasta kuvaan, vaan sanan ja kuvan välinen suhde on saanut uusia, entistä tiiviimpiä muotoja.²⁴¹

Reilu kauppa käyttää vuosiraporteissaan kuvallisuutta hyväkseen ja raportit ovat kaikkiaan hyvin kuvitettuja, minkä vuoksi kuvien analyysiä ei voi erottaa tarinoista. Raporteissa on pyrkimys näyttää kaikki kuvina, mistä tekstissä puhutaan, tekstille halutaan siis antaa kasvot. Tällöin kuvilla selvästi halutaan ohjata lukijaa ymmärtämään tekstin sisältö. Kuten olen jo aiemmin kirjoittanut mediatekstien genreistä, kuuluvat Reilun kaupan raportit niin tiedottamisen kuin mainonnan genreen. Watsonin mukaan Reilu kauppa tuo tuotteen markkinoille kahdella tavalla. Ensinnäkin tuote fyysisesti tuotetaan markkinoille ja toiseksi, tuotteelle pyritään luomaan semioottinen merkitys²⁴². Kuvat tuottajista ja itse Reilun kaupan tuotteista rakentavat tätä semioottista merkitystä voimakkaammin, kuin vain pelkät tarinat.

²⁴¹ Kupiainen, 2007,36-37

²⁴² Watson, 2007, 272-273

Olen valinnut vuosiraporteista kolme kuvaa ja yhden kuvasarjan, jotka samalla kuvaavat hyvin vuosiraporttien visuaalista representaatiota yleensä. (LIITE nro 3) Kuvitus koostuu pääasiassa Reilun kaupan tuottajista ja tuotteista. Kaikki kuvat tuottajista on otettu joko työn ääressä tai tuotantotiloilta. Jos tarinassa kerrotaan kenialaisesta ruusujen poimijasta, on vieressä yleensä kuva kyseisestä työntekijästä ruusupellolla työn ääressä. Kuviin liittyy huomiota herättävä seikka, eli kuvissa kaikki hymyilevät, näyttävät hyvinvoivilta ja iloisilta. Ne poikkeavat vahvasti siitä kuvallisuudesta, jota olemme tottuneet vastaanottamaan Afrikasta ja muista köyhistä maista. Kuvista loistavat poissaolollaan köyhyys, kurjuus, nälkä ja konfliktit.

Myös tuotteet esitetään usein raakamuotoisina ja vieressä selitetään tarkkaan mistä kuva on otettu. Kahvi esitetään aina papuina, tee valtavina teeplantaaseina, joissa teenpoimijat korjaavat satoa ja niin edelleen. Reilu kauppa on rakentunut työmarkkinapohjaisena ja sen tärkein painotus liittyy juuri hyviin ja reiluihin työsäädöksiin. Kuvallisuus tukee työn painottamista Reilun kaupan raporteissa. Se antaa voimakkaan mielikuvan työmäärästä, joka tarvitaan esimerkiksi banaanien tuomiseksi länsimaisen marketin hyllylle. Esimerkkinä toimii kuva numero neljä. Kuvia ei voi kuitenkaan ymmärtää perinteisiksi mainoskuviksi, koska niissä ei esitetä tuotteita itseään. Reilun kaupan mainoskuviissa ei luetella kuluttajan saamia hyötyjä tuotteen kulutuksesta, vaan luodaan ajatusta työn tärkeydestä tuottajille. Pääpaino kuvissa on tuottajassa työnsä äärellä.

Kuvallisuus myös tukee Reiluun kauppaan liittyvää erilaista hyödykefetissiä. Raportit ovat mainoksia, joilla on tarkoitus myydä Reilun kaupan tuotteita. Ne kuitenkin eivät pyri myymään tuotteita perinteisellä mainoskuvallisuudella. Mainoksissa yleensä esiintyy tuotteen käyttäjä ja tuote valmiissa muodossa, mutta Reilu kauppa tuo näkyville tuottajan ja raakamuotoiset tuotteet. Kuvilla pyritään luomaan solidaarisuuden tunnetta yhdessä traagisten tarinoiden kautta.

6.7. Kuvallisuuden politiikka

Kuvakulttuuri on ollut väline politiikassa kautta aikojen. Yhtenä tunnettuna politiikkaa estetisoivasta kuvastosta Seppä mainitsee elokuvaohjaaja Leni Riefenstahlin Nürenbergin puoluejuhlien ja Berliini vuoden 1936 olympialaisten filmatisoinnit, joissa saksalainen kansa

saattoi nähdä itsensä ”*esteettisesti herosoituna, myyttisenä valkoisena jumalrotuna.*” Oman ideologisuutensa kätkemään pyrkivä estetisoiva kuvasto esittäytyy pinnalta katsoen usein vapauttavana. Kuvat tarjoavat ihmisjoukolla kanavan, jonka avulla he voivat saavuttaa tunteen samaistumisesta.²⁴³ Reilu kauppa pyrkii kuvituksellaan jokseenkin päinvastaiseen suuntaan. Reilun kaupan kuvallisuuden politisoi kuvien erilaisuus ja muiden, marginaalien esittäminen normaalista poikkeavalla tavalla. Kuten jo mainitsin, ei kuvissa ole perinteisiä kolmannen maailman elementtejä, eli kurjuutta, köyhyyttä ja sortoa. Kuvissa toiset esitetään samanlaisina kuin meidät. Reilun kaupan raporteissa aikuiset käyvät töissä ja lapset koulussa. Tällöin toiseuden käsite hämärtyy, koska yleensä toisina pidetyt etelän köyhät esitetään länsimaalaisten kaltaisina. Toisaalta kuvissa kuvataan globaalin talouden näkymätön tuotantoketju näkyvänä. Marketeissa myytävät tuotteet eivät vain ole, vaan ne kasvatetaan, tuotetaan, käsitellään ja kuljetetaan. Kuvat eivät itsessään toimi mainoksina tai kulutukseen kehottavina, ne vain tukevat esitettyä kerrontaa.

Toisaalta Reilun kaupan kuvallisuuden katsominen voi herättää kuluttajassa huonoa omaatuntoa, koska siinä näytetään tuotteen tuotanto-olosuhteet. Jos perinteinen stereotyyppien kautta rakentunut mainonta pyrkii vapauttamaan katsojan, Reilu kauppa haastaa katsojaa pohtimaan olosuhteita tuotannon taustalla.

Estetiikan politisoimiseen tähtäävä visuaalinen kulttuuri pyrkii kyseenalaistamaan visuaalisten esitysten luonnollisuuden ja neutraaliuden, sekä luomaan uudenlaista representaatiollista tilaa kriittisen ajattelun ja toiminnan syntymiselle. Sepän mukaan lukija kiinnittäessään huomiota näyttämisen ja esittämisen keinoihin ja kulttuurisiin ennakkoehtoihin, estetiikkaa politisoiva kuvatuotanto pyrkii edistämään itseään refleктоivan, omia esittämisen keinoja kriittisesti tarkastelevan kuvakulttuurin kehityksenä. Tiedostava lukeminen pyrkii tällöin purkamaan identiteetin tuottamiseen ja kierrätykseen perustuvia keinoja, valtasuhteita ja epäkohtia.²⁴⁴

Kertomusten analyysi osoitti Reilun kaupan kulutuksen taustalla olevan hyödykefetissin, jos hyvä mieli ja puhdas omatunto ymmärretään kulutettaviksi hyödykkeiksi. Seppä käy kirjoituksessaan läpi kulttuurin kuvallisuuden kriitikoita, eli kuvainraastajia joiden mielestä kuvallisuus tukee kapitalistista hyödyketuotantoa ja siten on tehty vain katsojaa hypnotisoimaan. Kriitikoiden mukaan massamedioiden ja television aikakaudella hallitseva

²⁴³ Seppä, 2007, 21

²⁴⁴ Seppä, 2007, 21-22

kapitalistinen ideologia kätkeytyy kuviin, jotka eivät pyri tekemään näkyviksi omaa tuotettua ja ideologista luonnettaan. Kriitikot kuten Debord suhtautuu kielteisesti kuvallisiin esityksiin, koska hän samaistaa ne kapitalistisen tuotannon ja modernin tajuntateollisuuden manipulatiivisiin pyrkimyksiin korvata tuotteiden todellinen käyttöarvo katsottavuusarvolla, eli kulutuksen ja tavaroiden fetissiarvolla.²⁴⁵ Näkisin, että kuvallisuus tukee Reilun kaupan materiaalissa juuri fetissiarvoa. Kuitenkin fetissiarvo Reilun kaupan kulutuksessa liittyy hyvään mieleen ja puhtaaseen omatuntoon. Tällöin Reilu kauppa muuttaa hyödykkeiden fetissiarvon käsitettä. Fetissiarvosta pyritään luomaan kapitalismia kritisoiava, ei suinkaan globaalia kauppaa ihannoiva kuva. Toisaalta Reilu kauppa kuuluu myös kuvainrakastajien piiriin, jolloin kuvien tarkoitus on herättää toimintaa ja synnyttää potentiaalista vastarintaa.

Reilun kaupan kohdalla tavarafetismi (tai hyödykefetismi) saa täysin uudenlaisia merkityksiä. Reilua kauppaa arvioivassa luvussa mainitsin Reilun kaupan olevan erikoinen markkinatoimija, koska se toimii markkinoiden ehdoilla mutta samalla markkinoiden logiikkaa vastaan. Reilu kauppa kuuluu myös hyödykefetissin piiriin samalla vastustaen pelkkään hyötyjen maksimointiin liittyvää kapitalistista logiikkaa. Kuvat liittyvät siis oleellisena osana hyödykefetissiin. Kuten kriitikot väittivät, kuvat on valittu varmasti tarkasti ja niillä on yhdessä tarinoiden kanssa vahva manipulatiivinen vaikutus. Kuvallisuus kuitenkin pakottaa meidät pohtimaan kuvienrakastajia mukaillen vaihtoehtoista ajattelua ja toiseutta.

Vallitsevalla kulttuurilla on usein pyrkimys rajoittaa merkkien potentiaalia ja suosia jotain esitystapoja ja diskursseja. Kulttuuri myös ohjaa lukutaitoa institutionaalisten lukutapojen suuntaan. Visuaalista kulttuuria määrittävät kulttuurisesti hegemoniset esitystavat ja tapa katsoa. Olemme tottuneet tietynlaiseen maisemaan, ympäristöön ja mainoksiin. Näiden tottumusten kautta erilaiset esittämistavat muodostavat vakiintuneita diskursseja.²⁴⁶ Juuri tätä vakiintunutta diskurssia Reilu kauppa pyrkii purkamaan. Varsinkin perinteiset mainoskuvat pyrkivät ruokkimaan kansallisia stereotyyppioita²⁴⁷. Reilu kauppa pyrkii luomaan kuvien ja kertomusten kautta uudenlaista diskurssia.

²⁴⁵ Seppä, 2007, 24

²⁴⁶ Kupiainen, 2007, 52 ja Seppänen, 2001, 36

²⁴⁷ Fornäs et al., 2007, 85-86

7. ALAPOLITISOITUNUT KULUTTAJA JA UUSI POLITIIKKA

7.1. Kuluttajakansalainen haastamassa politiikan käsitettä

Kansalaistoiminta ja poliittinen osallistuminen näyttävät painottuvan entistä enemmän kansalaisyhteiskunnan puolelle poliittis-hallinnollisen suuntautumisen asemasta. Samalla syrjäytyneiden ja osallistumatta jättävien määrä on lisääntynyt. Tämä osaltaan lisää eriarvoisuutta yhteiskunnissa. Kansalaisaktiivisuuden empiirisen tutkimuksen myötä tieto on lisääntynyt ja kuvaus osallistumisesta on muuttunut monipuolisemmaksi. Kansalaisyhteiskunnan ytimenä ovat kansalaisten riippumattomat yhdistykset, ryhmät ja sosiaaliset liikkeet. Ideaalitapauksessa ne ovat osallistumisen vapaita kanavia.²⁴⁸

Reilun kaupan silmissä alapolitisoituminen voidaan nähdä todellisena ilmiönä. Beckin mukaan alapolitisoituminen johtaa politiikan käsitteen muuttumiseen, koska kansallisvaltioon perustuvana käsitteenä se ei kuvaa nykyisen politiikan realiteetteja ja uutta osallistumista. Poliittinen aktiivisuus ei ole laskenut, se on vain siirtynyt perinteisiltä poliittisilta areenoilta ennen epäpoliittisiksi koetuille areenoille.

Politiikka voidaan määritellä esimerkiksi seuraavalla tavalla:

*”Politiikka on sellaista ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa esiin nousevien ongelmien käsittelyä, missä ihmiset pyrkivät edistämään omia tavoitteitaan erilaisia vallankäytön keinoja käyttäen.”*²⁴⁹

Jos politiikka määritellään omien tavoitteiden edistämiseksi, ei poliittinen kuluttajuus mahdu tällaisen määritelmän raameihin. Poliittinen kuluttajuus Reilun kaupan esimerkin mukaan syntyi hyödykefetissin ja globaalin solidaarisuuden tuloksena, joiden taustalla on toki oma tarpeiden tyydytys. Ihmiset pyrkivät ostamaan Reilun kaupan tuotteita, koska se oli heistä oikein. Epäoikeudenmukaisuutta aiheutti esimerkiksi USA:n ja Euroopan vapaata kilpailua vääristävät maataloustuet. Jos määrittelemme poliittisen osallistumisen Paloheimon ja Wibergin mukaan, poliittinen kuluttajuus ei mahdu politiikan raameihin. Tällöin Beckin vaatimus politiikan käsitteen uudelleen muotoilusta on hyvin perusteltu.

²⁴⁸ Kettunen, Kiviniemi, 2000, 49-55

²⁴⁹ Paloheimo, Wiberg, 1997, 47-48

Toisaalta poliittinen osallistuminen voidaan määritellä: ”*mukana oloksi poliittisessa toiminnassa*²⁵⁰”. Jos tämän määritelmän taustalla on edellinen määritelmä politiikasta, ei kuluttajuus poliittisena osallistumisena edelleenkään mahdu politiikan käsitteen raameihin. Lisäksi kuluttaminen ei ole vain mukana oloa, vaan aktiivista toimintaa. Kuluttajuuden taustalla on aina henkilökohtainen valinta, jolloin pelkästään mukanaolo ei riitä. Toisaalta kuluttajat ostamalla Reilun kaupan tuotteita ovat mukana Reilun kaupan ja FLO:n toiminnassa. Kun luvussa kolme määrittelin poliittisen kuluttajuuden ehtoja, todettiin tiedostavan kuluttamisen olevan poliittista. Kaikki tiedostava kuluttaminen ei kuitenkaan ollut poliittista kuluttajuutta, mitä esimerkki allergisesta henkilöstä osoitti. Myöskään vahingossa Reilun kaupan tuotteita ostavaa kuluttajaa ei voitu määritelmän mukaan pitää poliittisena. Toisaalta oli Reilun kaupan ostaminen harkittu päätös tai harkitsematon, tulee tukeneeksi Reilun kaupan toimintaa. Tällöin pelkkää mukana oloa poliittisessa toiminnassa ei voida pitää kattavana poliittisen osallistumisen määritelmänä poliittisen kuluttajuuden näkökulmasta, vaan taustalle tarvitaan tietoinen päätös osallistumisesta.

Berndtson määrittelee politiikan prosessiksi, eli erilaisten toimintojen kokonaisuudeksi. Prosessin käsite viittaa siihen, että politiikka on koko ajan käynnissä oleva, jatkuvasti muuttuva tapahtumien sarja. Tälle prosessille on ominaista, että se lähtee ihmisten erilaisista tarpeista, eduista, arvoista ja haluista, joita jokainen pyrkii tyydyttämään. Poliittiseen toimintaan liittyy kuitenkin aina konflikti. Taloudellisen toiminnan perimmäisenä ehtona on nähty ihmisten tarpeiden tyydyttäminen ja tarpeiden tyydyttäminen on ymmärretty puhtaasti teknisenä ongelmana. Ihmisen toiminta muuttuu poliittiseksi silloin, kun on tehtävä ratkaisuita kahden tai useamman sellaisen vaihtoehdon väliltä, joista ei ole yksimielisyyttä ja joita kaikkia ei voida toteuttaa. Oleellista on myös se, että poliittiseen toimintaan liittyy aina yhteistoimintaa.²⁵¹

Berndtsonin määritelmä on Paloheimon ja Wibergin määritelmää avarampi ja poliittinen kuluttajuus on siten helpompi istuttaa tähän määritelmään. Kuluttajuus on perimmiltään tarpeiden tyydytystä ja jos otamme Watsonin Adam Smith tulkinnan taustalle, Berndtsonin näkemys kuvaa hyvin myös kuluttajuuden taustalla olevia seikkoja. Myös hyödykefetissin käsite mahtuu näihin raameihin. Ongelmaksi edelleen muodostuu solidaarisuuden käsite, joka voidaan katsoa olevan yksi tärkeimmistä poliittista kuluttajuutta selittävästä tekijöistä Reilun

²⁵⁰ Paloheimo, Wiberg, 1997, 200

²⁵¹ Berndtson, 2000, 32-35

kaupan valossa. Poliitiikan määritelmät lähtevät monesti oman edun tavoittelusta, mutta entä kun poliittista toimintaa harjoitetaan omat edut huomioiden ja samalla toisten etuja ajaen.

Kuluttajuuden ja kansalaisuuden ero on pyritty määrittelemään toiminnan motiivin kautta. Kuluttajuuden taustalla on katsottu olevan itsekäs ja yksilöllinen tarpeen tyydytys, kun taas kansalaisuus perustuu pyrkimyksille kollektiiviseen hyvään. Perusoletus on ollut se, että marketissa ostoksilla käyvän kuluttajan toiminta on ala-arvoisempaa verrattuna äänestämiseen tai kansalaisuuden harjoittamiseen muilla tavoin. On kuitenkin aika lopettaa erotteluiden tekeminen kuluttajan ja kansalaisen välille. Schudson listaa viisi syytä miksi kuluttaja/kansalainen-jako tulisi kyseenalaistaa. Ensimmäinen syy, kuten Reilun kaupan analyysi osoitti, kulutusvalinnat ovat poliittisia ja joiden tarkoitus on kasvattaa yhteistä hyvää. Toiseksi, kuluttajuus on muutakin kuin vain hetken valinta. Jotkin kuluttajuuden muodot vaikuttavat ja vahvistavat demokraattisia arvoja, toiset eivät. Kolmanneksi, joskus poliittiset valinnat ovat kulutusvalinnan kaltaisia kapeita ja itsekkäistä syistä tehtyjä, joiden tarkoituksena on kasvattaa yksilön/ryhmän hyötyjä suhteessa muihin yksilöihin/ryhmiin. Neljännen syyn mukaan politiikassa on usein kyse voittamisesta tai häviämisestä, jolloin politiikan tarkoitus voi olla pyrkiä vain yhtä osapuolta hyödyttävään ratkaisuun. Lisäksi kuluttajan ja kansalaisten toiminta ja niiden määritelmät ovat jatkuvasti muuttuvia.²⁵²

Reilun kaupan analyysi poliittisen kuluttajuuden valossa kyseenalaisti kuluttajuuden sitoutumisen vain oman hyödyn tavoitteluun. Kuluttajuus lähtee henkilökohtaisten tarpeiden tyydytyksestä, mutta valinnan taustalla voi olla hyvin solidaarisia ja altruistisia arvoja. Suurimman eron kansalaisen ja kuluttajan välille tekee kysymys tulojaosta. Poliittisen aktiivisuuden ja kansalaisuuden tulee lain mukaan olla kaikille mahdollista tasapuolisesti. Kuluttajuus sen sijaan liittyy aina varallisuuteen, jolloin sen kautta suuremman varallisuuden omaavat pystyvät tekemään erilaisia valintoja markkinoilla. Varattomilla ei sen sijaan välttämättä ole mahdollisuutta valintaan. Tällöin kaikista köyhin kansanluokka voi jäädä poliittisen kuluttajuuden ulkopuolelle.²⁵³ Poliittinen kuluttajuus ei siis ole tasa-arvoinen poliittisen osallistumisen muoto, vaan taloudellisista ansioista riippuva potentiaali vaikuttaa. Tämä on perinteisen demokraattisen politiikan näkökulmasta yksi poliittisen kuluttajuuden ongelmallisimmista puolista.

²⁵² Schudson, 2007, 237-239

²⁵³ Schudson, 2007, 247

Reilun kaupan esimerkin kautta voimme todeta kuluttamisen antavan kansalaisille uuden kansalaistoiminnan työkalun. Se ei ole korvaamassa perinteistä politiikkaa, vaan se antaa työkaluja operoida alueilla joilla perinteinen politiikka ei pysty operoimaan. Yksi tällainen alue on globaalit hyödykemarkkinat ja kansalaisten yksityisyyden piiri. Uutena kansalaistoimintana kuluttajuus myös herättää keskustelua ja sitä kautta sillä on potentiaalia muokata poliittista agenda.

7.2. Valta ja uusi osallistuminen

Warren pohtii erilaisia näkemyksiä siitä, miten demokratiateoriaa tulisi muokata sopimaan paremmin nykypäivän realiteetteihin. Warrenin analyysi sopii hyvin yhteen Beckin vaatimuksen kanssa politiikan käsitteen uudelleen muotoilusta. Ensinnäkin demokratian tulisi seurata politiikkaa, ei poliittisia instituutioita. Jos voimme löytää politiikkaa supermarketista, työpaikoilta, kouluista, kirjoista jne., miksi emme löytäisi myös demokratian periaatteita sieltä? Valtiokeskeiset instituutiot säilyvät tärkeinä, mutta ne hallitsevat yhä harvempia politiikan tiloja. Demokratian tulisi kuulua olennaisena osana yhteiskuntaan ja talouteen.²⁵⁴ Poliittikan kentälle nousee uusia agendan määrittelijöitä perinteisten poliittisten instituutioiden lisäksi.

Reilun kaupan raporteissa demokratia on tärkeä osa FLO:n ja osuuskuntien toimintaa. Raporteissa ja standardeissa mainitaan useasti demokraattisten päätöksentekojärjestelmien luomisen ensisijaisuus kaikkeen Reilun kaupan alaiseen päätöksentekoon. Demokraattisia arvoja pyritään vahvistamaan koulutuksen ja opetuksen kautta. Reilun kaupan järjestelmässä osuuskunnat ja työntekijöiden yhteenliittymät päättävät kaikista muutoksista ja esimerkiksi Reilun kaupan lisän käytöstä. Näiden järjestelyiden kautta pienviljelijöiden ja tehtaiden työntekijöiden valtaa suhteessa omaan elämään ja elinympäristöön pyritään kasvattamaan. Toinen tärkeä periaate kaikessa Reilun kaupan päätöksenteossa on läpinäkyvyys.²⁵⁵ Monissa alapolitiikkakritiikeissä herätetään keskustelua kansalaisosallistumisen ja alapolitiikan epädemokraattisuudesta. Reilun kaupan kautta demokraattisuutta pyritään tuomaan myös poliittisen kuluttajuuden ja siten alapolitiikan piiriin.

²⁵⁴ Warren, 2002, 687-688

²⁵⁵ Katso esim. Generic Fairtrade Standards for Small Farmers' Organizations, http://www.fairtrade.net/producer_standards.html

Demokraattisen osallistumisen mahdollisuudet vaikuttaa perinteisiin poliittisiin instituutioihin voi olla rajoittunutta, mutta mahdollisuudet vaikuttaa yhteiskuntaan ja talouteen ovat rajaamattomat. Valtion koko ja laajuus puoltaa edustuksellisuutta, mutta alueet joita valtio ei suoraan hallitse, eivät ole demokraattisten rajoitusten kohteena. Tällaisia alueita ovat kansalaisyhteiskunta ja talous. Näillä alueilla kansalaisliikkeet voivat tehdä sellaisia asioita, joihin valtio ei pysty. Esimerkiksi sertifioidut tuotteet antavat kuluttajalle mahdollisuuden äänestää ostovoimallaan. Tällöin kansalaisryhmät toimivat valtioiden suojissa, mutta eivät niiden rajoissa. Yritykset pystyvät painostamaan ja lobbaamaan valtioita, mutta ne eivät pysty vaikuttamaan kuluttajien toimintaan kuin mainonnan kautta.²⁵⁶

Globalisaation kautta monet poliittiset kysymykset ovat kansainvälisiä, kuten edellä on lukuisia kertoja mainittu. Warrenin mukaan kansalaisten mahdollisuudet vaikuttaa rajojen yli julkisuuden, poliittisen ja taloudellisen paineen, sekä suoran toiminnan kautta eivät koskaan ole olleet paremmat.²⁵⁷ Viimeisten vuosikymmenten aikana yhteiskunnat ovat käyneet läpi suuren muutoksen, jossa monista sosiaalisen elämän aspekteista on tullut riippuvaisia markkinavaihdosta. Taloudellista valtaa ei tällöin voi erottaa muista vallan alueista. Mediateollisuuden ja mediainstituutioiden kasvu on osa tätä prosessia. Nykyään valtaa ei ole vain yhdellä taholla, vaan voimme jakaa vallan päätyypit kolmeen: taloudelliseen, poliittiseen ja symboliseen valtaa. Taloudellinen valta syntyy työn ja materiaalisten resurssien tuotannosta. Se institutionalisoituu markkinoiden, yritysten pääoman ja rahan muodossa. Taloudellinen valta liittyy suorasti tai epäsuorasti kaikille sosiaalisen toiminnan tasoille. Hyödykkeiden ja markkinainstituutioiden kautta taloudellinen valta vaikuttaa kulttuuriin, taiteeseen, mediaan ja julkiseen tilaan.²⁵⁸ Kansalaiskuluttajuuden potentiaali toimii juuri taloudellisen vallan tasolla, koska kuluttajuuden kautta kansalaiset vaikuttavat taloudellisen vallan instituutioihin, kuten yrityksiin.

Poliittinen valta syntyy tarpeesta hallita, suunnata ja rajoittaa ihmisten toimintaa. Sen institutionalisoituneita muotoja ovat valtio, poliittiset puolueet, laillinen järjestelmä ja pakottavana voimana armeija. Pääasiallinen resurssi on oikeus säätää lakeja ja jakaa poliittisen päätöksenteon auktoriteettia tietyille yhteiskunnallisille tahoille. Poliittisen vallan tärkeimpiä

²⁵⁶ Warren, 2002, 689

²⁵⁷ Warren, 2002, 689-690

²⁵⁸ Förnäs et al, 2007, 56-57

tehtäviä ovat lakien ja sääntöjen noudattamisen valvominen.²⁵⁹ Alapolitiikan ja poliittisen kuluttajuuden elinehto oli poliittisen vallan demokraattisuus, joka mahdollistaa kansalaistoiminnan. Alapolitiikka kuitenkin haastaa poliittisen vallan ja vaikuttaa siten myös poliittisen agendan muotoutumiseen.

Kolmas vallan laji on symbolinen valta, jonka tehtäväksi Förnäs et al. määrittelevät epämääräisyyden vähentämisen. Myöhäismoderneissa yhteiskunnissa symbolinen valta jakautuu laajalle joukolle yhteiskunnallisia instituutioita, kuten kirkot, koulut yliopistot, teatterit ja media. Symbolinen valta institutionalisoituu neljällä tavalla: (1) uskonnon, (2) tieteen, (3) taiteen ja (4) median kautta. Valta jakaantuu useisiin kilpaileviin alueisiin, joiden keskinäiset vahvuudet ovat muuttuneet historian saatossa. Taloudellinen valta linkittyy kaikille vallan alueille, mutta se on erityisesti nähtävissä hyödyketuotannossa ja kierrossa, joka linkittää taloudellisen vallan median kulutukseen. Hyödyketuotannon ja markkinainstituutioiden kautta taloudellinen valta vaikuttaa kulttuuriin, taiteeseen, mediaan ja julkiseen piiriin.²⁶⁰

Koska poliittinen kuluttajuus ja Reilu kauppa pyrkivät vaikuttamaan juuri markkinoiden kautta, on niiden käyttämä valta pääasiassa taloudellista. Siihen liittyy elimellisenä media ja symbolinen valta. Kuitenkin poliittisen kuluttajuuden tärkein tehtävä on pyrkiä vaikuttamaan poliittiseen valtaan. Poliittinen kuluttajuus sellaisena, kuin aiemmin on määritelty osoittaa hyvin eri vallan lajien sekoittumisen. Samoin Reilun kaupan esimerkki osoittaa demokraattisten arvojen levittämisen poliittisen kuluttajuuden ja alapolitiikan alueelle olevan mahdollista.

7.3. Epäpoliittisesta poliittiseksi

Empiirinen aineistoni koostui Reilun kaupan vuosiraporteista ja tarkoitukseni niiden kautta oli arvioida Beckin alapolitiikkaa, riskiyhteiskuntaa ja uudenlaista poliittista osallistumista. Ongelmaksi Reilun kaupan vuosiraporttien kohdalla nousi niiden mainoksellisuus. Raportit eivät tarkemman tarkastelun jälkeen pyrkineet analysoimaan syvällisemmin globaalin talouden ongelmia tai tarvetta Reilun kaupan järjestelmälle, vaan niiden pääfokus oli kertoa Reilun kaupan saavutuksista ja muiden tuotemerkkien epäluotettavuudesta. Analyysiä

²⁵⁹ Förnäs et al., 2007, 57

²⁶⁰ Förnäs et al, 2007, 57

kuitenkin helpotti Reilusta kaupasta tuotetut lukuisat akateemiset kirjoitukset, joiden kautta Reilun kaupan raporttien tarinoita pystyi analysoimaan ja saamaan monipuolisemman kuvan järjestön toiminnasta.

Metodina työssäni toimivat narratiivisuus ja kuva-analyysi johtuen empiirisen aineiston luonteesta. Kuva-analyysi ei sinänsä anna vastauksia tutkimuskysymyksiin, mutta kuvat tukevat kerrottuja tarinoita. Itse asiassa kuvia ei voi erottaa tarinoista. Niiden kautta painotetaan työn merkitystä ja luodaan mielikuvia kuluttajille. Kuvat myös muuttavat perinteistä kolmannen maailman esittämistä, jota kohtaamme länsimaissa. Kuvissa ei ole kurjuutta eikä köyhyyttä, vain iloisia työssä käyviä aikuisia ja koulussa opiskelevia lapsia. Tarinat sen sijaan kuvaavat yksinkertaisesti ja kansankielisesti teoreettisessa keskustelussani esiin nostamiani kysymyksiä. Ne kertovat riskeistä, globaalien markkinoiden ongelmista ja Reilun kaupan, eli poliittisen kuluttajuuden vaikutuksista tuottajiin.

Reilu kauppa kuitenkin on hyvä esimerkki poliittisesta kuluttajuudesta ja siten työni todentaa uudenlaisen osallistumisen olemassaoloa. Reilu kauppa todistaa sitä, että kuluttaminen on poliittista alueella, johon valtion on hankala puuttua. Globaalit hyödykemarkkinat tarvitsevat suitsimista ja pelisääntöjä, mutta valtioiden välisen yhteistyön kautta ei niitä ole saatu aikaiseksi eikä vapaita markkinoita toisaalta ole haluttukaan rajoittaa. Tällöin esimerkiksi Suomen valtion hallinnon kädet ovat kovin sidottuja saada aikaan ratkaisuita esimerkiksi lapsityövoimalla tuotettujen kulutushyödykkeiden liikkumisen estämiseksi. Poliittiselle kuluttajuudelle rakentuvat järjestöt sen sijaan pystyvät operoimaan alueella, joka kuuluu niin taloudellisen kuin symbolisen vallan alueelle. Se on myös alue, joka kuuluu yksityisen elämän piiriin.

Tarkoitukseni ei kuitenkaan ole tässä työssä lähteä pohtimaan politiikan käsitteen muutosta tarkemmin, koska jo omana aiheenaan se on vähintään kokonaisen tutkielman mittainen. Myöskään aineistoni ei anna tähän mitään vastauksia. Työni kuitenkin herättää kysymyksiä tulevia tutkimuksia varten. Minkälaiseksi politiikan käsite tulisi muotoilla, jotta siinä voitaisiin huomioda uudenlainen poliittinen osallistuminen? Myös alapolitiikan todellista merkittävyyttä olisi syytä tutkia tarkemmin myös muiden alapolitiikan muotojen kautta poliittisen kuluttajuuden lisäksi. Olisi tärkeää pohtia, mikä on alapolitiikan todellinen rooli politiikan kentällä. Näihin kysymyksiin en pysty työni kautta vastaamaan, eikä se ole ollut

tarkoituksenikaan. Tarkoitukseni oli tutkia erityisesti poliittista kuluttajuutta ja sitä kautta politiikan ja markkinoiden sekoittumista, sekä pohtia kuluttajuuden paikkaa politiikassa.

Työni lopputulos on se, että meidän tulisi innovatiivisemmin ja avoimemmin pohtia poliittista osallistumista ja politiikan käsitettä. Jos puolueet eivät kiinnosta, se ei automaattisesti tarkoita, että politiikka ei kiinnosta. Kuluttajuus on hyvä esimerkki uudeltaisesta poliittisesta toiminnasta, jolla on potentiaalia saada aikaan vaikutuksia. Reilun kaupan kautta vaikutukset kohdistuvat tuottajien elintason paranemiseen ja heidän asemansa parantumiseen yhteisössä. Reilun kaupan kaltainen tunnettu järjestö voi siten helposti herättää keskustelua, joka voi saada aikaiseksi muutosta vallitsevissa käytännöissä. Reilu kauppa tuo agendalle uudenlaisen kertomuksen globaalista kaupasta ja esimerkiksi maataloustukien vaikutuksista.

Vaikka kuluttajuus esimerkkinä repiikin auki politiikan määritelmiä ja pakottaa meidät pohtimaan miten kuluttajuuden kaltainen uusi kansalaistoiminta sopii politiikan määritelmään, ei se vähennä perinteisen politiikan merkittävyyttä. Globalisaatio kuluttajuuden kohdalla tarkoittaa, että toimilla on globaaleja seurauksia. Hallitukseen kohdistuu kritiikkiä, koska ne eivät pysty puskuroimaan markkinoiden kautta kansalaisiin kohdistuvaa epävarmuutta. Kuluttajuus siis haastaa politiikan rajoja kansalaistoiminnan kohdalla ja pakottaa meidät todella pohtimaan alapoliittikan merkitystä. Kari Palosen mukaan on käynyt ilmi, ettei politiikan monimielisyyden ja kiistanalaisuuden ymmärtäminen ole enää pelkkä akateeminen kysymys. Esimerkiksi gallup-uteluille 'oletteko kiinnostunut politiikasta' ei Palosen mukaan voi antaa mitään arvoa, koska vastaajat ymmärtävät politiikan eri tavoin²⁶¹. Tämän vuoksi kysymystä politiikan merkityksestä tulisi pohtia. Työlläni olen halunnut tutkia ja ravistella luotuneita käsityksiä politiikasta ja poliittisesta osallistumisesta, sekä tuoda ilmi seikan, että poliittinen apaattisuus nuorten keskuudessa ei välttämättä pidä paikkaansa. Koko graduni oleellisimman pointin tiivistää Fornäsin seuraava kommentti:

”Rajalinjojen ylittäminen on mielenkiintoista, tuottavaa ja usein kapinallista kuten on myös niiden pohdinta, problematisointi ja tarkasteleminen jähmettyneiden valtarakenteiden oppositiona. Mutta niiden täydellinen tieltä raivaaminen on joko turhaa tai askel kohti totalitaarisuutta. Sfäärejä voi verrata talon huoneisiin: ovia ja ikkunoita tarvitaan, seinien paikkaa on siirrettävä ja joitain seiniä purettava, mutta myös joitakin seiniä, erottamista ja eron tekemistä tarvitaan niin suunnan ja aseman määrittämiseksi kuin suojaksikin.”²⁶²

²⁶¹ Palonen, 1994, 17

²⁶² Fornäs, 1995, 83

8. LOPUKSI – SHOPPING FOR A BETTER WORLD?

Gradussani tarkoitukseni on ollut pohtia kuluttajuuden merkittävyyttä ja erityisesti kulutuksen haluttuja vaikutuksia. Kysymys on tällöin kuluttajan roolista globaalissa kaupassa. Yrityksiltä vaaditaan yritysvastuuta ja hallituksia vaaditaan puuttumaan kaupan epäoikeudenmukaisuutta tuottaviin rakenteisiin. Onko kuluttajalla kuitenkin jokin vastuu kaupan prosesseissa? Kuinka paljon kuluttamisen kautta voidaan todella vaikuttaa ja voiko tällaisen vaikuttamisen ymmärtää poliittiseksi toiminnaksi? Ulrich Beckin alapolitiikkakeskustelu antoi tälle työlle hyvän teoreettisen perustan. Tapaustutkimukseksi valikoitui Reilu kauppa, koska järjestön pääpaino on globaalien markkinoiden kriittisessä arvioinnissa.

Työssäni lähdin siis tutkimaan poliittista kuluttajuutta osana alapolitiikkaa. Globalisaatio muuttaa erityisesti politiikan tilaa, mutta se myös tuo uusia kysymyksiä politiikan piiriin. Globalisaation myötä kaupasta on tullut kasvotonta ja kuluttajan on lähes mahdotonta saada tietoa kuluttamiensa hyödykkeiden alkuperästä. Määritelmän mukaan kuluttajuutta politisoi tuotannon ongelmat. Reilu kauppa pyrki tarinoillaan voimakkaasti politisoimaan tuotanto-olosuhteita kehitysmaissa ja rakentamaan voimakasta korrelaatiota kuluttajan valintojen ja tuotanto-olojen välille. Reilun kaupan raporttien valossa hyödykefetissi ja solidaarisuus näyttivät politisoivan kuluttajia, jolloin tuotteiden tuotanto-olosuhteista tiedottaminen on ensisijaisen tärkeää. Tällöin kuluttaja hankkiessaan itselleen tuotteen hankkii samalla hyvän mielen, koska on pystynyt auttamaan kaukaista tuottajaa. Kulutuksen ympärille rakentunutta poliittista toimintaa ajaa halu parantaa toisten asemaa.

Reilun kaupan esimerkin myötä voimme myös sanoa alapolitisoitumisen olevan todellinen ilmiö. Beck ja Giddens määrittelivät individualisoitumisen yhdeksi suureksi yhteiskuntia muokkaavista trendeistä länsimaissa. Kuluttajuus kulkee käsi kädessä yksilöllistymisen kanssa, koska omaa persoonallisuutta ja individualismia usein tuotetaan kuluttajuuden kautta. Erilaiset muodit ovat tästä hyvä esimerkki. Individualismin lisäksi globalisaatio muokkaa politiikan kenttää ja poliittisia kysymyksiä, mutta samalla se myös tunkeutuu kaikkien ihmisten henkilökohtaiseen elämään. Beckin mukaan erityisesti globaalit riskit synnyttävät alapolitisoitumista. Yhteiskuntien turvainstituutiot eivät pysty enää kontrolloimaan kaikkia kansalaisiin kohdistuvia riskejä, jolloin kansalaisten itse on aktivoituttava ja alettava toimia riskien välttämiseksi. Tämä politisoi yksilön.

Reilun kaupan raporttien kertomukset kuvasivat yksilöiden valinnan merkittävyyttä. Samoin globalisaatio nousi tarinoissa selvästi esiin. Riskit olivat osa monia kertomuksia, mutta vain tuottajien tarinoissa. Tämä oli sinänsä yllättävä löydös, koska lähtökohtaisesti oletin riskien löytyvän juuri kuluttajien tarinoista ja määrittävän siten heidän valintojaan. Tämä lähtöoletus oli siis virheellinen. Reilun kaupan valossa riskit eivät ole poliittista kuluttajaa motivoiva tekijä, vaan kuluttajuuden taustalta löytyivät hyödykefetissi ja solidaarisuus. Tämä ei kuitenkaan johda siihen, että meidän tulisi hylätä Beckin alapoliitiikka. Alapolitisoituminen ei poliittisen kuluttajuuden kohdalla ole reaktio riskeihin, mutta kuluttajuus todentaa muuten alapoliitiikan olemassaoloa.

Beckin mukaan alapolitisoituminen haastaa koko nykyisen politiikan määritelmän. Tarkoitukseni ei tässä työssä ole ollut lähteä määrittelemään tarkemmin uudenlaista politiikan käsitettä, vaan lähinnä pohtia Beckin väittämää. Beckin mukaan politiikan käsite vaatii uudelleenmuotoilua, koska se ei huomioi uudenlaista poliittista osallistumista, eli alapoliitiikkaa. Graduni aineiston analyysin valossa voin olla Beckin kanssa samaa mieltä. Kuluttajuus osoittaa, että poliittinen osallistuminen on muuttunut, jolloin itse politiikan käsitteen sisältöä tulisi tarkemmin tutkia. Kuluttajuus voi tietysti ehdoin olla poliittista toimintaa, mutta sitä ei usein mielletä sellaiseksi. Poliittinen kuluttajuus saa myös aikaan vaikutuksia, kuten Reilu kauppa todentaa.

Huomionarvoinen seikka oli kuitenkin se, että Reilu kauppa antaa valtaa erityisesti länsimaiselle kuluttajalle. Taloudellisen vakauden ohella tuottajan valta ottaa vastuuta omasta elämästään lisääntyä, mutta valtasuhde etelän ja pohjoisen välillä säilyy ennallaan. Eli vaihtelevien markkinahintojen ja poliittisten päätösten sijaan globaalien etelän tuottaja on riippuvainen länsimaisista kuluttajista ja siten myös Reilun kaupan järjestelmästä, jonka täytyy tiedottaa, markkinoida ja houkuttaa kuluttajat ostamaan Reiluja tuotteita. Tällöin voimme todeta kuluttajan valinnoilla todella olevan merkitystä tuottajan kannalta.

Kuluttajilla on siis vastuu valinnoistaan, koska yritykset eivät ole tätä vastuuta ottaneet. Poliittisella kuluttajuudella on potentiaalia vaikuttaa markkinoihin ja hyödykkeiden tarjontaan, mutta myös politiikkaan symbolisen vallan kautta. Kuluttajina emme voi sulkea silmiämme globaalien tuotannon ongelmilta ja olla välittämättä kuluttamiemme hyödykkeiden vaikutuksista tuottajiin ja ympäristöön. Yritykset kantavat toiminnastaan edelleen suurimman

vastuun, mutta kansalaisella on mahdollisuus äänestää jaloillaan joko yritysten puolesta tai niitä vastaan. Tämä antaa kuluttajalle valtaa, mutta samalla myös vastuuta päätöksistään. Vastuu päätöksistä tarkoittaa tässä tapauksessa sitä, että emme voi olla pohtimatta kulutuksemme kokonaisseurauksia. Niin kauan kun olemme riippuvaisia globaalista hyödykkeiden vaihdosta, emme voi olla välittämättä omien valintojemme seurauksista.

Kuluttajuus on siis uudenlainen kansalaistoiminnan ja painostuksen työkalu, joka antaa kansalaisille uudenlaista valtaa. Kuluttajuus on poliittista toimintaa, joka operoi alueella jota valtio suojaa laein, muttei kontrolloi. Tämä kappaleen otsikko on Reilun kaupan vuosiraportin otsikko ja mielestäni hyvä kysymys. Kuluttajuus toimii tiukoissa rajoissa ja on hyvin marginaalinen tapa vaikuttaa. Toisaalta se on yksi erilainen tapa ottaa kantaa kysymyksiin, joihin perinteiset politiikan kanavat eivät anna mahdollisuutta. Kuluttajuuden kautta politiikan piiriin nousee myös uusia kysymyksiä, jolloin Reilu kauppa toimii symbolisen vallan kautta agendan määrittäjänä. Kuluttajuuden kautta on siis mahdollisuus saavuttaa todellisia vaikutuksia.

LÄHDELUETTELO

Aineisto

FLO:n vuosiraportit:

Shopping for a Better World 2003/04

Delivering Opportunities 2004/05

Building Trust 2005/06

Shaping Global Partnership 2006/07

http://www.fairtrade.net/annual_reports0.html

Kirjallisuus ja artikkelit

Andersen, Jørgen Goul – M. Tobiansen (2004), *Who Are These Political Consumers Anyway? Survey Evidence From Denmark* kirjassa **Micheletti, Michele – A. Follesdal - D. Stolle (ed.)** 2004, *Politics, Products and Markets, Exploring Political Consumerism, Past and Present*. New Jersey: Transaction Publishers

Bauman, Zygmunt (1999), *In Search of Politics*. Cambridge: Polity Press

Beck, Ulrich (1998), *Democracy Without Enemies*. Cambridge: Polity Press

Beck, Ulrich (1997), *The Reinvention of Politics, Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Cambridge: Polity Press

Beck, Ulrich (1995), *Politiikan uudelleenkeksiminen: kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa*. Teoksessa **Beck Ulrich – A. Giddens - S. Lash** (1995), *Nykyajan jäljillä, Refleksiivinen modernisaatio* Tampere: Vastapaino

Beck, Ulrich (1999), *World Risk Society*. Cambridge: Polity Press

Beck, Ulrich (1992), *Risk Society – Towards a New Modernity*. London: Sage Publications

Bennet, Lance W. – T. Lagos (2007), *The Logo Logic: The Ups and Downs of Branded Political Communication*. *The Annals of the American Academy*, 611, May

Berndtson, Erkki (2000), *Politiikka tieteenä – Johdatus valtio-opilliseen ajatteluun*. Helsinki: Oy Edita Ab

Czarniawska, Barbara (2004), *Narratives in Social Science Research*. London: SAGE Publications

Della Porta, Donatella (suomentanut Rättilä Tiina) (2000), *Edustuksellisten demokratioiden uudet haasteet*. *Politiikka* 42(4)

Ewen, Stuart (1988), *All Consuming Images – The Politics of Style in Contemporary Culture*. New York: Basic Books Inc.

Fischer, Frank (2005), *Participatory Governance as Deliberative Empowerment – The Cultural Politics of Discursive Space*. *The American Review of Public Administration* 36(1)

Fornäs, Johan (1995), *Kulttuuriteoria – Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Tampere: Tammer-Paino Oy

Fornäs, Johan – K. Becker – E. Bjurström – H. Ganetz (2007), *Consuming Media – Communicatio., Shopping and Everyday Life*. King's Lynn: Berg

Friedman, Monroe (2004), *Using Consumer Boycotts To Stimulate Corporate Policy Changes: Marketplace, Media and Moral Considerations*. Teoksessa **Micheletti, Michele – A. Follesdal – D. Stolle** (ed.) (2004), *Politics, Products and Markets, Exploring Political Consumerism, Past and Present*. New Jersey: Transaction Publishers

Giddens, Anthony (1999), *Runaway World - How Globalization Is Reshaping Our Lives*. London: Profile Books

Goodman, Michael K. (2004), *Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods*, *Political Geography* 23

- a) **Held, David** (2005), *Globalization: The Dangers and the Answers*
- b) **Held, David** (2005), *What are the Dangers and the Answers? Clashes over Globalization*
Teoksessa **Barnett, Anthony – D. Held – C. Henderson (ed.)** (2005), *Debating Globalization*. Cambridge: Polity Press
- Hoffrén, Jari** (1998), *Oikeusvaltiollinen demokratia ja jatkuva keskustelun eetos*. *Politiikka* 40(2)
- Holzer, Boris – M. Sørensen** (2003), *Rethinking Subpolitics – Beyond the ‘Iron Cage’ of Modern Politics?*. *Theory, Culture & Society* 20(2)
- Houghton, Julie R. – E. Van Kleef – G. Rowe – L.J. Frewer** (2006), *Consumer perceptions of the effectiveness of food risk management practices: A cross-cultural study*. *Health, Risk & Society* 8(2)
- Hänninen, Vilma** (2006), *A Model of Narrative Circulation*. Teoksessa **Atkinson, Paul – S. Delamont (ed.)** (2006) *Narrative methods, Volume 2*. London: SAGE Publications Ltd
- Ilmonen, Kaj** (2007), *Johan on markkinat – kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino
- Inoguchi, Takashi** (2005), *Three Modes of Ordering amidst Globalization*. Teoksessa **Barnett, Anthony – D. Held – C. Henderson (ed.)** (2005), *Debating Globalization*. Cambridge: Polity Press
- Jaffee, Daniel – J. R. Jr. Kloppenburg – M. B. Monroy** (2004), *Bringing the “Moral Charge” Home: Fair Trade within the North and within the South*. *Rural Sociology* 69(2)
- Kettunen, Pekka – M. Kiviniemi** (2000), *Osallistumisen tutkimus ja kansalaisten muuttuva toimintaympäristö*. *Politiikka* 42(1)

Kupiainen, Reijo (2007), *Voiko kuvaa lukea? Visuaalisen lukutaidon kysymyksiä*. Teoksessa **Rossi, Leena-Maija – A. Seppä** (2007), *Tarkemmin katsoen – Visuaalisen kulttuurin lukukirja*. Tampere: Tammer-Paino

Latour, Bruno (2007), *Turning Around Politics – A Note on Gerard de Vries' Paper*. *Social Studies of Science* 37(5)

Lehtonen, Mikko (2000), *Merkitysten maailma – Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia*. Tampere: Vastapaino

Lehtonen, Turo-Kimmo (1999), *Rahan vallassa – Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki*. Helsinki: Cosmoprint Oy

Levin, Margaret – A. Linton (2003), *Fair Trade: A Cup at a Time?*. *Politics & Society* 31(3)

Lewin, Bryan – D. Giovannucci – P. Varangis (2004), *Coffee Markets – New Paradigms in Global Supply and Demand*. Agriculture and Rural Development Discussion Paper 3, World Bank

Micheletti, Michele (2003), *Political Virtue and Shopping, Individuals, Consumerism and Collective Action*. New York: Palgrave MacMillan

Mythen, Gabe (2007), *Reappraising the Risk Society Thesis – Telescopic Sight or Myopic Vision?*. *Current Sociology* 55(6)

Nieminen, Hannu – M. Pantti (2004), *Media Markkinoilla – Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-Kirjat

Paloheimo, Heikki – M. Wiberg (1997), *Politiikan perusteet*, Porvoo: WSOY

Patomäki, Heikki – T. Teivainen (2003), *Globaali demokratia*. Tampere: Tammer-Paino

Palonen, Kari (1994), *Ovelointia vai untamointia? Voidaanko politiikkaa suomentaa?*. Teoksessa **Palonen, Kari**, *Kootut retoriikat*. Jyväskylän yliopisto: SoPhi, Yhteiskuntatieteiden, valtio-opin ja filosofian julkaisuja 11

Saari, Juho (2004), *Globaali hallinta – Historiallinen tutkimus globalisaation tulevaisuudesta*. Helsinki: Helsinki University Press

Schudson, Michael (2006), *The Troubling Equivalence of Citizen and Consumer*. The Annals of the American Academy (1)

Schudson, Michael (2007), *Citizens, Consumers, and the Good Society*. The Annals of the American Academy 611

Scruton, Roger (2005), *Delusions of Internationalism*. Teoksessa **Barnett, Anthony – D. Held – C. Henderson (ed.)** (2005), *Debating Globalization*. Cambridge: Polity Press

Seppä, Anita (2007), *Kulttuurin kuvallistuminen – Teknologinen seuraus vai teoreettinen ylilyönti*. Teoksessa **Rossi, Leena-Maija – A. Seppä** (2007), *Tarkemmin katsoen – Visuaalisen kulttuurin lukukirja*. Tampere: Tammer-Paino

Seppänen, Janne (2005), *Visuaalinen kulttuuri: Teoriaa ja metodeja mediakuvaan tulkitsejalle*. Tampere: Vastapaino

Seppänen, Janne (2001), *Katseen voima – Kohti visuaalista lukutaitoa*. Jyväskylä: Kirjapaino Oy

Shah, Dhavan V. – D.M. McLeod – E. Kim – S.Y. Lee – M.R. Gotlieb – S.S. Ho – H. Breivik (2007), *Political Consumerism: How Communication and Consumption Orientations Drive "Lifestyle Politics"*. The Annals of the American Academy 611

Shah, Dhavan V. – D.M. McLeod – L. Friedland – M.R. Nelson (2007), *The Politics of Consumption/The Consumption of Politics*. The Annals of the American Academy 611

Shenhav, Shaul R. (2006), *Political Narratives and Political Reality*. International Political Science Review 27(3)

Stiglitz, Joseph E. – A. Charlton (2005), *Fair Trade for All – How Trade Can Promote Development*. New York: Oxford University Press

Stiglitz, Joseph E. (2004), *Globalisaation sivutuotteet*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Stolle, Dietlind – M. Hooghe (2004), *Consumers as Political Participants? Shifts in Political Action Repertoires in Western Societies*. Teoksessa **Micheletti, Michele – A. Follesdal – D. Stolle (ed.)** (2004), *Politics, Products and Markets, Exploring Political Consumerism, Past and Present*. New Jersey: Transaction Publishers

Tulloch, John – D. Lupton (2003), *Risk and Everyday Life*. London: SAGE Publications

De Vries, Gerard (2007), *What is Political in Sub-politics? – How Aristotle Might Help STS*. Social Studies of Science 37(5)

Warren, Mark E. (1996), *What Should We Expect From More Democracy? Radically Democratic Responses to Politics*. Political Theory 24(2)

Warren, Mark E. (2002), *What Can Democratic Participation Mean Today?.* Political Theory 30(5)

Watson, Matthew (2006), *Towards a Polanyian Perspective on Fair Trade: Market-based Relationships and the Act of Ethical Consumption*. Global Society 20(4)

Watson, Matthew (2007), *Trade Justice and Individual Consumption Choices: Adam Smith's Spectator Theory and the Moral Constitution of the Fair Trade Consumer*. European Journal of International Relations 13(2)

Whitebrook, Maureen (2001), *Identity, Narrative and Politics*. London: Routledge

Wolf, Martin (2005), *The Case for Optimism: A Response*. Teoksessa **Barnett, Anthony – D. Held – C. Henderson (ed.)** (2005), *Debating Globalization*. Cambridge: Polity Press

Internetlähteet

www.fairtrade.net, FLO:n kotisivu alasivuineen

www.luomu.fi, Suomalainen luomutietopankki

<http://www.afa.net/disney>, American Family Association, kotisivu

www.fairtrade.net, FLO:n kotisivu alasivuineen

<http://www.msc.org/>, Marine Stewardship Council kotisivu alasivuineen

<http://www.fsc.org/en/>, Forest Stewardship Council kotisivu alasivuineen

Hulm, Peter *Fair Trade*, The Magazine of the International Trade Centre, http://www.tradeforum.org/news/fullstory.php/aid/1031/Fair_Trade_.html, luettu 5.11.2007

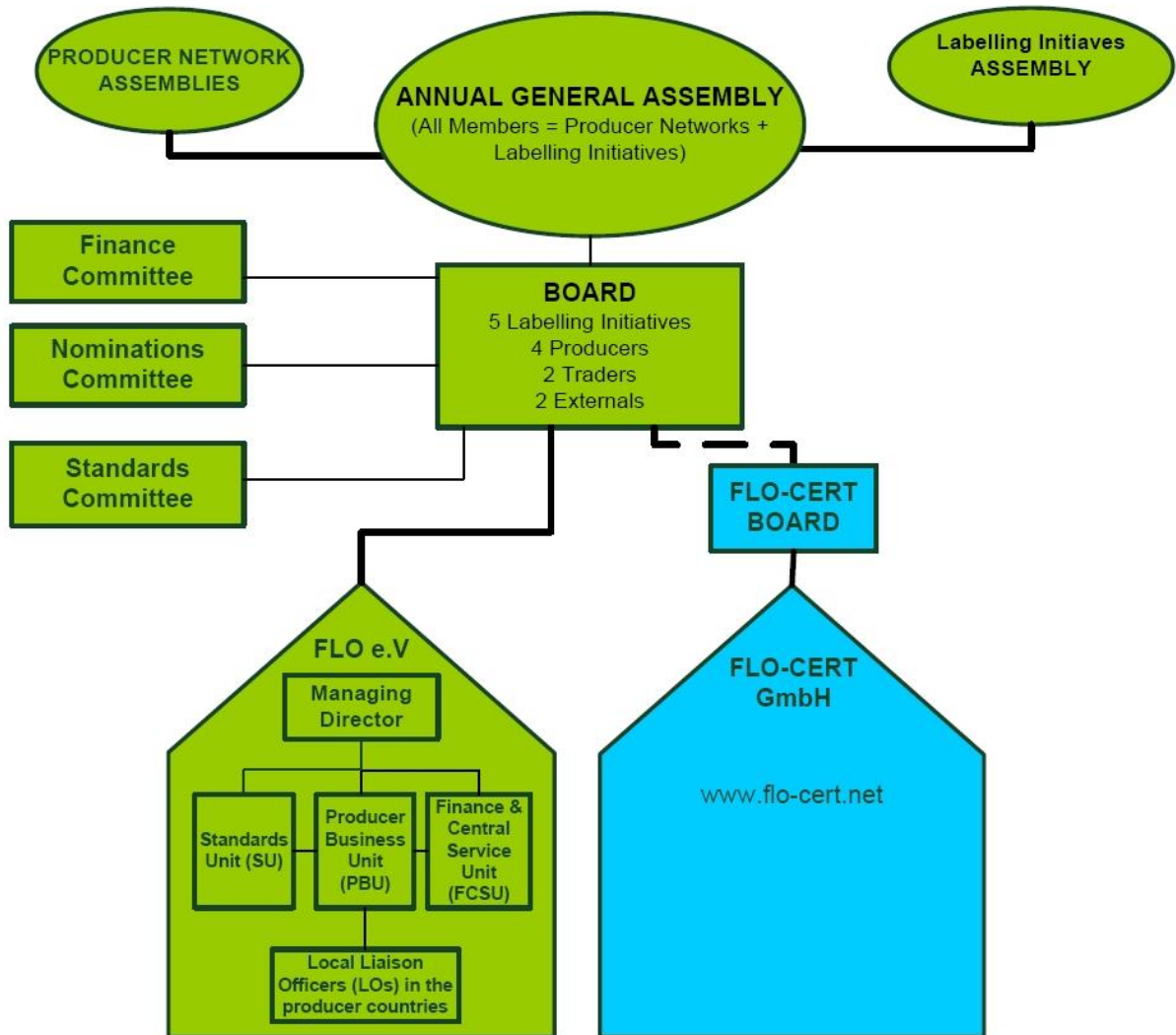
Hyvärinen, Matti (2006), *Kerronnallinen tutkimus*, <http://www.hyvarinen.info/index.html>, luettu 19.11.2007

Raynolds, Laura T. (2002), *Poverty Alleviation Through Participation in Fair Trade Coffee Networks: Existing Research and Critical Issues*. <http://www.colostate.edu/Depts/Sociology/FairTradeResearchGroup/doc/rayback.pdf>, luettu 5.11.2007

LITTEET

Liite 1

FLO:n hallintorakenne



www.fairtrade.net

Liite 2

Suomen Reilun kaupan jäsenjärjestöt (13.12.2007)

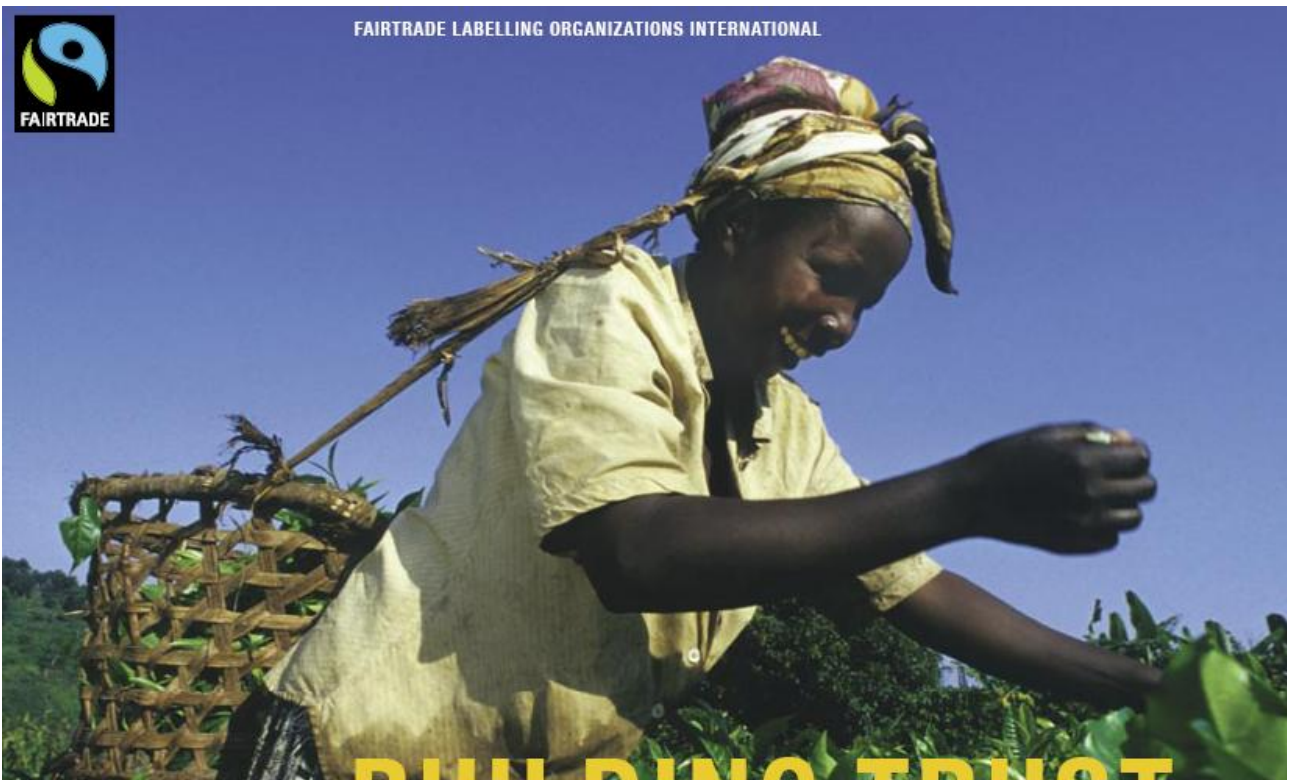
Akava
Sosiaalidemokraattiset nuoret
Kansainvälinen solidaarisuussäätiö
Opiskelijoiden lähetysliitto
Julkisten ja hyvinvointialojen liitto JHL
Kemianliitto - Kemifacket
Kehitysyhteistyön palvelukeskus Kepa
Kirkon Ulkomaanapu
Suomen kuluttajaliitto
Luontoliitto
Maailmankauppojen liitto
Marttaliitto
Finlands svenska Marthaförbund
Palvelualojen ammattiliitto PAM
Pellervo-Seura
Reilun kaupan puolesta Repu ry
SAK
Suomen Kristillinen Ylioppilasliitto ry
Suomen luonnonsuojeluliitto
Suomen Lähetysseura
Sosiaalidemokraattiset Opiskelijat SONK ry
Toimihenkilökeskusjärjestö STTK
Suomen Ylioppilaskuntien liitto SYL
Suomen Unicef-yhdistys
Vasemmistonuoret
ViNO ry

Lähde: <http://www.reilukauppa.fi/index.php?143>

Liite 3



kuva 1 (FLO, Annual Report, Shaping Global Partnership 2006/07)



kuva 2 (FLO, Annual Report, Building Trust 2005/06)



kuva 3 (FLO, Annual Report, Delivering Opportunities 2004/05)



kuva 4 (FLO, Annual Report, Delivering Opportunities 2004/05)