

MAAILMANKAUPPALIIKKEEN POLIITTISET TAVOITTEET

Oikeudenmukaisuutta kulutusta politisoimalla

Elina Markuksela
elina.k.markuksela@jyu.fi
Valtio-oppi
Kansalaisyhteiskunnan
asiantuntijuuden maisteriohjelma
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Pro gradu
Joulukuu 2011

MAAILMANKAUPPALIIKKEEN POLIITTISET TAVOITTEET

Oikeudenmukaisuutta kulutusta politisoimalla

Elina Markuksela

Valtio-oppi, Kansalaisyhteiskunnan asiantuntijuuden maisteriohjelma

Pro gradu -tutkielma

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Jyväskylän yliopisto

Ohjaaja: Pertti Lappalainen

Joulukuu 2011

sivumäärä: 179 sivua

Tämän pro gradu-tutkielman tarkoituksena on tarkastella Suomen maailmankauppaliikkeen tavoitteita poliittisesta, kansalaistoimintalähtöisestä näkökulmasta. Maailmankaupat ovat yhdistysten ylläpitämiä reilun kaupan erikoisliikkeitä, joiden kauppakumppaneina on kehitysmaiden pientuottajaryhmiä.

Tutkielman aineistona on kuuden Maailmankaupan ja Maailmankauppojen liiton verkkosivustot sekä kuuden eri Maailmankaupan ja Maailmankauppojen liiton edustajan sähköpostihaastattelut. Aineistoa on analysoitu politiikan teorian avulla tarkoituksena ottaa selvää liikkeen määrittelemistä ongelmista, tavoitteista ja ratkaisuehdotuksista niihin. Teoriataustana toimivat Kari Palosen ja Hannah Arendtin politiikan ja poliittisen toiminnan määritelmät sekä kiistelyn politiikan ja poliittisen kulutuksen teoria. Lisäksi tutkielma selvittää, voidaanko maailmankauppaliikettä kutsua kiistelytoimintaa harjoittavaksi yhteiskunnalliseksi liikkeeksi.

Maailmankauppaliikkeen tavoitteita olen eritellyt aineistossa toistuvien argumenttien mukaisesti. Tutkielmassa käydään läpi, miten Maailmankaupat määrittelevät itse itsensä verkossa ja haastatteluissa sekä millaiseen positioon liike asettautuu suhteessa muihin reilun kaupan toimijoihin kuten Reilun kaupan edistämisyhdistykseen. Myös maailmankauppaliikkeen asemaa muuttuneessa toimintaympäristössä tarkastellaan eettisen kaupan kentän laajennuttua viimeisen 10–15 vuoden aikana, koska tämä muutos on vaikuttanut myös liikkeen tavoitteisiin.

Teoriataustaa vasten tulkittuna näyttää selkeältä, että maailmankauppaliikkeen toiminnassa keskeistä on kulutuksen ja kaupan politisointi. Myytävien tuotteiden politiikka on tuotu näkyväksi, tuotteet on poliittisesti problematisoitu. Liike vaatii kuluttajilta poliittisen arvostelukyvyyn käyttöä kulutusvalinnoissaan. Liikkeen pitkäjähtäimen tavoitteena on aineiston mukaan mm. kehitysmaiden tasa-arvoinen asema kansainvälisessä kaupassa, mikä toteutuisi, jos reilusta kaupasta tulisi yleinen käytäntö kaupan alalla. Maailmankauppaliike haluaa näyttää konkreettista esimerkkiä siitä, miten kehitysmaiden köyhyysongelma ratkaistaisiin.

Avainsanat: Maailmankaupat, poliittinen kuluttajuus, yhteiskunnalliset liikkeet, politisointi

SISÄLLYS

1. JOHDANTO	5
1.1. Tutkimuskysymys.....	5
1.2. Aineisto.....	6
1.3. Aiempi tutkimus.....	9
1.4. Käytetyistä käsitteistä: kehitysmaat ja teollisuusmaat.....	10
2. POLIITTINEN TOIMINTA	12
2.1. Poliitiikan käsitteestä.....	12
2.2. Politisointi, politikointi – käsitteiden määrittelyä.....	16
2.3. Poliittinen toiminta.....	19
2.4. Kiistelyn politiikka.....	23
2.5. Poliittinen arviointi.....	24
2.6. Politisoitu kulutus.....	26
2.6.1. Globalisaatio poliittisen kuluttamisen taustalla.....	28
2.6.2. Poliittinen kuluttaminen.....	34
2.6.3. Kriittisiä poliittisen kuluttajuuden ilmiöille.....	46
3. MAAILMANKAUPPALIIKKEEN TAUSTA	52
3.1. Taustaa maailmankauppaliikkeen synnylle.....	52
3.2. Maailmankauppaliikkeen historiaa kansainvälisesti.....	54
3.3. Suomen maailmankauppaliikkeen historiaa.....	56
3.4. Yhteistyöjärjestöt.....	60
4. MAAILMANKAUPPOJEN VIESTI	62
4.1. Toiminnan määrittelyä erontekojen kautta.....	66
4.2. Tiedotus tärkeässä osassa.....	76
4.3. Alkuperä tunnettu.....	81
5. MAAILMANKAUPPOJEN REILU KAUPPA	84
5.1. Inhimillisyyttä ja oikeudenmukaisuutta.....	86
5.2. Vähäosaisten voimauttamista.....	89
5.3. Vähäosaisimpien auttamista.....	91
5.4. Demokratiaa ja koko yhteisön hyvinvointia.....	93

5.5. Jalostusarvo tuotteista alkuperämaahan.....	95
5.6. Välikäsien minimointia.....	96
5.7. Valvottua tuotantoa?.....	97
5.8. Maailmankaupat vs. Reilun kaupan merkkijärjestelmä.....	100
6. MOTIVAATIO TOIMINNALLE JA MUUTOSVAATIMUKSET	
KANSAINVÄLISELLE KAUPPAJÄRJESTELMÄLLE.....	111
6.1. Äärimmäinen köyhyys.....	111
6.2. Ongelmat maailmankauppajärjestelmässä.....	114
7. POLITISOITU MAAILMANKAUPPA.....	122
7.1. Kuluttajan oikeudet ja vastuut.....	122
7.2. Kulutuksen vaikutukset.....	125
8. MAAILMANKAUPPALIIKKEEN NYKYTILA.....	129
8.1. Maailmankauppaliike yhteiskunnallisena liikkeenä.....	129
8.2. Maailmankauppatoiminta poliittisena toimintana.....	138
8.3 Maailmankauppatoimijat.....	141
8.4 Maailmankauppaliike murroksessa.....	145
8.5 Hajaannus?.....	151
9. MAAILMANKAUPPALIIKKEEN POLIITTISET TAVOITTEET.....	157
9.1. Erot tavoitteissa liikkeen sisällä.....	165
10. LOPUKSI.....	168
LÄHTEET JA AINEISTO.....	173
Internetaineisto.....	173
Lähteet.....	174

1. JOHDANTO

Tutkielmani käsittelee Maailmankauppaliikettä Suomessa keskittyen sen poliittisiin tavoitteisiin. Maailmankauppaliikkeellä tarkoitan sitä yhdistysten joukkoa, joka on perustanut Suomeen 1970-luvun lopulta lähtien Kehitysmaakauppoja, jotka vaihtoivat nimensä 1990-luvun puolivälistä lähtien Maailmankaupoiksi. Maailmankaupat ovat reilun kaupan erikoismyymälöitä, jotka käyvät omien sanojensa mukaan oikeudenmukaista kauppaa Aasian, Afrikan ja Etelä-Amerikan pientuottajaryhmien kanssa. Ne ovat kehitysmaa-, kehitysmaakauppa- ja maailmankauppayhdistysten ylläpitämiä, ja niiden tavoitteena on mm. edistää reilua kauppaa kehitysmaiden ja teollisuusmaiden välillä ja tiedottaa kehitysmaiden tilanteesta (Maailmankauppojen liitto 2008).

Kiinnostukseni tutkia maailmankauppaliikettä kumpuaa kymmenen vuoden aikaisesta toiminnastani Maailmankauppa Mangoa ylläpitävässä Jyväskylän kehitysmaayhdistys ry:ssä vuosina 1998-2008. Katson pitkäaikaisen kokemukseni maailmankauppaliikkeessä toimimisesta suureksi vahvuudeksi tämän tutkimuksen kannalta, sillä pystyn liikkeen sisällä toimineena tarkastelemaan asioita eri positioista ja pureutumaan aiheeseeni syvällisesti. Sittemmin olen elämäntilanteeni vuoksi tarkastellut maailmankauppatoimintaa liikkeen ulkopuolelta ja saanut asioihin toisenlaista perspektiiviä.

1.1. Tutkimuskysymys

Demokraattisen politiikan ja yhteiskunnallisten liikkeiden välillä vallitsee symbioottinen suhde: liikkeiden menestys laajentaa myös demokraattisen politiikan alaa (Tilly & Tarrow 2007, 133). Keskityn tutkimuksessani tarkastelemaan Suomen maailmankauppatoimintaa liikkeenä: millaisia yhteiskunnallisen liikkeen piirteitä siinä on, ja etenkin mitkä ovat sen toiminnan poliittiset tavoitteet. Käyn läpi sitä, miten Maailmankaupat perustelevat olemassaoloaan, ja mitä niiden toiminnasta on luettavissa esiin politologisesta näkökulmasta. Kappaleessa 2. "Poliittinen toiminta" käyn läpi tutkielman teoreettista taustaa eli sitä, mitä politiikalla tieteellisesti tarkoitetaan, ja miten Palonen (esim. 1979,

1993, 2000, 2003, 2007) ja Arendt (2007) määrittelevät poliittisen toiminnan ja politisoinnin. Kiistelyn politiikkaan perehdyn Tillyn ja Tarrowin (2007) sekä Tarrowin (2011) teosten kautta. Tämän teoreettisen viitekehyksen avulla analysoin aineistoa.

Tutkimuksen fokus on maailmankauppaliikkeen poliittisissa tavoitteissa, joten käsittelen liikettä sen päämääristä käsin. Tarkoituksena on saada selville, millaista poliittista muutosta Maailmankaupat tavoittelevat toiminnallaan. Tutkin myös sitä, mitä poliittisen toiminnan piirteitä maailmankauppaliikkeen toiminnassa on sekä millä tavalla liike on politisoinut kehityksistä tulevien tuotteiden kulutusta ja miksi. Näkisin, että kulutuksen politisoiminen on keskeinen osa Maailmankauppojen toimintaa ja tavoitteita, joten tätä aihetta käsittelen poliittisen kulutuksen teorian kautta. Käyn myös hieman läpi maailmankauppaliikkeen nykytilaa, liikkeen murrosta muuttuneessa toimintaympäristössä uusien reilun kaupan toimijoiden ilmestyttyä kentälle ja liikkeen suhdetta muuhun reilun kaupan kenttään. Katson tällaisen ajankohtaisen tiedon liikkeestä tärkeäksi tutkimuksen jatkuvuuden kannalta. Jatkan joiltain osin tutkimusta, jota muut liikkeestä tehdyt pro gradu -työt ovat aloittaneet.

1.2. Aineisto

Tutkimuskysymyksiini pääsen käsiksi aineistoni avulla, joka sisältää kuuden Maailmankaupan ja Maailmankauppojen liiton verkkosivustot sekä kuuden eri Maailmankaupan ja Maailmankauppojen liiton edustajan haastattelut. Internetsivuilla käy ilmi se, mitä Maailmankaupat tietoisesti haluavat yleisölle viestiä tavoitteistaan, ja kuinka ne perustelevat toimintansa tarpeellisuuden. Internetistä on tullut nopeasti liikkeiden organisatorinen perustyökalu, jota käytetään tiedon levittämisessä ja poliittisten näkemysten jakamisessa (Tarrow 2011, 137). Näkisin, että internetsivujen argumentit on suunnattu universaaliyleisölle. Haastattelujen avulla puolestaan pääsen pureutumaan siihen, miten toimijat tosiasiallisesti ajattelevat, itseksensä pohtivat. Olen päässyt käsiksi sellaiseen tietoon, jota Maailmankaupat eivät internetsivujensa virallisissa konteksteissa ymmärrettävästi julkaise. Haastateltavien vastauksissa tulevat esiin myös Maailmankauppojen reilun kaupan ongelmat sekä argumentit, joita ei olisi kannattavaa

esitellä suurelle yleisölle. Haastatteluaineistosta nousevat esiin myös liikkeen sisäiset mielipide-erot. Haastatteluvastaukset siis syventävät verkkosivujen tietoa paljonkin ja niiden argumentit on suunnattu universaaliyleisön sijaan minulle, politiikan ja kansalaisyhteiskunnan tutkijalle. Tutkielma keskittyy aineistosta esiinnousevien argumenttien analysointiin ja aineiston aihealueiden pohdiskeluun.

Tutkimukseni kohteiksi päätyneet Maailmankaupat olen valinnut huomioiden järjestön toiminnan muodot ja aktiivisuuden sekä alueellisen kattavuuden ja sen, toimivatko ne vapaaehtoisvoimin vai palkatun henkilöstön avulla. Näin mukaan on valikoitunut Maailmankauppoja eri puolilta Suomea, pienempiä ja isompia järjestöjä, itse maahantuontia kehitysmaista harjoittavia kauppoja sekä kauppoja, jotka turvautuvat toisten Maailmankauppojen maahantuontiin. Mukana on yhdistysten ylläpitämien Maailmankauppojen lisäksi yksi osakeyhtiömuotoinen kauppa. Sisällytän aineistooni myös Maailmankauppojen liiton, joka suomalaisten Maailmankauppojen edunvalvojana ja yhteistyöjärjestönä kokoaa koko maailmankauppaliikkeen tavoitteet yhteen ja siten edustaa koko liikettä. Tarkastelussani ovat seuraavat Maailmankaupat ja niiden nettisivut: Juuttiputiikki (Pohjois-Suomen Pääskyt ry), Oulu; Maailmankauppa Elimu (Rovaniemen kehitysmaayhdistys Elimu ry), Rovaniemi; Maailmankauppa Mango (Jyväskylän kehitysmaayhdistys ry), Jyväskylä; Lohjan Maailmankauppa (Lohjan Maailmankauppayhdistys ry), Lohja ja Reilun kaupan TÄHTI (Oy A-Star Ab), Helsinki sekä Maailmankauppa Aamutähti (Turun Maailmankauppayhdistys ry), Turku, jolla ei ollut alkuperäisenä aineistonkeruujankohtana vielä internetsivuja, joten Aamutähden verkkosivuja on tarkasteltu muutamaa vuotta myöhemmin kuin muuta verkkoaineistoa. Maailmankauppa Aamutähti on sittemmin¹ lopettanut kaupan pitämisen, mutta yhdistys jatkaa toimintaansa toistaiseksi.

Haastateltavat henkilöt eri Maailmankaupoista olen valikoinut toiminnan aktiivisuuden mukaan. Kaikki haastateltavat ovat olleet vuosia oman yhdistyksensä toiminnassa aktiivisesti mukana haastatteluajankohtana vuonna 2008. Maailmankauppojen liitosta

¹ Maailmankauppa Aamutähti on sulkenut ovensa 18.6.2011 ja lopettanut kaupan pidon (Maailmankauppa Aamutähti 2011).

puolestaan haastattelin puheenjohtajaa, joka oli vasta aloittanut tehtävässään, mutta joka on pitkään ollut muutoin hyvin aktiivinen maailmankauppatoimija, ja joka toki mielipiteillään edusti haastattelussa nimenomaan liittoa. Yhdeltä kaupalta tutkimukseen halusi osallistua kaksi toimijaa, mutta he vastasivat kyselyyn yhdessä, joten käsittelen heitä yhtenä vastaajana. Varsinaisia liikkeen keskeisimpiä toimijoita en haastattelun vastaajiksi tavoitellut, vaan pyrin saamaan toimijakentän näkemykset monipuolisesti esiin. Kaikkein keskeisimmillä toimijoilla saattaa olla erilainen näkemys liikkeen tavoitteista kuin “kentän” aktiiveilla. Osa haastateltavista voisi määritellä oman yhdistyksensä avaintoimijoiksi, osa on muuten erityisen aktiivisia maailmankauppalaisia.

Haastattelut olen tehnyt sähköpostihaastatteluina, jolloin olen saanut syvällisemmin pohdittuja vastauksia perinteiseen haastatteluun verrattuna. Haastattelun kysymykset vaativat haastateltavilta aikaa ja asiaan paneutumista, joten katsoin paremmaksi, että he saivat miettiä vastauksiaan rauhassa. Haastattelutilanteessa kun eivät kaikki argumentit välttämättä tule mieleen heti. Suurin osa vastaajista paneutuikin kyselyyn ihailtavan syvällisesti ja vastaukset olivat pitkiä ja pohdiskelevia. Yksi haastateltava vastasi kysymyksiin vain yhdellä tai kahdella sanalla, joten hänen vastauksiaan en voinut juurikaan käyttää suorina lainauksina vaan tein niistä ainoastaan summaavia päätelmiä. Joillakin haastateltavilla vastaukset olivat tiiviitä, mutta niissä mielipiteet ainakin tulivat selkeän ytimekkäästi esiin. Iältään kaksi- ja kolmekymppiset haastateltavat vastasivat kysymyksiin pitkästi ja pohdiskellen, kun taas yli 50-vuotiaat ilmaisivat mielipiteensä yksinkertaisemmin ja suoremmin. Kaikenkaikkiaan koin sähköpostin haastattelumenetelmänä enimmäkseen toimivaksi.

Aineistoani en käsittele minkään erityisen tutkimusmetodin avulla, vaan analysoin sitä aiheeseen liittyvän tutkimuskirjallisuuden avulla. Laitan aineiston keskustelemaan mm. politiikan teorian, kiistelystä politiikan teorian ja poliittista kulutusta käsittelevän tutkimuskirjallisuuden kanssa. Poliitiikan tutkijan on Palosen mukaan aina perehdyttävä tutkimuskohteensa politiikkakäsityksiin ja mietittävä, mitä tutkimuskohde hänen tutkimuksestaan sanoisi, jos siihen vastaisi (Palonen 1979, 45-46). Tällainen refleksiivisyys karsisi todennäköisesti kaikkein hurjimmat tulkinnat ja kaukaa haetuimmat

mielleyhtymät, joita politiikantutkija saattaa analyysissään innostua tekemään. Lisäksi politiikantutkijan on syytä muistaa, että politiikan tutkimus ei voi olla neutraalia eikä jäädä pelkälle vaihtoehtojen esittelyn tasolle vaan se joutuu vertailemaan sisällöllisesti eri ratkaisuja. “Sen verran sitoutumattomana tutkimuksen tulee kuitenkin pitäytyä, että ei anneta yksiselitteisiä toimintasuosituksia”, Palonen korostaa (ibid., 43-44). Poliitiikan tutkijan on syytä pureutua pinnalta hieman syvemmälle, analysoinnin tasolle, mutta varottava kuitenkin antamasta varsinaisia toimintaohjeita tutkimuskohteelleen.

1.3. Aiempi tutkimus

Poliittista ja eettistä kuluttamista koskevia tutkimuksia ja tutkielmia on alettu julkaista enenevässä määrin viimeisen 5–10 vuoden aikana. Poliittista kulutusta politiikantutkimuksen näkökulmasta on asiantuntevasti tarkastellut esimerkiksi Micheletti (2003). Useimmiten kulutusta problematisoivat tutkimukset keskittyvät kuitenkin kulutuksen politiikan sijaan eettiseen kuluttamiseen ja käsittelevät aihetta yritysetiikan tai liiketaloustieteen näkökulmasta, jolloin ne eivät ole kovin olennaista lähdekirjallisuutta tässä tutkielmassa. Myös reilua kauppaa koskevia pro graduja ja tutkimuksia ilmestyy tihenevään tahtiin, tosin nämäkään tutkimukset joitain poikkeuksia lukuunottamatta harvemmin edustavat politiikan teoriaa eivätkä tämän tutkielman tutkimuskysymysten kannalta ole kovin olennaisia, koska tarkoituksena on keskittyä nimenomaan Maailmankauppaliikkeen tavoitteisiin eikä koko reilun kaupan liikkeen tavoitteisiin. Tästä syystä en juurikaan ole perehtynyt reilua kauppaa koskevaan tieteelliseen kirjallisuuteen.

Maailmankauppoihin liittyvää tutkimusta ei Suomessa juuri ole tehty yhteiskuntatieteellisiä pro gradu -tutkielmia lukuunottamatta, vaikka liike on sentään toiminut täällä jo yli 30 vuotta ja ollut aikanaan koko eettisen kaupankäynnin pioneerin asemassa. Useat maailmankauppaliikettä käsittelevät gradut on kirjoittanut joku itse maailmankauppatoiminnassa mukana ollut opiskelija ja niissä on jokaisessa jo yksin kunkin tieteenalan vaatimusten vuoksi erilainen näkökulma ilmiöön, mikä antaakin mielenkiintoisen pohjan taustatiedolle Maailmankaupoista. Oman työni kannalta

tärkeimmät maailmankauppaliikettä käsittelevät gradut ovat ensinnäkin Eeva Laineen ansiokkaasti Suomen maailmankauppaliikettä ja sen silloista tilannetta kokonaisuutena tutkiva pro gradu -työ vuodelta 2007. Laineen työ on ensimmäinen maailmankauppaliikettä kokonaisuutena tutkiva gradu. Toinen tärkeä työ on Saana Halisen vuonna 2002 valmistunut pro gradu, joka tutkii koko kehitysmaaille oikeudenmukaisen kaupan kenttää 1970-luvulta 2000-luvulle keskittyen kehitysmaakauppaliikkeeseen. Tästä työstä olen saanut hyvän viitekehyksen maailmankauppaliikkeen historialle. Muut aiheesta kirjoitetut gradut ovat ensisijaisesti keskittyneet yhteen tiettyyn Maailmankauppaan.

Politiikan tutkimusta Suomen Maailmankaupoista ei näytä vielä olevan, enkä onnistunut löytämään yhtäkään tutkimusta tai gradua, jonka aiheena olisi nimenomaan maailmankauppaliikkeen tavoitteet, joten selkeästi tälle aiheelle on tilaa Maailmankauppoja koskevan tutkimuksen joukossa. Laineen työ luo hyvän kokonaiskuvan maailmankauppaliikkeestä ja sen muuttuneesta roolista eettisen kaupankäynnin kentän ja Reilun kaupan laajetessa. Laine tutkii maailmankauppaliikettä sen avaintoimijoiden haastattelujen kautta. Halisella on laaja aineisto, jonka kautta hän luo varsin selkeän kuvan liikkeen historiasta.

1.4. Käsitteiden määrittelyä: kehitysmaat ja teollisuusmaat

Olen tässä tutkielmassa tietoisesti valinnut käyttäväni käsitteitä kehitysmaat ja teollisuusmaat kuvaamaan Maailmankauppojen tuotteiden tuotantomaita sekä vastaavasti niitä maita, joissa Maailmankauppoja on. Käytän enimmäkseen näitä käsitteitä, koska Maailmankauppaliike käyttää usein itse niitä eikä parempiakaan käsitteitä tunnu löytyvän. Tiedostan kuitenkin käsitteiden sisältämän problematiikan ja haluan lukijankin kiinnittävän huomiota siihen, mitä käsite "*kehitysmaa*" implikoi.

"Third World Information Network" -järjestön edustaja Michael Brown pitää jakoa kehittyneisiin ja kehittymättömiin tai alikehittyneisiin maihin siinä mielessä ongelmallisena, että se implikoi yhtä tiettyä kehityksen kulkureittiä kaikille seurattavaksi (Brown 1993, 5). Tuon kehityksen voidaan nähdä olleen vahingoittava monin tavoin,

etenkin ekologisessa mielessä. Kehityksen käsite on Swantzin (2009, 32) mukaan monimerkityksinen. Se liitetään valtioihin, joita ei pidetä modernisoituneina ja joiden BKT on alhainen eli köyhinä pidettyihin valtioihin. (ibid., 32, 34.) Kehitystä yleensä mitataan lähinnä talouskasvun tapaisilla mittareilla, jotka eivät kerro mitään hyvinvoinnin jakautumisesta väestön kesken. Yleinen talouskasvu kun ei aina takaa hyvinvoinnin kasvua kaikille, pikemminkin se saattaa kasvattaa tuloeroja entisestään, kun rikkaat rikastuvat yhä enemmän markkinoiden tuoton kasvaessa. Kehityksellä ei yleensä tarkoiteta syvällisempää oikeidenmukaisuuden laajentumista yhteiskunnan jokaiselle osa-alueelle, koko yhteiskuntajärjestelmän uudelleenrakentamista. Kehitysmaiden “kehittymisen” päämääränä ei voi olla teollisuusmaiden “kehityksen” matkiminen. Swantz (2009, 35) peräänkuuluttaakin inhimillisen ja yhteiskunnallisen kehityksen ottamista käsitteen keskiöön, vaikka kyse yleensä on taloudellisesta ja teknologisesta kehityksestä.

Brown puolustaa käsitteellistä jakoa teollistuneisiin maihin ja kolmanteen maailmaan (Brown 1993, 5). Itse näkisin käsitteen teollisuusmaat siinä mielessä osuvana, että nämä rikkaammat valtiot usein ovat pitkälle teollistuneita ja sitä kautta talouskasvua saavuttaneita, mutta toisaalta se, onko tuo teollistuminen ylipäättään tavoiteltavaa kehitysmailla, voidaan kyseenalaistaa. Kolmas maailma on jo vanhentunut käsite, joka viittasi pitkälti maailmanpoliittisiin etulinjoihin: läntiset maat (ensimmäinen maailma), sosialistiset maat (toinen maailma) ja kehitysmaat (kolmas maailma). Tällaisessa jaottelussa taloudellisesti heikommassa asemassa olevat valtiot olisivat vasta kolmannella sijalla maapallon valtioita jaoteltaessa, mikä vaikuttaa varsin negatiivisesti arvottavalta.

Maailmankaupat käyttävät usein myös käsitteitä Pohjoinen ja Etelä kuvaamaan jakoa rikkaisiin teollisuusmaihiin ja köyhiin kehitysmaihiin. Näillä käsitteillä pyritään välttämään teollisuusmaa- ja kehitysmaa -käsitteisiin liittyviä ongelmia. Pohjoinen ja Etelä ovat tässä kontekstissa sinänsä toimivia käsitevalintoja, mutta niihinkin liittyy se ongelma, että kaikki Etelän valtiot eivät ole köyhiä, joko rikkaisiin ja köyhiin maihin ei kulje ainoastaan maantieteellisenä linjana. Ongelmana tässä käsitteellisessä jaossa voi nähdä lisäksi sen, että globaalin Etelän käsite luo ennako-oletuksen siitä, että Etelän valtiot ovat köyhiä, jolloin mielikuvan tasolla voi olla vaikea uskoa muutokseen. Käytän näitä käsitteitä kuitenkin

silloin, kun kehitysmaa ja teollisuusmaa -sanat eivät tunnu sopivilta, esimerkiksi kuvatessani maailmankaupan ja kolonialismin historiaa. Käsitteiden rikkaat maat ja köyhät maat käyttäminen puolestaan olisi liian leimaavaa: ovathan köyhät kehitymaat toki muutoin kuin taloudellisesti erittäin rikkaita ja usein taloudellinenkin hyvinvointi on niissä jakaantunut sillä tavoin epätasaisesti, että rikkaita ja hyväosaisia on kyllä näissäkin maissa, mutta väestön enemmistö kärsii äärimmäisestä köyhyydestä.

2. POLIITTINEN TOIMINTA

2.1. Poliitiikan käsitteestä

Voidaksemme käsitellä maailmankauppaliikettä poliittisena toimintana – kaupankäyntiä ja ostamista politisoivana liikkeenä – on ensin otettava selvää siitä, mitä politiikka ylipäätään on. Käymme läpi politiikan käsitteen teoriaa Hannah Arendtin ja Kari Palosen teoretisointien avulla. Arendtin mukaan lähes kaikki politiikan määritelmät ovat samalla myös sen oikeutuksia. Poliitiikan käsitteen määritelmät kertovat meille, miksi politiikka on tarpeellista. Poliitiikkaa luonnehditaan yleisesti esimerkiksi keinona päästä johonkin korkeampaan tavoitteeseen – tavoitteen toki vaihdellessa aikojen saatossa. Meille kerrotaan, että politiikka on välttämätöntä ihmiselämälle, ei pelkästään yhteisöelämälle vaan myös yksilölle itselleen, sillä ihminen ei pärjää ilman muita. Yhteisöelämässä on ennakoitava kaikkia mahdollisia eteen tulevia tilanteita ja kaikkia asioiden kulkuun vaikuttavia seikkoja. Tarvitaan siis politiikan avulla luotavia yhteisiä määräyksiä, joita ilman yhteisöllinen elämä olisi mahdotonta. (Arendt 2007, 114–115.) Ihminen ei perinteisen käsityksen mukaan voi elää yksin ja koska hänen on elettävä yhdessä toisten kanssa, edellyttää sopusointuinen ja toimiva yhteiselo sääntöjä ja sopimuksia, jotka syntyvät politiikan kautta.

Poliitiikkaa voidaan tutkia esimerkiksi aspektiteorian kautta (esim. Palonen 1979, 26–27). Aspektiteorian mukaan kaikilla asioilla on potentiaalisesti poliittinen aspektinsa, mutta millään asialla sitä ei ole välttämättä. Aspektiteorian mukaisesti mikä tahansa asia tai ilmiö voidaan ottaa politiikan tutkimuksen kohteeksi (ibid., 41). Aspektiteoreettinen käsitys

politiikasta auttaa löytämään politiikkaa jo arkipäiväistenkin tilanteiden tasolta (ibid., 177). Nykyisin ei enää tosin puhuta asioiden poliittisesta aspektista, ja Palonenkin on aspektiteorian sittemmin hylännyt (Palonen 2007, 329). Hänen mielestään “poliittinen aspekti” on itse asiassa kontingenttia, sattumanvaraista toimintaa. Tietylnainen toiminta voidaan siis tulkita poliittiseksi, mutta kaikessa ihmistoiminnassa ei ole erillistä poliittista aspektia. Poliittika sinällään ei “ole” yhtään mitään, mutta se viittaa ilmiöön, jota voidaan analysoida monista eri näkökulmista. Palonen (1993, 44) peräänkuuluttaa tarkkanäköisyyttä, asioiden uudelleentulkintaa, jotta ilmiselvien tapausten lisäksi muukin poliittinen tulisi näkyväksi. Esimerkiksi poliittiset asiat eivät aina ole julkisia ja yksityinenkin voi olla poliittista (esim. Palonen 2000, 109), kuten olemme 1970-luvulta asti oppineet. Reilusti ennen 1970-luvun feministiliikkeen yksityisen politisointia kirjoittanut Arendt sen sijaan korostaa politiikkaa enemmän julkisena toimintana. Hänen mielestään vain astumalla rohkeasti ulos yksityisestä olemassaolosta ja tutuista suhteista, voimme siirtyä yhteiseen, julkiseen, politiikan tekemisen tilaan. (Arendt 2007, 122.) Yksityisetkin asiat voidaan politisoida, mutta tällöin ne myös tuodaan julkisen alueelle.

Palosen mukaan politiikalle toimintana on ominaista korostunut suuntautuminen tulevaisuuteen, eteenpäin (Palonen 1979, 75). Poliitikalla tavoitellaan aina muutosta vallitsevaan tilanteeseen eli pyritään aktiivisesti vaikuttamaan tulevaisuuteen omalla, poliittisella toiminnalla. Poliitiikan maailma, mahdollisuuksien horisontti on sidoksissa inhimillisen subjektin itseymmärryksen tasoon ja toimintamahdollisuuksien hyväksikäyttöön. Horisontissa mahdollisuuksien rajat koko ajan muuttuvat, olosuhteet ovat aina uudet. (ibid., 75.) Toiminnan subjekti liikkuu koko ajan tilanteesta toiseen (Palonen 1983, 18). Poliittika tavoittelee parempaa tulevaisuutta, koska se näkee nykyisyydessä puuttumista vaativia epäkohtia, joihin poliittisella toiminnalla pyritään saamaan muutos. Se, minkälaiset mahdollisuudet muutoksen aikaansaamiseen milloinkin ovat, riippuvat sen hetkisestä, alati muuntuvaisesta mahdollisuushorisontista. Poliitikassa täytyykin Palosen mielestä (Palonen 1979, 77) olla tilanteentajua, sillä ilman kulloiseenkin tilanteeseen suhteuttamista politiikka johtaa sokeisiin universaaleihin periaatejulistuksiin, kaavamaisiin analyyseihin ja patenttiratkaisuihin konkreettisten toimenpiteiden tasolla. Poliittika ei olisi hänen mukaansa politiikkaa, jos se perustuisi valmiina löydettäviin päämääriin tai jos

ulkoiset olosuhteet sanelisivat tietyn subjektin politiikan sisällön (ibid., 78). Poliitikka edellyttää tietoisten päätösten ja valintojen tekemistä, tilanteeseen suhteutettua toimintaa ja jokaiseen erityiseen asiointilaan räätälöityä toimenpideohjelmia.

Arkipäiväisenkin politiikkakäsityksemme mukaan konfliktilla on perustava merkitys politiikan käsitteelle. Ei voitaisi edes puhua politiikasta, jos kyseisellä toiminnalla ei olisi potentiaalistakaan vastustajaa. Poliittista toimintaa ja sen vastustajia arvioitaessa tulee lisäksi Palosen mielestä muistaa, että eri ihmisten projektien suhteen vallitsee niukkuus, yhteensovittamattomuus. Vain yksi toimintamuoto voi kerrallaan toteutua. (Palonen 1979, 79.) Tästä syystä politiikassa on kyse suostuttelusta, pyrkimyksestä saada ihmisten mielipiteet muuttumaan. Toisaalta pyritään muuttamaan vastustajan mieli ja toisaalta vedotaan niihin ihmisiin, joilla ei ko. asiasta vielä ole mielipidettä (Palonen 2006, 128). Jos toisiaan vastaan toimiminen häviäisi ja ihmiset yhdistyisivät toimimaan harmonisesti yhdessä, häviäisi politiikkakin (Palonen 1983, 19). Voidaan ajatella, että politiikan (esim. rauhanpolitiikan) tarkoituksena onkin tehdä politiikka tarpeettomaksi. Poliittisella toiminnalla on tavoitteenaan oman agendansa eteenpäin vieminen sekä automaattisesti kilpailevan poliittisen toiminnan vastustaminen ja sen voittaminen. Palosen mukaan yhteiskunnallisiin konfliktisuhteisiin sisältyykin kaksi puolta: *millainen* projekti toteutuu ja *kenen* projekti toteutuu (Palonen 1979, 79). Kilpailuun siitä, kenen projekti toteutuu palaamme tuonnempana, kun käsittelemme maailmankauppaliikkeen ja Reilun kaupan edistämisyhdistyksen Reilun kaupan merkkituotteiden edistämisen välistä eroa.

Joskus projektit ovat identtisiä, mutta konflikti syntyy siitä, kuka sen pääsee toteuttamaan (Palonen 1979, 80). Kysymys on tällöin vallan jakautumisesta. Palonen lainaa Max Weberiä todetessaan (Palonen 2003, 172–173), että pyrkimys valtaan on tärkeä ehto poliittisesti toimimiselle: valta on politiikan väline, väline, jonka kautta voidaan toimia poliittisesti. Weberille valta on mahdollisuuskäsite, valta avaa mahdollisuuden tehdä jotain, pyrkiä saamaan aikaan muutos. Weberin mielestä kukaan, joka pyrkii valtaan ei ole täysin valtaa vailla, vaikka toki ymmärrämme, että toimijoiden lähtökohdat pyrkiä valtaan ovat kovin erilaiset jo yksin taloudellisista syistä. Valtaa – ainakin hitusen – saa silti jokainen, joka siihen pyrkii. (ibid., 172–173.) Toisinaan taas konfliktin tulos on toteutunut projekti, joka ei

ole minkään osapuolen projekti sinänsä vaan osapuolten konfliktitoiminnan tarkoittamaton tulos (Palonen 1979, 80). Tätä tapahtunee jatkuvasti ja on vaikea vetää rajaa sille, milloin lopputulos syntyy kompromisseista ja myönnytyksistä puolin ja toisin, milloin taas konfliktin seurauksena kuin vahingossa.

Politiikalla on aina subjektinsa ja objektinsa sekä näiden vääjämätön yhteentörmäys. Poliitikka suhteena on Palosen mukaan konfliktisuhde: konflikti sijaitsee politiikan subjektien välillä politiikan objektista. Konfliktilla hän tarkoittaa tässä osapuolten pysyvää vastakohtaisuutta kohteeseensa ja toisiinsa nähden. Toivotun poliittisen lopputuloksen suhteen vallitsee yhteensovittamaton ristiriita, sillä kaikki politiikat eivät voi toteutua. (Palonen 1979, 81–85.) Eli poliittiset toimijat ottavat yhteen sen suhteen, millaiseen lopputulokseen tulisi päästä. Poliitiikalla pyritään saamaan aikaan yhteensovittamattomien projektien suhteen yhteisymmärrys, varsin haastava tehtävä siis.

Politiikan objekteja ovat Palosen mukaan (Palonen 1979, 92–93) yhteiskunnalliset rakenteet, jotka realisoituvat ihmisten toiminnassa. Rakenteet ohjaavat ja kontrolloivat ihmisten toimintaa, mutteivät määrää toiminnan lopputulosta. Rakenteet ovat aina jonkin subjektin ja sen vastasubjektin poliittisen konfliktin tuotteita, eivät mitään luonnonprosesseja, vaikka politiikan toimijat eivät aina Palosen mielestä ymmärräkään rakenteita, joita heidän toimintaansa kätkeytyy. Poliitiikan tavoitteena on nimenomaan olemassaolevien rakenteiden muuttaminen (ibid., 96). Poliitiikan tunnusmerkkinä on tietty asymmetria yhteiskunnallisten rakenteiden muuttamisen sekä säilyttämisen välillä, ja etenkin muutos on politiikalle tunnusomaista. Poliitikka on tulevaisuorientoitunutta toimintaa. (ibid., 113, 117.) Lisäksi politiikassa joudutaan tekemään ratkaisuja erilaisten “huonojen” vaihtoehtojen välillä, sillä reaalisten mahdollisuuksien joukossa ei ole yhtään yksinomaan myönteiseksi arvioitavissa olevaa (ibid., 126). Voidaan pohtia sitä, mikä ylipäättään on realistinen poliittisen toiminnan mahdollisuus. Maailmankauppaliike kyseenalaistaa ainakin yleistä totuutta kehitysmaiden ihmisten köyhyydestä ja sen syistä, miten siihen tulisi puuttua ja mikä on mahdollisuuksien rajoissa. Maailmankauppaliikkeen mukaan sinänsä hyvin pienillä teoilla länsimaissa voi olla suuri merkitys kehitysmaiden ihmisten elämälle.

2.2. Politisointi, politikointi – käsitteiden määrittelyä

Palonen määrittelee (esim. Palonen 2003, 171) politiikan neljä eri muotoa (*policy*, *politicking*, *polity*, *politicization*). Näistä *policy* (voidaan kääntää esim. politiikkaohjelma) on politiikan regulatiivinen, ohjaava aspekti. Politikointi on performatiivinen, suorittava aspekti. *Polity* on metaforinen tila, joka muodostaa rajat ja mahdollisuudet politikoinnille ja politisoinnille, joista jälkimmäinen puolestaan on jonkin asian avaamista poliittiseksi. Poliitiikan ydin muodostuu *polity-policy* -tilan rajoista ja sääntelystä politiikan *tilakonseptissa*. Politisointi ja politikointi muodostavat politiikan *toimintakonseptin*, politiikka muotoutuu “verbaalisessa” hahmossaan. (ibid., 171.) Käymme lyhyesti läpi jokaisen näistä käsitteistä keskittyen politisointiin, joka on keskeisin maailmankauppaliikkeen poliittisen toiminnan ymmärtämiseksi.

Policyllä tarkoitetaan toimintojen ohjaamista, valittua politiikan linjaa, ohjelmaa tai suunnitelmaa. Policyllä on tulevaisuuteen suuntautuva orientaatio. Tulevaisuus on tärkeämpi kuin nykyisyys tai toiminta itsessään. On kyse niistä asioista, joita toiminnalla voidaan saavuttaa, joita voidaan muuttaa. (Palonen 2003, 175.) Policy määrittelee politiikan teossa käytetyt toimintamallit. Se on kankeahko politikoinnin linja, ehkä jopa politikoinnin pysähdystila – jähmettyminen ennalta määrättyihin toimintoihin. (Palonen 1993, 41–42.) Palosen mielestä *policyt* voidaan ymmärtää heuristisina instrumentteina politiikassa. Policyja ei tule pysyvästi määritellä apriorisesti vaan niitä tulisi muuttaa jatkuvasti tarpeen mukaan katkospisteissään, jolloin tuloksena on johdonmukaista ja jatkuvuutta ylläpitävää toimintaa. Joskus on syytä kokonaan luopua valitusta *policy*stä. (Palonen 2003, 176.) Policy voi olla poliitikoille esimerkiksi puolueohjelma, vaalistrategia; kansalaisjärjestölle toimintarepertoaari, yhdessä sovittu linjaus johonkin tiettyyn asiaan tai vaikka järjestön säännöt.

Politikointi on politiikkaa toimintana: sen lisäksi, että kysytään, mitä pitäisi tehdä, kysytään myös, *miten* se pitäisi tehdä. Politikointi muodostuu performansseista, toiminnoista, joita ei voi etukäteen harjoitella, vaan jotka vaativat improvisaatiota ja menossa olevan tilanteen

yksityiskohtien hyväksikäyttöä. (Palonen 2003, 177.) Politikoinnin aikaperspektiivi on aina nykyisyys. Toiminta on tässä ja nyt. Palosen mukaan politikoinnin voidaan katsoa astuvan kuvaan policyn katkospisteissä, jolloin näin luotu jatkumo sääntelee politikoinnin improvisoitua suoritusta. Tärkeää on jatkuvuuden ja epäjatkuvuuden duaalinen temporaalisuus. Politikointi performanssina nojaa jo olemassaoleviin valtaosuuksiin koettaen lisätä niiden suhteellista osuutta vallanjaossa. Politikoinnille nykyisyys on tärkein aikaulottuvuus, sillä politikointi tarttuu hetkeen ja ottaa siitä kaikki mahdollisuudet irti. Politikoinnissa irtaudutaan joskus jopa “terveen järjen” mukaisista näkemyksistä. Tavoitteet, joita kohti policyt orientoituvat palvelevat politikoinnissa välineinä taistelussa vallasta. (ibid., 178.) Politikointi on toisten vastustamista, oveluutta, nokkeluutta (Palonen 1993, 40). Politikoinnilla tarkkaillaan kaikkia nykyhetkessä avautuvia mahdollisuuksia ja luovitaan itselle suotuisaan tilanteeseen usein yllättävin keinoin. Politicoiva toimija “pelaa” eri toimintavaihtoehtojilla, valtaosuuksilla ja huomion kiinnittämisellä tilanteeseen sopien itseensä tai vastustajaansa. Politikointi on politiikan tekemisen suorittava osuus, jossa aktuaalisesti käytetään valtaa muuttaa asioita ja tehdään kompromisseja vastustajien kanssa.

Toiminnan näkökulmasta politya voidaan pitää temporaaalisena tilana, joka on luotu politisoimalla, ja joka yleisesti hyväksytään poliittiseksi. Polity rajaa myös sen, mitä *ei* katsota poliittiseksi. Polity on toiminnan pelitila, joka on niin vakiintunut, että se ehkäisee ainakin hiljaisesti, passiivisesti uusia politisoiteja. Polityn ydin on siis politiikan pelitila, joka toimii politikoinnin paradigmana, kaavana. Poliittisessa toiminnassa alati käynnissä oleva taistelu vallasta puolestaan epävakauttaa polityn muodostumista politikoinnin horisonttina. Uusien aiheiden tuominen politiikan agendalle tai uudet politikoinnin tavat tekevät politysta epävakaan. Politya on kuitenkin mahdotonta tehdä “immuuniksi” uusille politisoinneille jopa niiden keskuudessa, jotka pitävät politya vakiintuneena järjestelmänä. (Palonen 2003, 179–180.) Poliittisen tekemisen olosuhteet muuttuvat jatkuvasti ja poliittisen toiminnan mahdollisuudet vaihtelevat. Aina on tilaa uusien asioiden politisoinnille, jolloin politynkin on muututtava.

Politisointi on Paloselle tietyn ilmiön tulkitsemista, nimeämistä poliittiseksi, uuden

peliaikatilan luomista mahdolliselle toiminnalle, politikoinnille. (Palonen 2003, 180.) Politikointi eli varsinainen poliittisen toiminnan suorittaminen on mahdollista vasta, kun peliaikataila on avattu toiminnalle politisoimalla. Politisointi mahdollistaa joidenkin yleisesti hyväksytyjen ”totuuksien” vastustamisen (Palonen 1993, 40). Politisointi on jonkin ilmiön uudelleentulkinta poliittisesta näkökulmasta. Asia, jota ei ole aiemmin pidetty poliittisena, nähdään poliittisena tai löydetään uusia ulottuvuuksia ilmiön jo aiemminkin havaitusta poliittisuudesta (ibid., 40). Palosen, kuten monien muidenkin laajaa politiikkakäsitystä kannattavien mielestä mikään asia ihmiselämässä ei ole suljettavissa pois politisoinnilta. Kaikki ihmiselämän ilmiöt ovat siis politisoitavissa. Tarvitaan aina tietty keskittynyt yritys, jotta jotain uutta voidaan politisoida, luoda peliaikataila ja politikoinnin uusi tapa. Pelkkä julistaminen ei riitä politisoinniksi; politisoinnin on tarjottava ainakin joitakin merkkejä siitä, millaiselle politikoinnille tila on avattu. (Palonen 2003, 180.) Politisointi voi olla keksintö, mahdollisuuksien rakenne, uusi näkökulma tunnettuun ilmiöön ja samalla luodaan uusi tapa toimia poliittisesti: uusi paikka ja aika poliittiselle toiminnalle. Poliittiseksi nimeämisen lisäksi politisointiin sisältyy uusi idea, näkökulma ja uusien toiminnan mahdollisuuksien avaus.

Politisointi tarkoittaa Palosen mukaan poliittisen potentiaalın huomaamista olemassaolevissa muutoksissa, siirtymissä ja prosesseissa. Politisointi tulee ajankohtaiseksi yhteiskunnallisten muutosprosessien ollessa katkospisteissään, kuin uutta suuntaa hakemassa. (Palonen 2003, 180.) Politisoimalla tartutaan näihin katkospisteisiin ja tuodaan poliittiselle agendalle uusia asioita. Jotta voidaan politisoida, keksiä jotain uutta, samalla myös hajotetaan jotain vanhaa, muutetaan perspektiiviä, josta asioita on aiemmin tarkasteltu. Vaikka politisointi kasvattaa käytettävissä olevaa peliaikatailaa tulevaisuudessa, se myös edellyttää menneen uudelleenkirjoittamista. (ibid., 183.) Politisointi yhdistää menneen, nykyisyyden ja tulevan vastustamalla jotain, mitä ei ennen pidetty poliittisena sekä tulkitsemalla ilmiö uudelleen poliittiseksi ja avaamalla pelitila tulevalle politikoinnille (Palonen 1993, 41). Valpas poliittinen toiminta huomaa, milloin on sopiva hetki nostaa yhteiskunnalliseen keskusteluun uusia asioita tai uusia näkökulmia vanhoihin asioihin. Tuonnempana käsittelemme sitä, miten maailmankauppaliike on politisoinut kulutusta, kehitysmaatuotteiden ostamista ja myymistä.

Politiikka on Palosen (2003, 184) mielestä kahden toiminnan – politisoinnin ja politikoinnin – välinen korrelaatio. Toimijalle voi olla strategisesti tärkeää päättää, toimiako juuri nyt politikoidmalla (suoraan) vai politisoimalla jotain uutta (epäsuoraan) (Palonen 1993, 41). Polity ja policy puolestaan sääntelevät näitä toimintoja. Politisointi etsii uusia vallan osuuksia, kun taas politikointi pyrkii lisäämään jo olemassa olevia. Politisoimalla jonkin asian, hamuamme samalla valtaa muuttaa sitä. (Palonen 2003, 184.) Samaa mieltä on Lappalainen (2002, 56), joka toteaa, että: “Jos joku kollektiivinen toimija onnistuu nostamaan poliittiselle näyttämölle jonkin ongelman ja kykenee esittämään siihen relevantin ratkaisun tai peräti pystyy konkreettisella toiminnallaan ratkaisemaan määrittelemänsä ongelman, tulee tuosta toimijasta automaattisesti myös toimija, jolla on valtaa”. Politisoidessamme ilmoittaudumme samalla mukaan poliittiseen toimintaan, muutoksen tekijöiksi. Jokainen politisointi rikkoo jatkuvuuden, mutta lopulta politisoitien aikaansaamien murtumien sarja muodostaa uuden, oman jatkuvuutensa (Palonen 2003, 184). Paloselle (ibid., 185) politisointi merkitsee hetkeä, mahdollisuushorisonttia, jota voidaan hyödyntää ajan myötä. Politisointi luo poliittisen toiminnan mahdollisuushorisontin, jota voidaan hyödyntää mahdollisesti pitkäänkin. Politikointi sen sijaan merkitsee yksittäistä performanssia, jolla on oma kestoensa; politikointi ei ole jatkuvasti käynnissä (ibid., 185). Politisointi rikkoo jatkuvuuden ja politikointi ottaa ajan haltuun.

2.3. Poliittinen toiminta

“Politics is an activity, not a thing.”

Bernard Crick 1962

Vielä Aristoteleen aikaan politiikka käsitettiin tieteenalana, kun taas nykyisin² politiikka käsitetään nimenomaan toimintana (esim. Palonen 1988, 73). Poliitiikan tutkimisesta on siirrytty sen tutkimiseen, mikä on *poliittista* toiminnassa. Käsitteellisesti on siirrytty

2 Politiikka on Palosen (1993) mukaan ymmärretty toiminnaksi vasta 1800-luvun nk. satula-ajan jälkeen, jolloin monien käsitteiden merkitys muuttui. Poliitiikasta toimintana voidaan puhua 1920-luvulta lähtien (Palonen 2000, 112).

ymmärtämään politiikka sektorin sijaan toimintana (Palonen 2000, 96). Poliitiikka pyritään ymmärtämään sisältä päin, selittämällä *kokemus* poliittisesti toimimisesta (ibid., 113–114). Arendtille (2007, 113) toiminta merkitsee jonkin alkamista, toiminta aloittaa jotain uutta, tekee aloitteen. Vapaus kuuluu olennaisesti tähän kykyyn luoda uusi alku. Luodaksemme jotain uutta, tulee meidän olla vapaita. (ibid., 113.) Toiminta toisten kanssa, ryhmässä, on jotain olennaisesti politiikkaan kuuluvaa Palosen mielestä (Palonen 1983, 19). Myös Arendtin (2007, 93) mielestä politiikka perustuu ihmisten moninaisuuteen. Vain ihmiset yhdessä voivat toimia poliittisesti. Poliitiikka sijaitsee ihmisten välisissä suhteissa. Poliitiikka syntyy ihmisten välisessä kanssakäymisessä. Ihmiset eivät ole poliittisia vaan heidän välillään oleva tila. (ibid., 95.) Myös valta syntyy siellä, missä ihmiset toimivat yhdessä, ja ihmiset toimivat yhdessä ensisijaisesti poliittisella areenalla (ibid., 147).

Yksittäinen ihminen ei voi toimia poliittisesti vaan politiikka vaatii aina useiden ihmisten läsnäoloa, jolloin syntyy vuorovaikutusta heidän välillään. Yksittäinenkin ihminen voi toki olla poliittinen toimija, mutta hänen toimintansa muuttuu poliittiseksi vasta, kun hän on tekemisissä muiden ihmisten kanssa. Toiminnan kyky tehdä aloitteita riippuu toisten läsnäolosta ja siitä, että kohtaamme heidän mielipiteensä. Poliittista toimintaa ei voi tapahtua eristyksissä, yksinäisyydessä. Jotain uutta voidaan aloittaa vasta, kun saadaan muita mukaan. Arendtille kaikki toiminta onkin toimintaa yhteistyössä. (Arendt 2007, 127.) Poliitiikka on myös vapauden alue. Voi olla vaikeaa ymmärtää, että on olemassa alue, jolla olemme täysin vapaita, jossa emme ole riippuvaisia materiaalisesta olemassaolosta. Tuo vapaus vallitsee Arendtin mielestä vain politiikan ainutlaatuisessa “välitilassa”, ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa ja yhdessä toimimisessa. (ibid., 95.) Poliitiikka avaa meille vapauden muuttaa maailmaa.

Poliitikassa ei ole niinkään kyse ihmisistä kuin maailmasta, joka tulee todelliseksi heidän välillään ja säilyy heidän jälkeensä (ibid., 175). Yhdessä toisten kanssa toimiessaan ihminen pystyy näkemään asiat kuin asiat monesta eri näkökulmasta poliittisesti. Ihmiset pystyvät näin omaksumaan useita eri näkökulmia kaikkiin pohdiskelun alla oleviin aiheisiin. Jokainen käsiteltävä aihe näyttäytyy toisten kanssa yhdessä toimiessa suuressa näkökulmien moninaisuudessa. (ibid., 167–168) Arendtille maailma ei koostu erillisistä

yksilöistä vaan yksilöiden välisestä vuorovaikutuksesta, heidän välillään olevasta tilasta, jossa muodostuu toimintaa, toimitaan poliittisesti. Poliitiikka edellyttää ihmisten moninaisuutta, jonka mielipiteiden ja näkemysten kirjosta kudotaan esiin yhteisymmärrystä ja kompromisseja, taivutellaan muita oman ajattelun kannalle ja taivutaan itse sopusoinnun saavuttamiseksi.

Poliittiseen toimintaan sisältyy aina jotakin vastaan toimiminen, politiikka tulee esiin ihmistoiminnan tahallisissa konfliktitilanteissa. Mikäli politiikka katsotaan jonkun toimimiseksi jonkin asian muuttamiseksi, on se silloin sekä toimintaa jotakuta ihmistä tai ihmisryhmää vastaan että toimintaa jotakin asiaa vastaan. “Vastaan toimiaksemme” tarvitsemme sekä vastustajan että polycyn, jota vastustaa: politiikkaa ei ole ilman vastustajaa ja vastarintaa. (Palonen 1983, 20.) Jos politiikka siis perustuu vastaan-toimimiselle, ei-toiminta tarkoittaa vapaaehtoista antautumista vastustajalle. Jos en itse toimi, jään vastustajan toiminnan armoille. (ibid., 23.) Poliittisessa toiminnassa on kyse pyrkimyksestä muuttaa todellisuutta, jossa elämme. Miten maailmaa muutetaan, mikä olemassaolevista mahdollisuuksista realisoidaan? Poliitikassa – vastaan-toimimissuhteena – tätä valintaa ei voida tehdä tarkoituksellisesti vaan se syntyy vastustajien välisessä konfrontaatiossa. (ibid., 26.)

Poliittisella toiminnalla on aina tiettyjä tavoitteita. Nuo tavoitteet ovat Arendtille (2007, 193) kuitenkin vain ohjenuoria, joiden mukaan orientoimme itseämme ja toimintaamme. Tavoitteet eivät voi olla kiveen kirjoitettuja, vaan tavoitteiden konkreettiset lopputulokset ovat jatkuvassa liikkeessä johtuen siitä, että olemme tekemisissä muiden ihmisten kanssa, joilla on myös omat tavoitteensa – kaikkien tavoitteet eivät voi toteutua sellaisinaan. Poliittinen toiminta on jatkuvaa kompromissien tekoa ja tavoitteen mukauttamista sen hetkiseen tilanteeseen. (ibid., 193.) Tällainen politiikka on Palosen mukaan “kuin näytelmä ilman etukäteen kirjoitettua käsikirjoitusta, ilman ohjaajaa, ilman pysyviä rooleja näyttelijöillä, jotka myös kisailevat toistensa kanssa näytelmän tyylistä” (Palonen 1983, 33).

Palonen kuvailee osuvasti poliittisen toiminnan kontingenssia, ennakoimattomuutta ja

politiikoinnin hetkeen tarttuvaa, arvaamatonta luovuutta. Poliittisessa toiminnassa on Palosen (2006, 131) mukaan aina läsnä sattumanvaraisuus, kontingenssi: aina olisi mahdollista toimia toisin. Arendt taas näkee asian siitä näkökulmasta, että niin kauan kuin ihmiset pystyvät toimimaan, pystyvät he myös saavuttamaan sen, mikä on epätodennäköistä ja ennustamatonta (Arendt 2007, 114). Arendt (1978, 14) toteaa, ettei ole mitään kontingentimpaa kuin tahdotut teot, jotka olisi voinut jättää tekemättä. Poliittisessa toiminnassa jos missä on kyse tahdottujen tekojen kontingenssista. Poliitikko on näin ollen “taitoa käsitellä kontingenttia tapahtumaa”. Politisointi taas avaa uusia kontingenssin aspekteja tietyssä tilanteessa laajentaen poliittisuuden läsnäoloa. Politisointi saa aikaan tilanteen ennustamattomuuden luoden muutoksen mahdollisuuden. Politikointi puolestaan on edellä mainitulla kontingenssilla pelaamista välineenä siihen vähemmän varautuneita vastustajia vastaan. (Palonen 1993, 42.) Poliittinen toimija saa politisoimalla aikaan epävarmuutta johonkin asiaan, joka siihen asti on kenties ollut varma ja luotettava, tunnettu. Toimija voi sitten politiikoidulla käyttää hyväksi tuota luomaansa kontingenssia omalla oveluudellaan.

Lappalaiselle poliittinen toiminta on yksinkertaisesti jonkin asian tai tilanteen määrittelemistä ongelmaksi ja pyrkimystä ratkaista se. Toiminta muotoutuu tilannesidonnaisen ongelmakeskeisen poliittisen arvioinnin tuloksena. (Lappalainen 2002, 77.) Kuten olemme jo todenneet, tulee poliittisella toimijalla olla aina jonkinlainen ratkaisu esiinnostamaansa ongelmaan. Lappalaisen mukaan kaikenlainen uuden poliittisen toiminnan aloittaminen edellyttää “tarkoin harkittua erottautuvaa tyyliä” (ibid., 24). Lappalainen ei tarkoita tyyllillä pintaa, oikean toiminnan verhoamista joksikin muuksi, vaan toiminnan muotoa. Analysoitaessa toiminnan tyyliä kysytään, *miten* ongelmia määritellään, *millaisia* ratkaisuja esitetään ja *miten* ongelmien ratkaisemiseksi konkreettisesti toimitaan. Myös se on tärkeää, *mitä* asioita määritellään ongelmiksi. (ibid., 25–26, 28.) Tulevissa kappaleissa paneudumme tutkimaan Maailmankauppojen internetsivujen avulla maailmankauppaliikkeen poliittista tyyliä juuri näiden kysymysten kautta.

2.4. Kiistelyn politiikka

Kiistelyn politiikan (*contentious politics*) (esim. Tilly & Tarrow 2007) näkökulmasta poliittisessa toiminnassa korostuu edellä mainittu vastaan-toimimissuhde. Kiistelyn politiikkaa tapahtuu, kun tavalliset ihmiset yhdistävät voimansa konfrontaatioissa eliittien ja auktoriteettien kanssa (Tarrow 2011, 6). Ihmiset kilpailevat tai taistelevat keskenään siitä, mikä poliittinen ohjelma pääsee vallalle. Toimijat esittävät vaatimuksia koskien jonkun toisen intressejä, ei vain toimijoiden omia intressejä. Tämä johtaa koordinoituihin pyrkimyksiin edistää omaa politiikkaohjelmaa tilanteessa, jossa jokin hallinnollinen taho on joko vaatimusten kohteena, niiden esittäjänä tai kolmantena osapuolena. Yksi osapuoli siis esittää vaatimuksia toiselle. Osapuolet voivat olla yksilöitä, ryhmiä tai vaikkapa instituutioita, yleensä vaatimukset syntyvät kollektiivisesta poliittisesta toiminnasta, jolloin nimenomaan ryhmät esittävät poliittisia vaatimuksia. Vaatimusten esittäjä on tässä subjekti ja objekti taas se, jolle vaatimukset esitetään. (Tilly & Tarrow 2007, 2,4,7,9.) Poliittinen toimija siis aina joko esittää tai vastaanottaa vaatimuksia, mistä kiista muodostuu (ibid., 74).

Kollektiivinen toiminta muuttuu kiistelytoiminnaksi, kun sitä käyttävät toimijat, joilta puuttuu pääsy edustuksellisiin instituutioihin. Näillä toimijoilla on myös uusia tai ei-hyväksytyjä vaatimuksia. Kollektiivinen kiistelyn toiminta on Tarrow'n mukaan yhteiskunnallisten liikkeiden perusta. (Tarrow 2011, 7.) Poliittista kiistelystä tekee Tillyn ja Tarrow'n mukaan se, että jokin kiistan osapuoli on hallinnollinen elin, joko valtion hallinto tai jokin kansainvälinen instituutio kuten YK tai WTO. Toisinaan myös suuret yhtiöt käyttäytyvät tavallaan kuin valtiot, joten kiistelyn politiikka voi kohdistua myös niihin. (Tilly & Tarrow 2007, 6–7.) Katsoisin, että maailmankauppatoimijoiden erinäisille myöhemmin eriteltäville tahoille esittämät poliittiset vaatimukset edustavat kiistelyn politiikkaa, joten tulen käyttämään tätä teoriataustaa tutkiessani maailmankauppaliikkeen vaatimuksia sekä tarkastellessani maailmankauppatoimintaa kiistelyn politiikkaa harjoittavana yhteiskunnallisena liikkeenä.

Kiistelystä politiikassa esiintyy tiettyjä toimintatapoja, joita Tilly ja Tarrow (2007) kutsuvat kiistelystä repertoareiksi, valikoimiksi. Ne ovat ennalta tunnettuja ja kulloisellekin poliittisten toimijoiden joukolle mahdollisia tapoja esittää vaatimuksia. Näitä voivat olla esimerkiksi mielenosoitukset, lehdistötiedotteet tai vetoomukset. (ibid., 11.) Repertoari koostuu toimintamalleista, joita poliittiset toimijat ovat toteuttaneet ja jotka on toteuttamiskelpoisiksi havaittu, jolloin niitä kopioidaan omaankin toimintaan ja improvisoidaan tarpeen mukaan. Kun toimijat esittävät kollektiivisia vaatimuksia, he käyttävät omaa luovuuttaan jo olemassaolevan toimintarepertoarin sisällä. (ibid., 16.) Tunnettuja kiistelystä repertoareja laajennetaan kehittämällä niiden reunoille uusia innovaatioita (Tarrow 2011, 6). Maailmankauppaliikkeen kohdalla toteutuu erityisesti luovuus omien toimintavalikoimien kehittämisessä, liike ei ole tyytynyt vain tunnettuihin kiistelystä repertoareihin. Kiistelystä politiikkaa analysoidaan kuvailemalla poliittisia toimijoita, poliittisia identiteettejä, kiistelystä performansseja ja repertoareja, lisäksi analysoidaan kiistan dynamiikkaa mekanismien ja prosessien näkökulmasta (Tilly & Tarrow 2007, 27–28).

2.5. Poliittinen arviointi

Arendtin mukaan ihminen ei voi elää ilman ennakkoluuloja ja politiikkaan näitä ennakkokäsityksiä liittyy erityisen paljon. Kaikkia vastaantulevia asioita ei voi tutkia jokaisessa tilanteessa juurta jaksain, joten ennakkokäsityksiä tarvitaan normaalin arvostelukyvyn perustaksi. Poliitiikan tehtävänä on sitten valottaa ja purkaa näitä ennakkoluuloja. (Arendt 2007, 99.) Ennakkoluulot vetoavat yleiseen mielipiteeseen (“sanotaan, että...” tai “yleensä ollaan sitä mieltä, että...”) ja niillä on suuri merkitys sosiaalisessa kanssakäymisessä. Sosiaalisella arenalla pärjätäkseen ihminen tarvitsee ennakkoluuloja. Jopa yhteiskunnalliset rakenteet perustuvat ennakkoluuloille. (ibid., 100.) Ennakkoluulot perustuvat menneisyydessä tehdylle, silloisessa tilanteessa oikeutetulle tilanteen arvostelulle. Tuo arvio muuttui ennakkokäsitykseksi, kun sitä kannettiin mukana läpi ajan ilman, että sitä oltaisiin pysähdetty uudelleenarvioimaan. Ennakkoluulo on siis aina kiinnittynyt menneisyyteen ja se tekee niin tilanteen arvioinnin kuin nykyhetken aidon

kokemisenkin mahdottomaksi. Poliittisesti toimiessamme emme Arendtin mielestä voi korvata arvostelukykyä ennakkoluuloilla tai ainakin se on hyvin vaarallista. (ibid., 101.)

Arvotelukyvyllä Arendt tarkoittaa yksittäisten ja partikulaarien asioiden järjestämistä ja muuntamista yleisen, univeraalin muotoon. Luodaan standardeja, joilla konkreettiset asiat identifioidaan ja tehdään päätökset siltä pohjalta. Jokainen yksittäinen asia erikseen itse luotujen standardien avulla arvioiden. (Arendt 2007, 102.) Poliittisessa arvioinnissa on kyse jokaisen tilanteen tarkastelemisesta erikseen, mutta yleisiin ajatteluamme jaotteleviin standardeihin pohjaten (koska emme ole yli-ihmisiä, jotka kykenisivät taustoittamaan täydellisesti kaikki vastaantulevat tilanteet ja asiat). Tiukkoja ideologioita, jotka määrittelevät ennakolta suhtautumisemme jokaiseen eteen tulevaan asiaan Arendt kavahtaa (ibid., 102). Myös Palosen mielestä poliittinen arviointi eli kyky arvioida asioita ilman riittäviä taustatietoja³, kun tilanne vaatii osaavaa poliittista arviointia, on poliittisessa toiminnassa tärkeää (Palonen 2006, 127). Poliittinen toiminta siis edellyttää poliittista arviointia. Lappalaisen mukaan mikä tahansa harrastelu ei ole poliittista toimintaa vaan sen kriteerinä on nimenomaan arviointi. Poliittinen arviointi edellyttää kulloisenkin tilanteen erityisharkintaa. Arvioitaessa ei tunneta ikuisia totuuksia ja tiukasti lukkoon lyötyä ajattelua. (Lappalainen 2002, 63, 65.)

Poliittinen arviointi on tärkeä käsite tässä tutkimuksessa kahdella tavalla. Ensinnäkin osaava poliittinen toimija, tässä tapauksessa maailmankauppaliike, harjoittaa jatkuvasti toimiessaan poliittista arviointia. Toimija ei tyydy yleisiin totuuksiin eikä ota annettuna olemassaolevia ratkaisuja yhteiskunnallisiin ongelmiin. Maailmankauppaliike on tarttunut ongelmaan nimeltä kehitysmaiden pientuottajien köyhyys ja luonut ennakkoluulottomasti ongelmalle konkreettisen ratkaisun alkamalla myydä näiden tuottajien tuotteita länsimaiden markkinoille ja takaamalla tuottajille oikeudenmukaiset työolosuhteet kohtuullisine palkkoineen. Maailmankaupat eivät ole toimintavalikoimassaan tyytyneet perinteiseen kehitysapuun tai lehtikirjoitteluun vaan ne ovat aktiivisesti alkaneet tehdä yhteistyötä kehitysmaiden pientuottajien kanssa. Poliittista toiminnasta on tullut siinä vaiheessa, kun

3 Oikeastaan poliittisilla toimijoilla ja päättäjillä ei ole koskaan riittäviä taustatietoja vaan päätökset ja linjaukset joudutaan aina tekemään puutteellisin tiedoin.

kehitysmaatuotteiden myyntitoiminnalla on tietoisesti alettu tavoitella muutosta koko kaupan järjestelmään ja kehitysmaiden tilanteesta on alettu tiedottaa tuotteiden myymisen ohessa kansalaisiin vedoten. Toiseksi poliittista arviointia vaaditaan myös poliittisilta kuluttajilta kuten Maailmankauppojen asiakkailta. Poliittiseen arviointiin voitaisiin ajatella kuuluvaksi myös kyky ajatella kenen tahansa toisen ihmisen näkökulmasta, myös kehitysmaiden köyhien näkökulmasta: miten ratkaista köyhyysongelma? Poliittisen arvioinnin ajatukseen palaamme seuraavassa kappaleessa.

2.6. Politisoitu kulutus

Tutkielmani oletuksena on, että maailmankauppaliike on politisoinut kehitysmaissa tuotettujen tuotteiden kuluttamisen eli tehnyt yksittäisten kansalaisten näennäisen yksityisistä ostoalinnoista poliittisia päätöksiä. Poliittisella kuluttamisella tarkoitetaan kuluttajan tuote- tai tuottajavalintaa, joka perustuu poliittisiin tai eettisiin mielipiteisiin (Stolle ym. 2005, 246). Seuraavaksi siis paneudumme poliittiseen kuluttamiseen. Kulutuksen politisoitumisen taustalla on kokonaisvaltainen arvojen muutos pitkälle teollistuneissa yhteiskunnissa. Länsimaisten yhteiskuntien siirtyessä teollistumisen ja modernin aikakaudelta kohti postmodernismia, on siirrytty materiaalsen hyvinvoinnin korostamisesta elämän laadun painottamiseen (Inglehart 1977 & 1997).

Inglehartin mukaan läpi ihmishistorian vakavan taloudellisen puutteen ja jopa nälän uhka on ollut koko elämää määrittävä tekijä suurimmalle osalle ihmisistä. Mutta historiallisesti ennennäkemätön taloudellisen turvallisuuden taso, jonka sotien jälkeiset sukupolvet ovat saaneet kokea teollistuneissa yhteiskunnissa on johtanut asteittaiseen muutokseen “materiaalisista” taloudellisen ja fyysisen turvallisuuden arvoista kohti “postmateriaalisia” prioriteetteja kuten itsensä toteuttaminen ja elämän laatu. (Inglehart 1997, 4.) Modernisaation aikakaudella painotettiin yksilön taloudellisia saavutuksia, vihdoin yksilö pystyi saavuttamaan omilla toimillaan taloudellisen menestyksen sen sijaan, että siihen olisi päästy vain yläluokkaan syntymällä. Talouden kasvu nähtiin progression merkinä ja elintärkeänä tekijänä menestyvälle yhteiskunnalle. Postmodernissa yhteiskunnassa puolestaan alettiin painottaa yhä enemmän elämän laatua, yksilövalintoja ja itsensä

toteuttamista kuin taloudellista menestystä. (Inglehart 1997, 28.) Näin oli muodostunut mahdollisuus kulutuksen politisoitumiseenkin.

Suurin osa länsimaiden kansoista on kasvanut erittäin hyvässä taloudellisen turvallisuuden tilanteessa, jolloin taloudellinen ja fyysinen turvallisuus eivät ole enää arvoina ensisijaisia. Näillä sukupolvilla ei ole kokemusta totaalista sodasta tai nälästä, jolloin he kokevat olevansa turvassa. Taloudellinen ja teknologinen kehitys takaavat perustarpeiden tyydytyksen, minkä lisäksi nämä sotien jälkeiset sukupolvet ovat yhä koulutetumpia. Tästä kaikesta on seurannut yksilön arvojen tasolla kasvavat painotus johonkin kuulumiseen, arvonantoon ja itsensä toteuttamiseen. Lisäksi koulutustason nousu ja kommunikaatiovälineiden kehittyminen ovat johtaneet yksilötason taitojen kasvamiseen niin, että yhä suuremmalla osalla väestöstä on taitoja toimia politiikassa. (Inglehart 1977, 3,5.) 1960-luvulla tapahtui suuri poliittinen muutos, joka politisoi monia uusia aiheita, loi “uuden politiikan”. Nyt protestoijat eivät olleet enää köyhiä, jotka vaativat mm. parempaa toimeentuloa itselleen vaan hyvin toimeentulevia keskiluokkaisia ihmisiä, postmaterialisteja. Tässä vaiheessa poliittiselle agendalle tuli yhä vahvemmin hierarkisten suhteiden vastustus myös kansainvälisessä politiikassa. (ibid., 262, 286.) Kun huomio voitiin kiinnittää oman hyvinvoinnin ja sen lisäämisen ulkopuolisiin aiheisiin, huomattiin maailmankaupan epäoikeudenmukainen rakenne ja kehitysmaiden köyhyys.

Huomaamme, että jo 1970-luvun lopulla, jolloin Suomeen perustettiin ensimmäinen Maailmankauppa⁴, oli nähtävissä suurelta osin taloudellisesta turvallisuudentunteesta johtuva arvojen perusteellinen muutos. Väittäisin, että kun perustarpeet on tällä tavoin saatu tyydytettyä, on voitu alkaa miettiä myös kulutuksen eettisiä puolia. Keski-vertokansalainen elää sen verran turvattua elämää niin fyysisesti kuin taloudellisestikin, että kulutusta on mahdollista pohtia eri näkökulmista. Elämme varsinaisessa “runsauden yhteiskunnassa” (Ilmonen 2007, 361), jossa päivittäistavaroiden kulutuskin on mahdollista politisoida ja asettaa vastuu tuotteiden tuotannon vaikutuksista yksityisille kansalaisille, kuluttajille. Inglehart (1997, 36) toteaa että koska nääntymisen riski on hävinnyt, voivat ihmiset suunnata huolensa jokapäiväisestä eloonjäämisen

4 Maailmankauppa Juutti-putiikki Ouluun.

epävarmuudesta kaukaisempiin huolenaiheisiin kuten ekologiseen kriisiin, ympäristönsuojelua priorisoidaan joissain tapauksissa yli talouskasvun. Arvojen muutoksen myötä uudenlaisia asioita on Inglehartin (1977, 13) mukaan tuotu ennen luokkakonflikteihin keskittyneelle politiikan areenalle. Näitä uusia aiheita ovat olleet esimerkiksi moraalien uudelleenmäärittely, laajempi kansalaisosallistuminen sekä ympäristönsuojelu (ibid., 13). Näihin uusiin aiheisiin voitaisiin lukea myös kulutuksen poliittinen problematisointi.

Tähän arvojen muutokseen sisältyi poliittisia mahdollisuuksia, joita Tarrow (2011, 32) kuvaa konsistenteiksi vihjeiden joukoiksi, jotka ovat kannustaneet ihmisiä kiistelyn politiikkaan. Tässä tilanteessa poliittiset mahdollisuudet näyttäytyivät toimijaryhmän ulkopuolisina resursseina: arvojenmuutoksena yhdistettynä kansainvälisen kaupan kehittämiseen yhä epätasa-arvoisemmaksi – näitä mahdollisuuksia pieni varatonkin ryhmä voi käyttää poliittista muutosta tavoitellessaan (ibid., 33). Avautui sopiva tilanne kyseenalaistamiseen ja vallitsevan järjestelmän haastamiseen. On voitu siirtää huomio omasta taloudellisesta turvallisuudesta kehitysmaiden ihmisten toimeentulon turvaamiseen. Sen sijaan, että haalittaisiin mahdollisimman paljon materiaa itselle, on tultu tilanteeseen, jossa nähdään mahdolliseksi kanavoida omaa “ylimääräistä” taloudellista turvaa sinne, missä tätä turvaa ei tällä hetkellä ole. Yksi näistä tavoista on kehitysmaiden pienviljelijöiden toimeentulon tukeminen reilun kaupan avulla sekä maailmankauppaliikkeen esiinnostama kiista maailmanlaajuisesta kaupanrakenteiden epäoikeudenmukaisuudesta, johon liike on vaatinut muutosta. Tämä on vaatinut kulutuksen politisoimista. Seuraavaksi käymme vielä läpi sitä, miten globalisaatiokehitys on vaikuttanut kulutuksen politisoitumiseen.

2.6.1. Globalisaatio poliittisen kuluttamisen taustalla

Kasvatavat yhteydet Pohjoisen ja Etelän talouksien välillä asettavat Etelän työläiset Pohjoisen markkinavoimien armoille; heitä kontrolloivat tuottajat, investoijat ja kuluttajat Pohjoisessa (Tilly & Tarrow 2007, 175). Olimme sitten realisteja tai relativisteja, filosofi Juha Sihvolan (2004, 210) mielestä tarvitsemme globaalia etiikkaa, koska maailman kaikki osat ovat nykyisin toisistaan riippuvaisia. Toimintamme vaikuttaa Sihvolan mukaan koko

maailmaan, ja sen seurauksia on pakko miettiä koko maailman kannalta. Osto- ja kulutus päätöksemme vaikuttavat maailmanpolitiikan kipupisteisiin. Sihvolan mielestä esimerkiksi se, jos vaihdamme reilun kaupan banaaneihin, on maailmanlaajuisesti vaikuttava poliittinen päätös. (ibid., 210.) Ostoksilla ollessamme voimme tavallaan äänestää koko maailman mittakaavassa (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 44). Vastuu ostopäätösten seurauksista on meistä jokaisella myös Maailmankauppojen mielestä. Globaali vastuu näyttäytyy nykypäivänä myös ostoksilla ollessamme:

“Että kuluttajat näkisivät maapallon olevan paikka, jossa kaikkien toiminta vaikuttaa kaikkeen. Ei siis pitäisi olla yhdentekevää, miten vaikkapa tuhansien kilometrien päässä käytetään torjunta-aineita, koska se vaikuttaa lopulta myös omaan hyvinvointiimme.” (C).

Oma hyvinvointimme on sosiologista termiä käyttäkseni kehystetty globaalisti (Tarrow 2011, 235), jotta globalisaation uhkien yhteys suomalaistenkin kuluttajakansalaisten arkeen tulisi selvemmäksi. Se, että kuluttajaa vaaditaan miettimään tuhansien kilometrien päässä käytettäviä torjunta-aineita, sisällyttää kulutusvalintoihin politiikkaa. Kulutus politisoidaan ja kuluttajalta vaaditaan poliittisen arviointikyvyn käyttämistä.

Edellä mainitun arvomuutoksen sekä poliittisten taitojen kasvun myötä kansallisvaltioiden legitimitetti on pienentynyt ja korvautunut osin valtioiden rajat ylittävillä lojaliteeteilla, ylikansallisilla identiteeteillä (Inglehart 1977, 5). Koulutustason myötä kasvaneet poliittiset taidot yhdistettyinä uuteen ylikansalliseen identiteettiin ovat auttaneet ratkomaan maailmanpoliittisia kysymyksiä, kun kansalaisten huomio on siirtynyt yhä enemmän myös kansainväliselle tasolle (ibid., 368). Voidaan puhua niin sanotusta kosmopolitanismista, kun viitataan koko ihmiskuntaan ”meinä”, kosmopoliittisena yhteisönä. Koko ihmiskunnalla on yhteisiä huolenaiheita kuten kestävä kehitys, ihmisoikeudet ja ympäristöekologia, joiden parissa kansalaisyhteiskunnan toimijat voisivat parhaiten toimia globaalilla tasolla. (Scholte 2000, 172–177,179.) Entisen kollektiivisuuden sijaan uudet “me”-orientaatiot kehittävät altruistista individualisaatiota ja yhteisöjä (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 28). Maailmankaupat – eräällä tavalla globaalin kansalaisyhteiskunnan toimijoita nekin – koettavat parhaansa mukaan vedota tällaiseen kosmopolitanismiin ja uuteen “me”-orientaatioon vanhan nationalismin ja rajatumman “me”-määritelmän sijaan

pyrkiessään saamaan kuluttajakansalaiset tukemaan reilua kauppaa ja tuntemaan solidaarisuutta kehitysmaiden heikossa asemassa olevia ihmisiä kohtaan.

“Globalisaation aikakaudella maailmantalous vaikuttaa välillisesti lähes kaikkien ihmisten elämään erilaisilla tavoilla.” (D)

Jokapäiväinen aremme kehystetään globaalisti, sillä Maailmankauppojen toimijatkin katsovat globalisaation olevan poliittisen kuluttamisen ja etenkin reilun kaupan synnyn taustalla monien muiden yhteiskunnallisten prosessien lisäksi. Taustalla on myös kaikkeen poliittiseen toimintaan vaikuttava globaalisuus. Globaalisuudella tarkoitetaan sitä, että mikään, mikä tapahtuu planeetallamme ei enää ole rajallinen, paikallinen tapahtuma. Kaikki uudet keksinnöt, edistysaskeleet ja katastrofit vaikuttavat koko maailmaan. Meidän on siis Beckin mukaan uudelleenorientoitava elämämme ja toimintamme lokaali-globaali-akselille. (Beck 2000, 11.) Globalisaatio johtaa ja on johtanut yhteisen riippuvuuden vahvistumiseen yli kansallisten rajojen. Erillisten maailmojen malli korvautuu ylikansallisella keskinäisriippuvuudella. Paikallisuudestakin on Beckin mielestä tullut yksi globaalin aspekti. (ibid, 47–48.) Globalisaatio on valtioiden rajat ylittävä prosessi, ylikansallisten tilojen, tapahtumien, ongelmien ja konfliktien vahvistumista. Tuo prosessi ei Beckin mielestä ole lineaarinen eikä totaalinen vaan pikemminkin kontingentti ja dialektinen. Globaalisuus on Beckin mielestä kuitenkin peruuttamatonta. (ibid., 87, 117.)

Tässä yhteydessä lienee syytä huomauttaa, että termiä globalisaatio käytetään Tillyn ja Tarrowin mielestä usein, vaikka puhuttaisiin itse asiassa kansainvälistymisestä. Kansainvälistyminen vaikuttaa poliittiseen mahdollisuusrakenteeseen voimistaen horisontaalisia suhteita valtioiden, hallinnon ja ei-valtiollisten toimijoiden kesken sekä näiden ja kansainvälisten instituutioiden välisiä vertikaalisia sidoksia (Tilly & Tarrow 2007, 176). Suuri osa globaaliksi kutsutusta toiminnasta on Tarrowin ja McAdamin (2005, 122) mielestä kansainvälistymistä ja toiminnalla on kansallistakin merkitystä. Tarrow (2011, 243) haluaisi puhua erityisesti “kompleksisesta kansainvälistymisestä” tässä yhteydessä. Termi globalisaatio kuvaa kuitenkin mielestäni paremmin sitä monisyistä prosessia, joka poliittisen kuluttamisen ilmiön taustalla on. Kansainvälistyminen kun sananmukaisesti tarkoittaa kansojen välistä yhteyttä eikä sitä limittyntä ja monitasoisesti lomittunutta

maapalloistumista, joka jatkuvasti on käynnissä. Tarrow ja McAdam (2005, 121) puolestaan ovat sitä mieltä, että globalisaatiokirjallisuus saa usein tilanteen näyttämään sellaiselta, että olisimme tekemisissä uljaan uuden maailman kanssa, jossa valtiot hiipuvat pois kohti “globaalia kansalaisyhteiskuntaa”. Väite on Tarrowin ja McAdamin mukaan liioittelua, kansallisvaltiot ovat heidän mielestään edelleen kaikenlaisen politiikan dominanteja toimijoita ja lokuksia (ibid.). Maailmankauppaliikkeellekin kansallisvaltio on edelleen oman toiminnan lokus, mutta kiistan vaatimusten kohteet eivät ole vain kansallisvaltioita, sillä tavoitteena on globaali muutos.

Ongelmia globalisaatiossa Beck näkee etenkin kapitalismissa (Beck 2000, 32-33), jota vastaan maailmankauppaliikekin toimii⁵. Inglehartin mukaan näkyvissä on kuitenkin kasvava kapitalismin ja markkinaperiaatteiden hyväksyntä (Inglehart 1997, 327), vaikka kriittisiä näkökantojakin esiintyy. Yleisesti ottaen kapitalistinen järjestelmä silti otetaan annettuna ja hyväksytään välttämättömänä osana maailmanjärjestystä ja yhteiskuntien toimintaa. Kapitalismin logiikka on globaali: se koostuu yhdestä markkinasta, jota hallitsee voiton maksimoinnin periaate. Kapitalismi perustuu periferisten alueiden (teollisuusmaiden näkökulmasta kehitysmaat) hyväksikäyttöön. Kapitalismi tuottaa mahtavia rikkauksia toisaalle ja köyhyyttä toisaalle. (ibid., 33.) Globalisaation lisäksi voidaan puhua lokalisaatiosta: paikallisuuden voimistumisesta. Globalisaatio on johtanut maailman väestön polarisaatioon ja kerrostumiseen globalisoiduiksi rikkaiksi ja lokalisoiduiksi köyhiksi. Beck puhuukin *glokalisatiosta*, jolla hän tarkoittaa etuoikeuksien ja puutteen, vaurauden ja köyhyyden, vallan ja vallattomuuden sekä vapauden ja rajoitusten uudelleenjakoa. (ibid. 55.)

Kapitalismin lisäksi Beck näkee globalisaatioon liittyen ongelmia uusliberalismissa (Beck 2000, 122). Globalisaation selkeästi negatiiviset vaikutukset – esimerkiksi tuloerojen kasvu kaikkialla maailmassa – eivät Scholtenkaan mukaan liity välttämättä globalisaatioprosessiin sinänsä. Hänen mukaansa ne johtuvat 1900-luvulla omaksutusta uusliberalistisesta *laissez-faire* -talouspolitiikasta, jota globalisaatioon sovelletaan mm. IMF:n, WTO:n ja OECD:n toimesta (Scholte 2000, 237–239). Uusliberaali ajattelu alkoi

5 Aiheesta lisää mm. kappaleissa 6 ja 7.

kantaa hapanta hedelmää siinä vaiheessa, kun globaalin Pohjoisen ja Etelän välinen epätasa-arvo tuli yhä ilmeisemmäksi (Tarrow 2011, 243). Uusliberalistit laittavat uskonsa markkinoihin. Menestyminen talouden markkinoilla lopulta ratkaisee olemassaolon ja ei-olemassaolon välillä. (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 165-166.) Uusliberalismi on vahvasti poliittista, vaikka näyttäytyykin epäpoliittisena, kuin luonnollisena prosessina, pelkkänä talouden hoitona vapaan kaupan ja sääntelemättömyyden muodossa (Beck 2000, 122). Suuri osa maailmankauppatoimijoista kannattaa tässä tilanteessa sääntelyä:

“Henkilökohtaisesti kannatan talouden nykyistä voimakkaampaa sääntelyä. Mielestäni köyhien maiden tulisi voida suojella omia kansantalouksiaan ja markkinoitaan siten, että väestön ruokaturva ja muu hyvinvointi ei vaarantuisi.”

(D)

Tällainen vaatimus suuntautuu koko kansainväliselle yhteisölle, valtioille sekä kansainvälistä kauppaa hallinnoiville järjestöille. Uusliberalismin ideologiaan kuuluu, että ihmiset eivät toimi vaan ainoastaan toteuttavat maailmanmarkkinoiden lainalaisuuksia. Talouden globalisaatio on Beckin mielestä kuitenkin läpikotaisin poliittinen prosessi, jota toteutetaan ylikansallisten toimijoiden toimesta uusliberaalin talouspolitiikan mukaisesti. (Beck 2000, 122.)

Kapitalistisen logiikan syveneminen ja universalisoituminen globalisaation myötä on alkanut tuottaa vastustusta (Beck 2000, 33). Uusliberalistiseen globalisaatioon kuuluva maailmanmarkkinoiden ensisijaisuus ja suorainen diktatuuri kaikkeen muuhun nähden täytyy Beckin mielestä vihdoinkin nähdä sellaisena, kuin se todella on – vanhentuneena ekonomistisena projektina. Beckin mukaan kansallisten toimijoiden on jaettava globaali areena ja globaali valta yhä uusien kansainvälisten organisaatioiden kanssa. Vastaus on ylikansallisessa alapolitiikassa: kansalaisyhteiskunnan toimijoissa, järjestöissä ja yrityksissä. (ibid., 34–35,117.) Tähän vastaukseen globaalille kapitalismille liittyy myös poliittisen kuluttajuuden ilmiö. Uusliberalistinen talouden globalisaatio on kasvattanut ylikansallisia liikkeitä, kansainvälistä aktivismia. Tässä vaiheessa esimerkiksi politisoidun kulutuksen ensimmäinen ilmiö, boikotit, lisättiin kiistelyn politiikan repertoaariin (Tarrow 2011, 243–244). Pelkkä globalisaatio ei tosin riitä tuottamaan globaaleja yhteiskunnallisia liikkeitä vaan tarvitaan myös kognitiivista muutosta – uudenlaista ajattelua – toimijoissa,

Della Porta ja Tarrow (2005, 8) huomauttavat.

Beckin mukaan kansalaiset ovat huomanneet, että yksinkertainen ostotapahtuma voi olla aina ja kaikkialla kuin suora äänestyslippu toivotunlaisen toiminnan kannattamiseksi. Poliittisessa kuluttajuudessa aktiivinen kuluttajayhteiskunta yhdistyy suoraan politiikkaan koko maailman mittakaavassa. Syntyy globaali vastuun ketju, jossa yksilöt voivat suoraan ottaa osaa poliittisiin päätöksiin. Globaalit uhkat (esim. köyhyys, ekologiset vaarat) kehittävät kokonaisen merkitysten horisontin: ensimmäiseksi ilmiötä vältetään, kunnes se joudutaan kohtaamaan, josta seuraa inho. Lopulta inhosta seuraa halu tehdä jotain asian hyväksi: pelastaminen. (Beck 2000, 70–71.) Tällä logiikalla toimii niin poliittinen kuluttaminen kuin muukin poliittinen aktiivisuus maailman epäkohtien korjaamiseksi. Kun ikävän ja suorastaan inhottavan tiedon esimerkiksi kehitysmaiden köyhyydestä on valmis ottamaan vastaan ja sisäistämään välttelyn sijaan, seuraa siitä ennen pitkää tarve tehdä jotain asian hyväksi. Nykyihmiselle kohtuullisen helppo tapa “parantaa” kehitysmaiden köyhien elämää voi olla esimerkiksi kulutusvalintojen suuntaminen reiluun kauppaan.

Poliittisesti tiedostavan, järjestäytyneen kuluttajan tulee taitaa median symbolis-poliittiset välineet saadakseen äänensä kuuluville. Poliittinen kuluttajaliike voi saada nostetta esimerkiksi tarjoamalla kuluttajille selkeitä merkintöjä tuotteen alkuperästä, tuotantotavasta yms., merkit tekevät tuotteista helppoja tunnistaa. (Beck 2000, 139-140.) Näin on menetelty esimerkiksi Reilun kaupan merkkijärjestelmä. Maailmankaupoissa sen sijaan ei ole erikseen omaa merkkiä, koska Maailmankauppojen maahantuomia reilun kaupan tuotteita myydään lähinnä Maailmankaupoissa. Beck vaatii myös tuotevastuuta merkintöihin. Jos annettu informaatio on todistettavasti virheellistä, pitäisi siitä seurata hänen mukaansa taloudellinen rangaistus Tällöin taataan se, että tuottajan ja myyjän on pakko olla tietoisia tuotteen tuotantotavoista välttyäkseen taloudelliselta epäonnistumiselta. Tärkeää on tuotteen “läpinäkyvyys” ja luotettavuus. Vastauksena talouden globalisaatiolle Beck siis peräänkuuluttaa paikallista sääntelyä sekä yhtiöiden itsesääntelyä. Vaikkeivät nämä keinot toki ratkaise kaikkia talouden globalisaation ongelmia, ovat ne joka tapauksessa tärkeitä askelia kohti globaalia vastuunkantoa. Beck selvästi katsoo, että poliittisella kuluttajuudella on mahdollisuus suitsia myös uusliberaalia talouspolitiikkaa.

(ibid., 139–140.)

2.6.2. Poliittinen kuluttaminen

Myös Micheletin mielestä syynä eettisen kuluttamisen voimistumiseen ja kulutuksen kyseenalaistamiseen on hyvin pitkälti globalisaatio ja vapaa kauppa (Micheletti 2003, x). On syntynyt tarve kyseenalaistaa tuotteiden tuotantotapoja ja vaatia omien arvojen mukaisesti tuotettuja kulutustuotteita. Micheletin mukaan tuotteiden poliittisuus on suurimman osan ajasta latenttia tai näkymätöntä, mutta siitä tulee näkyvää, kun kansalaiset antavat sille julkista merkitystä ja alkavat nähdä mahdollisuuden poliittiseen vaikuttamiseen. Poliittinen kuluttaminen liittyy tuotteiden politiikkaan, ihmisten välisiin valtasuhteisiin ja valintoihin siitä, miten resurssit pitäisi käyttää ja jakaa globaalisti. Poliittiset kuluttajat valitsevat tuotteita ja tuottajia enemmän tuotteen politiikan kuin pelkän materiaalsen tuotteen perusteella. Valintoihin vaikuttavat poliittiset arvot, hyveet ja etiikka. Näin markkinoista, muinoin epäpoliittisena talouden alaan kuuluvana pidetystä areenasta, on tullut politiikan tekemisen paikka – kulutustavaramarkkinat ovat politisoituneet. Taloutta ja politiikkaa ei voida enää erottaa erillisiksi inhimillisen toiminnan alueiksi. (ibid., ix–x,2.)

Poliittinen kuluttaminen kyseenalaistaa Micheletin mukaan näkemyksemme siitä, mitä on poliittinen osallistuminen. (ibid., 3.) Micheletti on epäilemättä oikeassa siinä, että poliittiset kuluttajat toimivat perinteisen politiikan ulkopuolella. He tavallaan osallistuvat poliittisesti, mutteivät arendtilaisessa mielessä varsinaisesti *toimi* poliittisesti. Reilun kaupan kahvin tai banaanin ostaminen “tavanomaisen” kahvin tai banaanin sijaan ei ole poliittista toimintaa, jos se on vain yksilön oma sinänsä yksityinen ostopäätös. Poliittisen toiminnan kun pitäisi Arendtin mukaan aina aloittaa jotain uutta, tehdä aloite (Arendt 2007, 113). Reilun kaupan tuotteen ostaminen on poliittista, jos ostopäätös tehdään poliittisin perustein, mutta arendtilaista toimintaa se ei kenties aivan ole. Poliittista toimintaa poliittisesta kuluttamisesta tulee siinä vaiheessa, kun ostamisen lisäksi esitetään vaatimuksia vähittäiskaupalle tai tuotteita valmistaville yhtiöille tai pyritään vaikuttamaan muiden kuluttajien ostopäätöksiin. Tällöin toiminta tosiasiallisesti aloittaa jotain uutta, tekee aloitteen. Poliittinen toimija ei pääse ihan niin helpolla, että hän käväisee ostoksilla.

Politiikkaa tällaisesta tapahtumasta on toki esiinluettavissa, mutta varsinaista toimintaa arendtilaisessa merkityksessä se ei ole.

Kuten jo totesimme, mitä tahansa harrastelua ei voida katsoa poliittiseksi toiminnaksi. Voitaisiin ajatella, että esimerkiksi Maailmankauppojen asiakkaat osallistuvat poliittisesti, tekevät ostopäätöksensä polittisesti⁶. Maailmankaupat taas puolestaan toimivat poliittisesti tuodessaan oikeudenmukaisesti tuotetut tuotteet kuluttajien ulottuville, kehitellessään reilun kaupan järjestelmää, tiedottaessaan toiminnastaan ja kehitysmaiden ihmisten asemasta. Maailmankaupat näin mahdollistavat asiakkailleen poliittisen osallistumisen:

“Mielestäni maailmankauppaliikkeen poliittinen sanoma on, että ihmisillä on kansalaisina ja kuluttajina vaikutusmahdollisuuksia, joita heillä on mahdollisuus ja oikeus käyttää. Maailmankaupat tarjoavat konkreettisen ja rakentavan mahdollisuuden tehdä eettisiä kulutusvalintoja.” (D)

Tässä kiista on kääntynyt vaatimaan muutosta tavallisilta ihmisiltä. Maailmankaupat vetoavat kuluttajiin, jotta nämä tukisivat kehitysmaiden pientuottajia reilun kaupan tuotteita suosimalla. Hallinnolliset tahot on tässä vaatimuksessa ja tavoitteessa ohitettu kokonaan.

Maailmankaupat ovat politisoineet kehitysmaatuotteiden myynnin ja toivovat kuluttajien osallistuvan poliittisesti suosimalla reilua kauppaa:

“Kuluttaminen on hyvin vahva [vaikuttamisen EM] kanava. Sen avulla on mahdollista politisoida arki, jossa elämme.” (A)

Maailmankauppatoimijoille kulutuksen politisoiminen on tietoinen tapa vaikuttaa, arkipäiväisten valintojen tasolla. Politisoimalla kulutus on luotu uusi polity, tila poliittisesti toimimiselle kauppaa pitämällä: poliittisen kuluttamisen mahdollisuus. Maailmankauppaliike ei ole tyytynyt yleisimpiin, tunnettuihin kiistelyn politiikan repertoaareihin (Tarrow 2011, 54) vaan kehittänyt oman tapansa tuoda kiistaansa, poliittisia

6 Toki monet asiakkaat ostavat tuotteita Maailmankaupoista ilman eettisiä tai poliittisia pohdintoja pelkän materiaallisen tuotteen perusteella. Lisäksi on huomattava, että:

“[T]uotteen on oltava niin myyvä, ettei ostajan tarvitse käyttää eettisyyttä yhtenä ostopäätöstä vauhdittavana tekijänä. Tämän takia asiakas ei käytännössä tehdessään ostopäätöstä välttämättä tiedosta kuluttavansa eettisesti.” (A)

Suuri osa Maailmankauppojen asiakkaista kuitenkin oletettavasti on tietoisia reilusta kaupasta ja haluaa tukea sitä. Tämän tarkemmin emme tässä tutkielmassa paneudu pohtimaan Maailmankauppojen asiakkaiden motiiveja, sillä keskitymme ennemminkin maailmankauppalaisten motiiveihin ja tavoitteisiin.

vaatimuksiaan esiin. Maailmankauppojen toiminnan tavoitteet ulottuvat yksittäisiä myyntitapahtumia pidemmälle⁷. Asiakkaan ostotoiminta sen sijaan ei tavoita sen laajempaa vaikutusta kuin yhden tuotteen myynnin hyöty niin Etelän tuottajalle kuin Maailmankaupan toiminnan jatkumiselle, joten tästä syystä kutsun sitä poliittiseksi osallistumiseksi toiminnan sijaan. Toisaalta jokainen myyty reilun kaupan tuote on aina signaali koko kaupan alalle siitä, että tätä toimintaa kannatetaan ja sitä tulisi jatkaa.

Michelettin mielestä poliittiset kuluttajat toimivat perinteisen politiikan ja kansalaisyhteiskunnan ulkopuolella (Micheletti 2003, 3). Micheletti tarkoittanee tällä sitä, että poliittiset kuluttajat toimivat sekä politiikan, talouden että kansalaisyhteiskunnan rajapinnalla, eivät vain yhdellä näistä areenoista, jotka joskus on ajateltu erillisiksi. Nykyään tosin ajatellaan, että politiikka ei ole erillinen yhteiskunnallisen toiminnan alue, vaan politiikkaa voidaan löytää kaikesta ihmistoiminnasta, mitä käsiteltiin kappaleessa 2.1. Poliittiset kuluttajat toimivat kyllä kansalaisyhteiskunnassa, mutta uudella tavalla. Kansalaiset etsivät uusia poliittisen aktivismin muotoja (ibid. 19). Esimerkiksi boikottien suosion on tilastollisesti osoitettu kasvaneen, mikä kertoo poliittisen osallistumisen tapojen muuttumisesta arvojen muutoksen myötä (Inglehart 1997, 313). Lisäksi kuluttajapäätösten käyttö poliittisten kampanjoiden välineenä johtaa nykyään yhä useammin myös kehoitukseen ostaa tiettyjä tuotteita, kuten reilun kaupan tuotteita (Stolle ym. 2005, 246). Poliittiset kuluttajat ylittävät Michelettin mukaan politiikan ja talouden välisen rajan lisäksi myös julkisen ja yksityisen välisen rajan (Micheletti 2003, 5). Näin kansalaisen ja kuluttajan roolit yhdistyvät poliittisessa kuluttajassa, joka tavallaan tekee yksityisiä ostopäätöksiään, joilla kuitenkin on laajempaakin merkitystä, mitä poliittinen kuluttaja nimenomaan tavoittelee. Poliittinen kuluttajuus myös sitoo yhteen yksityisiä ja julkisia intressejä (ibid., 19). Poliittisesti kuluttamalla yksityisistä ostopäätöksistä tulee julkisia, koska niillä on julkinen tavoite.

Poliittisen kulutuksen taustalla voidaan katsoa olevan kokonainen poliittisen toiminnan tapojen muutosprosessi. Entistä suurempi osa kansasta on kiinnostunut ottamaan osaa niin kansalliseen kuin kansainväliseenkin politiikkaan. Poliitiikka ei ole enää sellaisten eliittien

⁷ Aiheesta lisää kappaleissa 5. ja 9.

kuten puolueiden johtamaa. (Inglehart 1977, 3.) Yhä suurempi osa väestöstä on lisäksi alkanut pitää ilmaisun vapautta ja poliittista osallistumista arvossa sellaisenaan, ilman että ne olisivat vain keinoja saavuttaa itselle taloudellista turvaa (ibid., 44). Michelettin mielestä poliittisen kulutuksen taustalla on se, että valtionhallinnon on koettu olevan välinpitämätön toimijoiden vaatimuksille tai liian jähmeä muutoksille, jolloin vaatimukset siirretään yrityksille. Valtio ei ole enää politiikan dominantti ja ensisijainen toimija. Sen tehtävät ja vastuut ovat jaakantuneet monitasoisille verkostoille. Toisinaan taas kansalaisten huolenaihe on kansallisvaltion ulottumattomissa ja koskee kansainvälisiä liiketoimia. (Micheletti 2003, 6-7.)

Maailmankauppaliike on vastannut näihin molempiin haasteisiin asettuen yritysmaailman kentälle reilun kaupan toimillaan sekä ylittäen kansallisvaltioiden rajat tekemällä suoraan yhteistyötä kehitysmaiden pientuottajayhteisöjen kanssa antaen kuluttajille mahdollisuuden vaikuttaa:

“Tavallisten ihmisten mahdollisuudet vaikuttaa vaikkapa kauppapolitiikkaan edustuksellisen demokratian välityksellä ovat varsin heikot. Sen sijaan jokainen voi valita, mihin käytettävissä olevat rahansa sijoittaa. Valitsemalla eettisten periaatteiden mukaan valmistettuja tuotteita kuluttaja voi hyvinkin konkreettisesti tukea kannattamiensa periaatteiden toteuttamista käytännössä.” (D)

“Siihen [kulutukseen – EM] me voimme kaikki vaikuttaa itse, muu vaikuttaminen, esim. puoluepoliittinen, on tavalliselle ihmiselle aika kaukainen keino eivätkä vaikutuksetkaan ole kovin tehokkaita.” (F).

Parlamentaarista vaikuttamista pidetään tehottomana ja etenkin “tavallisen” ihmisen mahdollisuuksia vaikuttaa parlamentaarisin keinoin pidetään heikkoina. Poliittinen kuluttaminen näyttäytyy tässä vertailussa kaikille helppona ja konkreettisena vaikuttamistapana, yhtenä ratkaisuna demokratian kriisiin. Jos poliittiset eliitit kuten puolueet eivät tarjoa kunnollisia vaihtoehtoja, yksilö voi kokea turhautumista tai pyrkiä vaikuttamaan muilla tavoilla (Inglehart 1977, 181). Kulutuksen politisoiminen on tarjonnut näitä uusia poliittisen osallistumisen tapoja. Huomaamme maailmankauppatoimijoiden ajatusten edustavan varsin tyylipuhtaasti postmaterialismia, jolle on tyyppillistä perinteisten byrokraattisten instituutioiden vieroksuminen (ibid., 183).

Valtionhallinnon jähmeäksi kokeminen liittyy edellä mainittuun laajempaan yhteiskunnalliseen muutokseen – postmodernismiin, individualismiin ja poliittisiin arvokonflikteihin – jolla myös voidaan selittää poliittisen kulutuksen nousua (Micheletti 2003, 7). Individualisaatiolla tarkoitetaan kehitystä, jossa perinteiset kansallisvaltion, luokan, etnisen ryhmän ja perheen kaltaisten yhteiskunnallisten rakenteiden merkitys yksittäisten ihmisten elämässä vähenee. Vahvin virta on nykyään yksilöllisessä itsensä toteuttamisessa. Valitseva, päätöksiä tekevä, mielipiteitä muotoileva ihminen, joka haluaa olla itse oman elämänsä määrittelijä, on tälle ajalle tyypillinen toimija. (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 22–23.) Individualismin myötä rutiinit poistuvat elämästä ja kaikki täytyy ajatella erikseen, kaikesta täytyy päättää itse (ibid., 5,7). Jokaisen on otettava itse vastuu omasta yksilöllisestä elämästään ja ohjattava sen suuntaa, sillä elämä ei enää määrity pelkästään ulkoa päin. Elämä on täynnä valintoja. Poliittinen kuluttaja on ehdottomasti individualisaatiokehityksen tulos: hän toteuttaa itseään ostotensa kautta, hän tuntee globaalia vastuuta sekä solidaarisuutta ja konkretisoi nämä tuntemuksensa valitsemalla ostoksensa poliittisin perustein. Hän ei tyydy vanhoihin totunnaisuuksiin vaan kyseenalaistaa ja suhtautuu kaikkeen kriittisesti. Individualisoitunut poliittinen kuluttaja osaa luontevasti käyttää poliittista arvostelukykyyään. Poliittinen osallistuminen on näin muuttunut Inglehartin ennustamaan suuntaan, kohti spontaaniutta ja itsensä toteuttamista (Inglehart 1977, 15).

Individualisaatioon liittyy perinteisten arvojen murtuminen, mitä yleisesti kauhistellaan. Beckin mielestä tuo arvojen muutos itse asiassa avaa mahdollisuuden paeta “isompi, enemmän, parempi”-ahneudesta aikana, jolloin eletään yli varojen niin ekologisesti kuin taloudellisestikin (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 28). Individualismi on tästä näkökulmasta ikään kuin avannut portin pois kapitalismista – toisenlainenkin talousjärjestelmä voisi olla mahdollinen. Elämme refleksiivisen modernisaation aikaa, alapoliittikan nousua. Alapoliittikka rohkaisee ja voimauttaa, mahdollistaa kansalaisten ottaa enemmän vastuuta omasta ja kollektiivisesta hyvinvoinnista. Alapoliittikka syntyy valtion kyvyttömyydestä kontrolloida uusia teollistuneen yhteiskunnan luomia epävarmuustekijöitä ja riskejä, mikä johtaa valtion legitimititeettikriisiin ja poliittiseen epäluottamukseen.

(Micheletti 2003, 8.)

Massat ovat Inglehartin mukaan hylänneet vanhan linjan oligarkiset poliittiset organisaatiot. Sen sijaan kansalaiset ovat aktiivisempia kuin koskaan monin eliittejä haastavin tavoin. (Inglehart 1997, 307.) Poliitikantekemisen ei aina tarvitse alkaa ministeriöiden kabineteista ja lainsäädäntötoimista. Sen sijaan tarvitaan itse-organisointumista, itse-reflektiota ja itseohjautuvuutta. Kuluttaminen tarjoaa Micheletin mielestä kansalaisille hyvän tilaisuuden osallistua politiikan tekemiseen. Ihmiset, jotka on suljettu ulos yhtiöiden hallitusten kokouksista, diplomaattipiireistä ja lainsäädännön tekemisestä voivat käyttää markkinaehtojaan poliittisen ilmaisun ja poliittisen toiminnan keinoina. (Micheletti 2003, 7,12.) Kuluttajayhteiskunta ja suora politiikka yhdistyvät poliittisessa kuluttamisessa ohittaen puolueet, parlamentit ja hallitukset (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 44). Toisaalta talouden globalisaatio ja huoli globaalista oikeudenmukaisuudesta ovat siirtäneet poliitikantekemisen paikan markkinoille ja muuttaneet eturyhmäpolitiikan ja yhteiskunnallisten liikkeiden agitaation suoraan ylikansallisiin yhtiöihin kohdentuvaksi, ostopäätöksin tehtäväksi toiminnaksi (Micheletti 2003, 14). Suora politiikka pyrkii saamaan muutoksen aikaan ilman väliportaita – parlamenttia ja hallitusta – painostamalla niiden sijaan esimerkiksi yhtiötä, jonka toimintaan toivottaisiin muutos.

Micheletin mielestä poliittiset kuluttajat ovat siis perinteisen yhteiskunnallisen toiminnan sijaan siirtyneet toimimaan talouden markkinoilla. Kansalaistoiminta redusoituu tässä ajatuksessa kuluttajakansalaisuudeksi; valta on sillä, jolla on eniten rahaa. Jos perinteisen kansalaisyhteiskuntavaikuttamisen ja vaaleissa äänestämisen sijaan toimitaankin poliittisesti kulutusvalintojen kautta, ollaan tultu varsin kauas demokraattisesta, kaikkien kansalaisten mahdollisuudesta tasa-arvoisesti osallistua poliittiseen toimintaan. Micheletti pitää selvästi poliittista kuluttamista hyvänä poliittisen osallistumisen muotona ja nykyihmiselle sopivana keinona siirtää politiikkaa ulos kabineteista, kaikkien kansalaisten ulottuville. Holzerin (2006, 407) mielestä poliittisen kuluttajuuden pointti ei olekaan talouden politisoinnissa, kuten yleensä ajatellaan vaan pointti on rikastuttaa muuten niin taloudellista kuluttajien roolia poliittisilla ja eettisillä elementeillä. On toki myönteistä, että poliittinen vaikuttaminen on saatu ulotettua myös tänä päivänä varsin keskeiseltä tuntuvalle

elämän osa-alueelle – ostamiselle ja tavaramarkkinoille – mutta toisaalta voidaan pohtia, onko se hyvä kehityskulku, että poliittinen toiminta keskittyy vain kapitalistisen järjestelmän rahan ja materian maailmaan. Palaamme aiheeseen kappaleessa 2.5.3. “Kritiikkiä poliittisen kuluttajuuden ilmiölle”.

Poliittinen kuluttaminen tuo esiin uusia alueita poliittiselle toiminnalle (Micheletti 2003, 15), aktiivinen poliittinen kuluttaja voi politisoida tuotteita suhtautumalla niihin kriittisesti, esittämällä kysymyksiä niiden tuotannosta ja esimerkiksi ympäristövaikutuksista. Politisoimalla tuotteita poliittinen kuluttaja etsii uusia vallanosuuksia, pyrkii saamaan aikaan muutoksen tuotantotavoissa. Uuden tuotteen tuominen poliittisen arvioinnin piiriin politisoimalla luo toiminnalle uuden mahdollisuushorisontin, muutoksen mahdollisuuden. Kun tuote on politisoitu, on luotu peliaikatila poliittiselle toiminnalle tuotteeseen liittyen. Politikoimalla kuluttaja pyrkii saamaan aikaan haluamansa muutoksen tuotantotavoissa, ympäristövaikutuksissa tai tuottajien työehdoissa. Poliittista kuluttamista voidaan pitää osana politiikan ja demokratian uudelleenkeksimistä – jokapäiväinen toimintamme on tärkeää myös poliittisen ja demokraattisen kehityksen kannalta (ibid., 16).

Kuten todettua, poliittinen kuluttajaosallistuminen on helppo tapa osallistua poliittisesti. Poliittiselta kuluttajalta vaaditaan kuitenkin poliittisen arviointikyvyn käyttöä. Hänen on pohdittava, miten toimia oikein ostoksilla. Poliittista arviointia vaaditaan myös Maailmankauppojen asiakkailta; heidän tulisi tehdä osto- ja ostamattomuuspäätöksensä poliittisina toimijoina, kunkin tuotteen ostamista poliittisesti arvioiden. Poliittinen arviointi on olennainen osa poliittista kuluttamista. Kulutuksen politisoituminen on mahdollistunut vasta, kun teollistuneiden maiden kansalaisten koulutustaso on noussut riittävästi, jolloin mahdollisuudet poliittiseen osallitumiseen ovat kasvaneet massoillakin (Inglehart 1977, 367). Beck ja Beck-Gernsheim (2002, 46) lainaavat Giddensia todetessaan, että elämme “älykkäiden kansalaisten” maailmassa. Vaaditaan käytännöllistä kykyä selvittää ristiriitaisen informaation ja mahdottomien päätösten ollessa osa jokapäiväistä elämää. (ibid., 46.) Tällaista on ainakin poliittisen kuluttajan arkipäivä. Maailmankaupat kannustavat kuluttajia tähän arviointiin. Jos kaikki kuluttajat vaatisivat vain reilua ja oikeudenmukaista kauppaa, muuttuisivat kaupan rakenteet radikaalisti.

Poliittinen arviointi ei silti voi tarkoittaa vain sitä, että seurataan eri merkkejä (Reilun kaupan-, luomu-, ympäristö- yms. merkit) tuotteissa vaan jokaisen tuotteen kohdalla on erikseen käytävä läpi poliittinen arviointi, jotta ostotapahtuma olisi poliittinen. Pelkkään merkkiin luottaminen voitaisiin nähdä Arendtin poliittisen arvioinnin teorian mukaan ennakkokäsityksiin tukeutumisenä, ideologisena käytöksenä, josta poliittinen toiminta on kaukana. Mikä tahansa tuote ei välttämättä ole eettinen, vaikka siinä olisikin jokin eettistä tuotantoa mainostava merkki.⁸ Aktiivinen ja osaava poliittinen kuluttaja ottaa erikseen selvää jokaisesta ostamastaan tuotteesta ja palvelusta sen taustoja sekä kulutuksen vaikutuksia poliittisesti arvioiden, omaa harkintakykyään käyttäen. “Oikein” kuluttaminen ei ole yksinkertaista. Maailmankauppojen myyjät pohtivat myös myymiensä tuotteiden “eettisyyden” ristiriitaisuutta:

“Kumpi siis painaa vaakakupissa enemmän: muutaman köyhän bangladeshiläiskäsityöläisen eettinen avustaminen vaiko myyntituotteiden epäeettinen kaus usein hyvinkin kyseenalaisten kuljetusyhtiöiden ja kulkuneuvojen avulla rikasta länsimaista valinnanvapauden kulttuuria vahvistamaan?” (E)

Useille maailmankauppatoimijoille ekologiset arvot ovat tärkeitä ja ympäristölle tuhoisa lentorahti aiheuttaa päänvaivaa. Onko oikein lennättää tuotteita toiselta puolelta maapalloa tänne Suomeen, vaikka niiden tekijät kuinka tarvitsisivat työtä ja elantoa näiden tuotteiden valmistajina? Toistaiseksi on mitä ilmeisimmin päädytty poliittisen arvionnin tuloksena rahtauttamaan tuotteita tänne, jotta tuottajilla riittäisi tilauksia, olivat kuljetukset sitten ekologisia tai eivät.

Poliittinen kuluttaja pohtii ostospäätöksiä tehdessään, mitä jättää ostamatta, mitä vaatia tuottajilta sekä millaista tuotantoa tukea (Micheletti 2003, 15). Kuluttajat ottavat vastuuta ostoksistaan, käyttäen arvostelukykyään, autonomiaansa sekä mm. solidaarisuuttaan, kolmea kansalaisuuden aspektia (ibid., 17). Jotta kuluttajat voisivat harjoittaa poliittista

8 Esimerkiksi Nestlé-yhtiön vuonna 2005 lanseeraamaa Reilun kaupan merkittyä kahvia on kritisoitu: miksi suurelle ylikansalliselle yhtiölle, joka edistää enimmäkseen reilun kaupan näkökulmasta epäoikeudenmukaisin ehdoin tuotetun kahvin myyntiä, myönnetään Reilun kaupan merkki? Kritiikin taustalla on myös yhtiön tahriintunut maine liittyen äidinmaidonkorvikekampanjaan kehitysmaissa. (Tervola 2005)

arviointia ja tehdä tietoisia kulutus päätöksiä, tulee heillä olla tarpeeksi tietoa tuotteista ja niiden tuotannosta, mitä ainakin Maailmankaupoissa on runsaasti tarjolla⁹. Toisaalta poliittinen arviointi vaatii, että osaamme tehdä päätöksiä myös ilman riittäviä taustatietoja, sillä emme koskaan voi tietää kaikkea tuotteiden taustoista – tieto ylipäättään on aina rajallista ja meidän on osattava elää ja toimia tämän tosiasian kanssa. Poliittinen arviointi on kykyä tehdä poliittisia johtopäätöksiä myös puutteellisin tiedoin.

Poliittinen kuluttaja joutuu arviointia tehdessään harjoittamaan itseuria, jos jokin tuote muuten miellyttäisi, mutta sen politiikka ei. Hän saattaa myös joutua näkemään vaivaa ostaakseen “eettisemmän” tuotteen (Micheletti 2003, 19–20), joka on kalliimpi, ehkä jopa huonompilaatuinen ja joskus aikaavievämpi hankkia, kuten Maailmankauppojen tuotteet, joita pitää erikseen lähteä hakemaan erikoisliikkeestä. Kulutustutkimuksen mukaan ihmiset eivät halua, että ostaminen muuttuisi hankalaksi, eettistä ostamista tapahtuu todellisuudessa lähinnä vain, jos hinta ei ole suurempi, laatu huonompi eikä tarvitse vaivautua toiseen kauppaan (Carrigan & Attalla 2001, 571). Poliittisen kuluttajan profiili vastaakin kuvaa hyvästä kansalaisesta: innokas, uhrautuva, solidaarinen ja omat intressinsä julkiselle hyvälle alistava (Micheletti 2003, 20). Michelettin (ibid. 150–151) mukaan poliittiset kuluttajat tavallaan ostavat hyveitä, jotka reilun kaupan kohdalla voisivat olla sellaisia kuin oikeudentunto, empatia ja solidaarisuus. Poliittiset kuluttajat ostavat itselleen hyvän omantunnon sekä empaattisen ja solidaarisen ihmisen leiman vaivautumalla vaikkapa Maailmankauppaan ja maksamalla suklaalevystä korkeamman hinnan.

Kuluttajat on usein nähty manipuloituina, passiivisina kapitalistien tuottamien tuotteiden ostajina. Poliittinen kuluttajuus kyseenalaistaa tämän perinteisen käsityksen kuluttajista. Poliittinen kuluttaja on tuottava, luova, autonominen, kapinallinen ja hänellä on jopa auktoriteettia. Kuluttajakansalaisena hänellä on Michelettin mielestä mahdollisuus ratkoa jopa globaalia epäoikeudenmukaisuutta sekä muuttaa yhteiskuntaa, taloutta ja politiikkaa. Jotkut taas näkevät kuluttajavalintojen ja kansalaisosallistumisen yhdistämisen ongelmallisena; siinä nähdään esimerkiksi trendi kohti uusliberalismia. (Micheletti 2003, 16,18.) Tämän teorian mukaan kansalaisosallistumisen redusoituminen kulutusvalinnoiksi

9 Maailmankauppojen tiedotuksesta lisää tietoa kappaleessa 4.2. Tiedotus tärkeässä osassa.

olisi vapaan kaupan ideologian mukaista, markkinoiden vapauteen perustuvaa “talouden hoitoa”, vaikka yleisesti ottaen poliittisella kulutuksella pyritään pikemminkin suitsimaan uusliberalistisen talouspolitiikan aiheuttamia ongelmia. Poliittista kuluttajuutta kritisoidaan monelta suunnalta, toiset moittivat sitä – kuten reilun kaupan järjestelmääkin – vasemmistolaiseksi sääntelyksi ja kaupan liialliseksi rajoittamiseksi kun taas toiset näkevät sen oikeistolaisesta politiikasta kumpuavana vapaan kaupan projekteina. Kumpikaan kritiikki ei taida osua aivan kohdalleen vaan reilu kauppa on pikemminkin yhdistelmä markkinataloutta ja (kenties vasemmistolaisesta tai vihreän liikkeen poliittisesta perinteestä kumpuavaa) globaalia solidaarisuutta.

Mikäli tuotevalintaan sisältyy oma intressi – eli tuotteen valinta vaikuttaa suoraan omaan elämään – on vielä todennäköisempää, että kuluttaja toimii aktiivisesti sen puolesta (Micheletti 2003, 20). Oma etu on laaja käsite; voitaisiin myös ajatella, että poliittiset kuluttajat valitsevat eettisiä tuotteita, koska heille tulisi muutoin huono omatunto “epäreilun” tuotteen ostamisesta, epäoikeudenmukaisina pitämiensä tuotanto-olosuhteiden tukemisesta. Tästä näkökulmasta yksityisen ja julkisen intressin välistä rajaa voi olla vaikea vetää. Monien tieteilijöiden on vaikea hyväksyä omaa intressiä poliittisen toiminnan pontimena. Heidän mielestään se toimii demokratiaa vastaan. Omalla intressillä on kuitenkin ollut rakentava ja ratkaiseva merkitys demokraattisessa poliittisessä kehityksessä ajateltaessa esimerkiksi työväen aseman parantumista tai ensimmäisiä poliittisia kuluttajaliikkeitä, joissa äidit vaativat puhdasta ja turvallista ruokaa lapsilleen. (ibid., 21.)

Heikossa taloudellisessa asemassa olevat tavoittelevat poliittisella toiminnalla omaa etuaan. Kaukaisemmat, omaan välittömään hyvinvointiin liittymättömät tavoitteet ovat tulleet poliittisen toiminnan agendalle vasta siinä vaiheessa, kun suurin osa kansasta on voinut elää taloudellisesti ja fyysisesti turvattua elämää. (Inglehart 1977, 22, 262.) Kollektiivinen poliittinen toiminta usein alkaa omien oikeuksien puolustamisesta vielä nykyäänkin. Poliitikka sisältää aina yksilön oman, yksityisen intressin, mutta vasta, kun yksityiset huolet ja oma intressi on tuotu politiikan “alueelle”, voidaan politiikka avata muillekin ongelmille. (Micheletti 2003, 21,22.) Tuo oma intressi voi tosin laajasti käsitettynä olla vaikka sellainen, että haluaa itse elää tulevaisuudessa tasa-arvoisemmassa maailmassa ja

puhtaammassa ympäristössä. Esimerkiksi ympäristönsuojelu voi olla yhtä aikaa sekä yksityinen että julkinen intressi. Kuten tulemme seuraavissa kappaleissa huomaamaan, vetoavat Maailmankaupatkin tällaiseen kuluttajien omaan intressiin.

Julkinen luottamus hierarkisiin instituutioihin on rapautumassa kaikkialla pitkälle teollistuneissa yhteiskunnissa (Inglehart 1997, 30). Länsimaiset ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia vähemmän byrokraattisesta ja hierarkisesta osallistumisesta poliittiseen toimintaan. Emme voi enää olettaa ottavamme tarpeeksi vastuuta hyvän elämän ja kestäväen tulevaisuuden turvaamisesta pelkästään äänestämällä vaaleissa ja maksamalla jäsenmaksuja eri yhdistyksille. (Micheletti 2003, 24,149.) Poliittisessa osallistumisessa painotus on siirtymässä äänestämisestä aktiivisempaan ja asiakeskeisempään suuntaan (Inglehart 1997, 327), osallistumisesta toimintaan. Nykyisin halutaan yhdistää jokapäiväinen arkielämä ja poliittiset tavoitteet tavalla, jota Micheletti kutsuu *individualisoiduksi kollektiiviseksi toiminnaksi*, jossa yhdistyvät oma intressi ja yleinen hyöty (Micheletti 2003, 25). Enää ei haluta toimia virallisten järjestöjen kautta eikä varsinkaan haluta sitoa itseään yhdistysten hallituksiin tai pitkiin projekteihin. Yksittäiset kansalaiset eivät etsi etukäteen luotuja, valmiita organisaatioita edustamaan itseään tai luomaan toiminnan puitteet: he haluavat luoda itse oman poliittisen kotinsa ja toimintansa (ibid., 28). Poliittinen osallistuminen ylipäättään on muuttunut yhä spontaanimmaksi ja kohti yksilön itsensä toteuttamista (Inglehart 1977, 15), mitä poliittinen kuluttajuuskin on.

Poliittinen kuluttaminen avaa uutta, julkista tilaa kansalaisten toiminnalle: yhteistyöpyrkimyksille ja huolenaiheille siitä, mitä ja mistä ostaa (Micheletti 2003, 156). Kulutushyödykkeiden politisointi avaa siis uutta tilaa politikoinnille. Poliittista kuluttajuutta voi käyttää tapana tyydyttää tarpeensa yhteiskunnalliseen ja poliittiseen osallistumiseen (ibid., 155), nykyihmiselle sopivaan individualistiseen tyyliin. Beckin määrittelemälle minä-sukupolvelle poliittisessa toiminnassa on lisäksi tärkeää, että se on hauskaa: kaiken elämässä pitäisi olla hauskaa nuorille ja nuorille aikuisille. Perinteinen järjestäytynyt politiikka sen sijaan koetaan tylsäksi. Ruohonjuuritason toiminta kiinnostaa enemmän. Nuoret yhdistävät toiminnassaan egoismia ja altruismia: itsensä toteuttamista ja aktiivista myötätuntoa. (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 158–159.) Enää ei välitetä

politiikasta instituutioiden muodossa vaan halutaan nauttia omasta elämästä ja lisäksi auttaa muita – itseorganisoidusti – irti instituutioista (ibid., 213). Tarrow (2011, 10–11) mielestä taas yhteisen tarkoituksen löytäminen selittää esimerkiksi yhteiskunnallisiin liikkeisiin liittymistä enemmän kuin yleinen selitys siitä, että nuoret kaipaavat vain “hauskaa” tekemistä. Yhteinen tarkoitus ja merkitys toiminnalle löytyy siis kenties helpommin liikkeissä ja itseorganisoidussa toiminnassa kuin poliittiseen järjestelmään kuuluvassa puolutoiminnassa.

“Oikeastaan se tekee juuri liikkeestä nerokkaan: kauppa koskettaa kaikkia ihmisiä. Jokainen ihminen kuluttaa.” (C)

“Kulutusvalintojen painottaminen liittyy myös ajatukseen siitä, että jokainen ihminen voi vaikuttaa omilla arkipäiväisillä kulutuspäätöksillään.” (D)

On varsin radikaali ajatus, että aremme on läpeensä politisoitu, Maailmankaupat ovat tarttuneet jokaista koskevaan aiheeseen kyseenalaistaessaan ja politisoidessaan tavanomaisten kulutustuotteiden kaupan. Yksittäiset kansalaiset toimivat poliittisesti jokapäiväisessä, yksityisessä elämässään. Yksityiset ja julkiset teot vaikuttavat toisiinsa. Esimerkiksi yksityisellä kulutuksella länsimaissa on yhteys kehitysmaiden tehdastyöläisten elämään. Se, mikä saattaa poliittisessa kuluttamisessa näyttää epäpoliittiselta vetäytymiseltä yksityiseen elämään voikin merkitä uusien politiikan näkökulmien esiinnousemista. Poliittisia ongelmia ei siis tarvitse individualisoidun kollektiivisen toiminnan näkökulmasta ratkaista varsinaisen poliittisen järjestelmän kautta vaan myös esimerkiksi markkinat ovat sopivia paikkoja yleiselle vastuun ottamiselle. (Micheletti 2003, 30, 34.) Yksi syy poliittisen kuluttajuuden nousuun on se, että olemme yhä riippuvaisempia globaaleista markkinoista hyödykkeiden tarjonnan suhteen (ibid., 74). Tärkeä syy kulutusmarkkinoiden politisoitumiseen on siis globalisaatiokehitys, jota tarkastelimme kappaleessa 2.5.1. Aikamme on siis kypsä poliittiselle kuluttajuudelle keskeisenä poliittisen osallistumisen muotona useille länsimaisille ihmisille. Poliittiset kuluttajat eivät ole vain kapitalistisen järjestelmän passiivista, ohjailtavissa olevaa massaa vaan aktiivisia kansalaisia, jotka edistävät tärkeinä pitämiään asioita yleisen edun vuoksi.

Poliittisen kuluttajuuden mahdollistaa myös yhä useampien länsimaisten ihmisten

lisääntynyt vauraus, mitä pohdimme jo Inglehartin (1977, 1997) arvomuutosteorian kautta. Muutkin aspektit kuin hinta-laatusuhde voidaan ottaa huomioon kulutusvalinnoissa. (Micheletti 2003, 74.) Henkilökohtaisen vaurauden kasvu individualisoi ihmisiä: oma raha tukee yksilöllistymistä (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 203), kuluttamisen avatessa uuden kanavan tuoda itseään yksilönä esille. Maailmankauppaliikkeessä esiintyy erilaisia näkemyksiä siitä, onko tämä kuluttajan lisääntynyt valta yksinomaan positiivinen kehityskulku.

“Haluaisin, että ihmiset ymmärtäisivät kuluttajan voivan olla kuningas.” (C)

“Kuluttaja on kuningas.” (B)

Jos kuluttajaa voidaan kutsua kuninkaaksi, katsotaan hänellä myös olevan valtaa. Sillä valtaa saa ainakin hitusen jokainen, joka valtaan pyrkii (Palonen 2003, 172–173). Kuluttaja voi jopa politisoida uusia asioita oman kukkaron sallimissa rajoissa. Uusien asioiden politisointi on ajankohtaista nimenomaan yhteiskunnallisten muutosprosessien ollessa katkospisteissään, uutta suuntaa hakemassa kuten viimeisen 20 vuoden aikana, kun yhä suuremmalle osalle länsimaiden väestöstä on tullut taloudellisesti mahdolliseksi pohtia ostostensa vaikutuksia ja ostaa muutakin kuin halvinta. Nämä ihmiset politisoivat Micheletin mukaan tuotteita vaatimalla tietoa niiden tuotantotavoista ja alkuperästä (Micheletti 2003, 74–75). Tuotteiden taustalla oleva politiikka tulee esiin, kun tuote nähdään materiaalsen olomuotonsa lisäksi tekijöidensä ja tuotanto-olosuhteidensa kautta.

2.6.3. Kritiikkiä poliittisen kuluttajuuden ilmiölle

Poliittista kuluttamista kritisoidaan mm. siitä näkökulmasta, että se avaa yhä enemmän omasta elämästämme julkiselle ja poliittiselle ajattelulle (Micheletti 2003, 159). Tämän kritiikin esittäjien mielestä jokaisella pitäisi ilmeisesti olla oikeus omaan yksityiseen elämäänsä ostosten tekemisineen päivineen, missä politiikalla ei olisi mitään sijaa. Kuten olemme jo aiemmin todenneet, on politiikka tunkeutunut kaikille elämän osa-alueille tai ainakin poliittisuutta on luettavissa esiin ennen yksityisinä pidetyiltä elämän alueilta. Kukin voi toki tahollaan tehdä oman päätöksensä siitä, ryhtyäkö poliittiseksi kuluttajaksi vai kuluttaako miten lystää ottamatta selvää tuotteiden tuotanto-olosuhteista yms. vaikutuksista. Poliittiseen kuluttajuuteen ei pakoteta, mutta siihen kehoitetaan voimakkaasti. Poliittinen kuluttajuus ainoastaan pyytää kuluttajia ymmärtämään materiaaliseen

tuotteeseen piilotetun yhteiskunnallisen ja normatiivisen kontekstin eli tuotteiden politiikan (ibid., 166).

Oikeistolaisesta näkökulmasta poliittisen kuluttajuuden ilmiö tarkkailee ja sanktioi yksilöiden roolia legitimeinä poliittisina toimijoina (ibid., 159). Oikeistolaisen näkemyksen mukaan markkinoiden tasapaino ja oikeudenmukaisuus toteutuvat kyllä vapaan, sääntelemättömän kaupan ja kuluttajien valinnanvapauden myötä, joten voi olla vaikeaa sietää sitä, että kuluttajilla olisi vastuu ostamiensa tuotteiden tuotannosta sekä niiden aiheuttamista vaikutuksista ympäristölle ja globaalille tasa-arvolle. Poliittinen kuluttaminen ei kuitenkaan ole pakollista, vaikka se onkin kovasti yleistynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tällaiseen kritiikkiin voidaan vastata myös kysymällä, miksei kansalaisilla sitten pitäisi olla syvällisempää vastuuta teoistaan ostoksilla ollessaan siinä missä muissakin toimissaan? Onko ostosten tekeminen niin pyhä talouskasvua myllyävä ja markkinataloutta pyörittävä asia, ettei siihen saisi sotkea politiikkaa? Poliittisuuden löytäminen elämän jokaiselta osa-alueelta tekee meistä pikemminkin vastuullisia kansalaisia myös nk. yksityisessä elämässämme. Myös yksityinen voi olla poliittista. Tiedostaessamme kaikkeen tekemiseemme ja valintoihimme sisältyvän politiikan, osaamme tietoisesti pyrkiä tekemään maailmasta ja elämästämme paremman, mikä politiikan perimmäinen tarkoitus monien mielestä on.

Poliittista kuluttamista pohdittaessa on tosin koko ajan pidettävä mielessä se, että mahdollisuus vaikuttaa ostopäätöksiin ei ole kaikille yhtäläinen. Yleistäen voisi sanoa, että oikeudenmukaisempi, reilumpi, ekologisempi ja eettisempi on lähes aina myös kalliimpi tuote, minkä vuoksi kaikilla kuluttajakansalaisilla ei ole yhtäläistä mahdollisuutta tehdä ostopäätöksiä poliittisin perustein. Tästä ovat maailmankauppatoimijatkin tietoisia:

“Minusta on kuitenkin hieman nurinkurista, että eettinen tuote näyttäytyy kalliimpina kuluttajalle kuin epäreilu. Toivoisin, että kyky nähdä esimerkiksi epäreilun kulutusrakenteen taakse, sen todelliseen kalleuteen lisääntyisi.” (A).

Haastateltava huomauttaa, että “epäreilun” tuotteen suhteellinen halpuus tarkoittaa samalla kallista hintaa tuottajan ja kenties ympäristön kannalta. Eettinen tuote on haastateltavan mielestä oikean hintainen, ja epäreilu liian halpa:

“Hinta on kohdallaan, jos tuote on tuotettu ihmisarvoisesti – emme tarvitse halpaa, tarvitsemme laatua.” (A).

Laadulla tarkoitetaan tässä sekä eettistä, oikeudenmukaista tuotantotapaa että tuotteen kestävyyttä, esimerkiksi pitkää käyttöikää, jolloin kalliimpi ostohinta tavallaan maksaa itsensä takaisin, kun vastaavaa uutta ei tarvitse ostaa pian uudelleen.

Kaikilla ei kuitenkaan ole varaa ostaa tämänkaltaista laatua:

“Kenellä on paremmat mahdollisuudet kuluttaa eettisesti – 3000 euron kuukausituloilla varustetulla henkilöllä vaiko vaikkapa 300 euron kuukausituloilla suomalaisen yhteiskunnan alimpaan tuloluokkaan kuuluvalla ihmisellä? Jos kuluttamisen eettisyys on sidottu kulutuskapasiteettiin, miten arvotamme heitä, joilla ei yksinkertaisesti ole varaa olla 'eettisiä'?” (E).

Beck (2000, 70) on yksi niistä harvoista aiheesta kirjoittaneista, joka tuo esiin sen, että poliittinen kuluttaminen edellyttää ostovoimaa ja sulkee ulos ne, joilla sitä ei ole. Poliittisten kuluttajaliikkeiden ja kulutuksen politisoijien on hyväksyttävä ja ymmärrettävä se, että mahdollisuudet poliittiseen kuluttajuuteen eivät ole kaikille yhtäläiset. Maailmankauppaliikkeen kuten muidenkin poliittisten kuluttajaliikkeiden mielestä olisi silti suotavaa, että edes ne, joille se taloudellisesti on mahdollista, ottaisivat poliittisen arvioinnin osaksi ostopäätöksiään.

Poliittista kuluttajuutta kritisoidaan myös siitä näkökulmasta, että poliittinen vaikuttaminen redusoituu siinä kulutukseen, missä ylipäättään nähdään olevan ongelmia.

“Ostaminen/kuluttaminen ei saa syrjäyttää muita toiminnan/vaikuttamisen muotoja.” (E)

“[Maailmankauppoja tarvitaan - EM] [p]ainottamaan sitä että maailmaa voi parantaa myös muuten kuin kuluttamalla.” (E)

Politiikassa kun on niin monia muitakin toimimisen tapoja, joista voimakkaimmin kulutus on kiinni henkilön varallisuudesta ja siinä mielessä se on epätasa-arvoinen vaikutuskeino. Kuluttamatta jättäminen, ostamattomuus, voi myös olla poliittinen päätös, kannanotto siihen, millaisia ja millaisin ehdoin tuotettuja tuotteita ei kannateta. Tämä päätös on vähävaraisen todennäköisesti helpompi tehdä. Maailmankauppatoimija E:n mielipiteiden

voidaan tulkita edustavan postmaterialistista ajattelua. Postmaterialisteille materiaallinen kulutus ei Inglehartin mukaan ole erityisen tärkeää. He ovat tarvittaessa valmiita esimerkiksi vähentämään tarvittaessa kulutustaan yhteiskunnallisen solidaarisuuden nimissä sekä tunteakseen tehneensä jotain tärkeää ja merkityksellistä. Kaikille länsimaiden kansalaisille humanitaarinen solidaarisuus ei selvästikään riittäisi vastineeksi kulutusrajoituksista, sen verran vapaamielisesti länsimaissa kulutusta harjoitetaan. (Inglehart 1977, 384.)

Kuluttamiseen kriittisemmin suhtautuvat maailmankauppatoimijat ovat kannattaneet esimerkiksi Maailmankaupan osallistumista vuosittaiseen Älä osta mitään -päivään, jolloin kauppaa on pidetty auki, muttei olla myyty mitään. Tällaiset tempaukset ovat saaneet aikaan ristiriitaisen vastaanoton liikkeen sisällä:

“Erikoista on, että 'asiakkaiden' sijaan olemmekin saaneet ankaraa kritiikkiä joiltakin muilta reilun kaupan toimijoilta. Heidän mukaansa meillä ei ole oikeutta valita 'asiakkaan' puolesta, voiko hän ostaa vaiko ei! Olemme pyrkineet tuomaan esiin sitä, että juuri kaupasta kieltäytyminen on radikaalein ja pysäyttävän teko, mitä kauppa voi tehdä, ja tällä tavoin osoittamaan maailmankaupan erityislaatuisen luonteen epäkaupallisena kauppatilana. Selittelyistämme huolimatta kyseiset reilun kaupan aktivistit ovat kuitenkin ehdotelleet, että emmekö kuitenkin voisi myydä ihan normaalisti ja siinä sivussa tiedottaa Älä osta mitään -päivästä. Näin vahvana elää ajatus kuluttajan kuninkaallisuudesta ja individualistisen valinnanvapauden ensisijaisuudesta jopa reilun kaupan toimijoiden piirissä!” (E).

Kaikille maailmankauppatoimijoille kuluttaja ei siis ole kuningas. Lähes kaikki haastatellut maailmankauppatoimijat pitivät kuluttamisen vähentämistä kokonaisuudessaan toiminnan tavoitteena, mikä on kaupalle varsin radikaali ajatus:

“Nykyisessä kestävämmässä kulutustilanteessa kuluttamisen vähentäminen ja järkevöittäminen on mielestäni ehdottomasti maailmankauppojenkin tavoitteena.”
(A)

“Nykyisessä tilanteessa maapallon kestäkyvyn horjuessa kuluttamisen

vähentämisen tulisi olla jokaisen kansalaisjärjestön tavoitteena niin myös maailmankauppaliikkeen. [- -] Toivon, että ihmiset kuluttaisivat vähemmän ja eettisemmin.” (D)

Vaatimukset kulutuksen vähentämisestä on osoitettu suoraan yksityisille kansalaisille, kuluttajille. Vastuuta kulutuksen vähentämisestä ei olla asettamassa esimerkiksi valtionhallinnolle, ei vaadita säännöstelyä, kulutuskiintiöitä tai muita vastaavia, radikaaleja keinoja ylikulutuksen suitsimiseksi. Uskotaan, että muutos voi alkaa yksityisesen kulutuskysynnän vähentämisestä. Kulutuskriittisyyden taustalla ovat etenkin ekologiset näkemykset kestävästä kehityksestä. Nämä näkemykset eroavat radikaalisti valtiojohdon ja suuryhtiöiden näkemyksistä siitä, mikä on kestävää kulutusta.

Yksi kaupallisemmin suuntautuneista vastaajista tosin ei pitänyt kuluttamisen vähentämistä tarpeellisena toiminnan painopisteenä:

“Sanoisin, että enemmän pitäisi puhua kuluttamisen järkevöittämisestä. Että ihmiset ostaisivat sellaisia tuotteita, jotka eivät ole kertakäyttötuotteita ja huonolaatuisia.” (C)

Kulutuksen järkevöittäminen eli ns. turhan kulutuksen vähentäminen voi tosin osaltaan johtaa kulutuksen vähenemiseen, jos huonolaatuiset tuotteet korvataan kestäville ja ajattomilla. Useat vastaajat korostivat haluavansa kehittää Maailmankauppojen tuotevalikoimaa kohti kulutuksen vähentämisen ja järkevöittämisen tavoitetta.

“Jatkossa toivon, että Maailmankauppojen valikoima kehittyisi niin että käytännöllisiä ja tarpeellisia esineitä olisi tarjolla entistä enemmän.” (D)

“...kulutusta on kaiken kaikkiaan vähennettävä huomattavasti. Tämän tulee näkyä myös Maailmankauppojen valikoimissa: yhä enemmän käyttötavaraa ja kestäviä tuotteita.” (A)

“Että meillä ei olisi yhden sesongin muotia, vaan ajatonta, laadukasta tavaraa.” (C)

“Tarjoamme tietoa tuotteista ja tuottajista, emme pyri lisäämään kulutusta, vaan tarjoamaan laadukkaita tuotteita”. (F)

Kuluttajat kuluttavat joka tapauksessa, Maailmankaupat esittäytyvät laadukkaana ja eettisenä vaihtoehtona.

Onko poliittisella kulutuksella sitten vaikutuksia? Poliittinen kuluttaminen on esimerkki individualisaatiokehityksen aikaansaamista ilmiöistä, joita Beck ja Beck-Gernsheim kutsuvat "itse-kulttuuriksi". Tällaisen itse tekemisen politiikkaa ja sen saavutuksia tulisi mitata aivan eri mittareilla kuin hallitus- ja parlamenttipolitiikkaa. Onnistuminen tarkoittaa tässä suoraa ja käsinkosketeltavaa yhteyttä teon ja lopputuloksen välillä: lopputulosten, joiden suhteen yksilöt voivat tuntea olevansa globaalien poliittisten tekojen tekijöitä. Nuo teot ovat tekoja, jotka eivät olisi ilman yksilöllistynyttä poliittista kuluttajaa toteutuneet ollenkaan. Tällaisen itsekulttuurin ja -politiikan puolella valtionjohtajat istuvat katsomon puolella. (Beck & Beck-Gernsheim 2002, 45.) Ammattipoliitikkojen kesken kansalaisyhteiskuntaa ei Beckin mukaan pidetä arvossa, koska se ei luonnollisesti yllä samaan tehokkuusstandardiin kuin he itse (ibid., 168), mutta se ei tarkoita, etteikö kansalaistoiminnalla ja poliittisella kuluttamisella olisi vaikutuksia. Beck ja Beck-Gernsheim selkeästi arvostavat omaehtoista poliittista toimintaa ja haluavat kannustaa yksittäisiäkin kansalaisia poliittiseen toimintaan vaikkapa poliittisten kuluttajaliikkeiden kautta.

Boikotit ja kampanjointityö, jota reilun kaupan ja anti-sweatshop -ryhmät ovat tehneet johtuen globaalien vaateteollisuuden työoloista ovat alkaneet Stollen ym. (2005, 248) mukaan tuottaa tulosta. Tutkimukset osoittavat, että vaateteollisuus on hyvin herkkää tällaiselle kuluttajakritiikille (ibid., 248). Samaa tapaansa myös elintarviketeollisuudessa suuryhtiöt ovat alkaneet vastata eettisyysvaatimuksiin esimerkiksi omilla sertifiointijärjestelmillään. Toisaalta poliittisen kuluttamisen mahdollisuuksilla on Stollen ym. (ibid., 261) tutkimuksen mukaan rajansa. Jopa ne, jotka kaikkein innokkaimmin osallistuvat tähän toiminnan muotoon eivät pidä poliittista kuluttamista tehokkaimpana keinona saada aikaan poliittista ja yhteiskunnallisia muutoksia vaan näkevät äänestämisen ja vapaaehtoistyön tehokkaampina keinoina vaikuttaa. Poliittiset kuluttajat vaikuttavat suhtautuvan varsin realistisesti tähän toimintamuotoon, se on lisä heidän poliittisen osallistumisen repertoariinsa eikä korvaa konventionaalisempia osallistumismuotoja. (ibid., 262.) Koko poliittisen kuluttajuuden ilmiön vaikutuksia kansainväliseen kauppaan emme tässä tutkielmassa voi käydä läpi, mutta seuraavissa kappaleissa Maailmankaupat

kertovat oman näkemyksensä siitä, miten poliittisen kuluttamisen kautta ylläpidettävä reilu kauppa on vaikuttanut hyvin konkreettisesti ja merkittävästi tuottajayhteisöjen jäsenten elämään. Näin ne perustelevat toimintansa tärkeyttä ja motivoivat kuluttajia reilun kaupan tukijoiksi. Useiden kulutustutkimusten mukaan ihmiset eivät näe, että heidän kulutusvalinnoillaan olisi vaikutusta, joten he eivät viitsi vaivautua (Carrigan & Attalla 2001, 569). Tutkimuksetkin osoittavat tuon itsestäänselvän asian, että ihmiset, jotka eivät usko valintojensa vaikuttavan, eivät yleensä valitse tuotteita poliittisin perustein (Micheletti 2003, 91), joten kuluttajien motivointi kertomalla ostopäätösten ja reilun kaupan tukemisen konkreettisista vaikutuksista on Maailmankaupoille välttämätöntä. Kansalaisten vakuuttaminen oman liikkeen toimintapojen ja tavoitteiden toimivuudesta on selkeästi poliittista toimintaa. Poliittiselle toiminnalle kun on varsin keskeistä suostuttelu, pyrkimys muuttaa ihmisten mielipiteitä (Palonen 2006, 128).

3. MAAILMANKAUPPALIIKKEEN TAUSTA

3.1. Taustaa Maailmankauppaliikkeen synnylle

Jotta voisimme ymmärtää syyt “suureen halkeamaan” maailman väestössä – kärjistetyt rikkaat teollisuusmaat Pohjoisessa ja köyhät ruoan ja raaka-aineiden tuotantomaat Etelässä – tulee meidän kansainvälisen maailmankauppaliikkeen edustajan, Third World Information Center -järjestön Michael Brownin mielestä katsoa taaksepäin aina koloniaalisen vallan aikoihin ja “imperiaalisten voimien Etelän valtioihin kohdistamiin interventioihin” asti. (Brown 1993, 11.) Kolonialismin seurauksena paikalliset ihmiset Etelän maissa joutuivat työskentelemään tuottaakseen edullisia raaka-aineita Euroopan ja Pohjois-Amerikan markkinoille kaiken kuljetuksen ja prosessoinnin pysyessä eurooppalaisissa ja pohjoisamerikkalaisissa käsissä. Kun eurooppalaiset tutkimusmatkailijat ja valloittajat olivat levittäytyneet ympäri maailmaa ja Etelän maat oli “avattu” ulkoimaiselle kaupalle, halvempien tehdastuotteiden tuotanto syrjäytti perinteisten käsitöiden tekemisen eri puolilla maailmaa. Näin Euroopan ulkopuoliset alueet, jotka

tulivat osaksi kapitalistista maailmankaupan järjestelmää, saivat raaka-aineiden tuottajan aseman, jotta eurooppalaiset saattoivat prosessoida raaka-aineet lopputuotteiksi. Raaka-aineiden tuottajamaiden ihmisistä tuli tässä vapaan kaupan järjestelmässä riippuvaisia eurooppalaisista siirtomaaisännistään niin työkalujensa kuin markkinoidensa suhteen. (ibid., 17,20.)

Tällä tavoin siis maailmankauppaliikkeen mukaan muodostui jako Pohjoiseen ja Etelään, rikkaisiin teollisuusmaihin ja köyhiin kehitysmaihin. Monille näistä Etelän maista maataloustuotteiden osuus viennistä oli yli 80 % ja perustui yhteen satoon (Brown 1993, 28). Kaikkein pahinta Brownin mielestä on ollut kaupallisten käytänteiden levittäminen alueille, jotka ovat vuosituhansien ajan taanneet omavaraisuuden miljoonille ihmisille. Erityisen tuhoisaa on hänen mielestään palkkatyöjärjestelmään ja vientiraaka-ainetuotantoon siirtyminen maatiloilla, mikä häiritsee yhteistoimintaan perustuvaa kyläjärjestelmää ruoantuotannossa tarjoamatta vaihtoehtoja lähettä perusruoalle. (ibid., 32.) Maailmankauppojen reilu kauppa tosin perustuu myös palkkatyöjärjestelmälle, rakenne, josta on koettu turhan haasteelliseksi irtautua toistaiseksi.

Etelän tuottajilla ei ole kolonisaation vuoksi ollut edellytyksiä prosessointiin, pakkaamiseen ja varastointiin saadakseen paremman hinnan ja lisätäkseen arvoa alkutuotteisiinsa. Prosessoinnin, pakkaamisen, kuljettamisen ja markkinoinnin tuomasta lisäarvosta ovat kehitysmaa- ja maailmankauppaliikkeen mukaan hyötyneet joko paikalliset tai kansainväliset välittäjät. Euroopan pienet siirtomaat oli varattu yhden tai kahden tuotteen tai materiaalin tuotantoon, mikä tarkoitti sitä, että niistä tuli täysin riippuvaisia yhden tai kahden tuotteen kysynnänvaihteluista ja sadoista. (Brown 1993, 42.) Tällainen taloudellinen riippuvuus aiheuttaa mitä suurimpia ongelmia koko valtion väestölle, kun tuo yksi sato ei jonakin vuonna onnistukaan tai kun sato onnistuu kaikkialla niin hyvin, että hinta putoaa liian alas. Reilun kaupan kannattajien näkökulmasta ylikansallisten suuryhtiöiden hallitseva asema kehitysmaissa yhdessä niiden kontrolloiman raaka-ainekaupan kanssa tarjoaa lopullisen selityksen miljoonien kolmannen maailman pienten tuottajien heikkoon asemaan maailmanmarkkinoilla (ibid., 43). Palaamme aiheeseen kappaleessa 6. “Motivaatio toiminnalle ja muutosvaatimukset kansainväliselle

kauppajärjestelmälle”, jossa Maailmankaupat perustelevat syytä omalle olemassaololleen ja sille, miksi reilu kauppa on ratkaisu näihin ongelmiin.

3.2. Maailmankauppaliikkeen historiaa kansainvälisesti

Maailmankauppaliikkeen, alun perin kehitysmaakauppaliikkeen, alkuvaihe kytkeytyy toisen maailmansodan jälkeisiin solidaarisuuspyrkimyksiin keskittyen hyväntekeväisyys- ja avustustoimintaan. Maailmankauppaliikkeen taustalla on myös laajempi 1970-luvulta alkaen mobilisoitunut kehitysmaaliike. Kehitysmaayhdistystyyppiset järjestöt alkoivat sattumanvaraisesti tuoda länsimaiden markkinoille pientuottajien käsitöitä. Samantyyppistä myyntitoimintaa esiintyi toisistaan riippumatta monissa eri länsimaissa, myöhemmin erillään olevat toimijat yhdistivät voimansa välitykseksi kutsutun mekanismin kautta (Della Porta & Tarrow 2005, 3). Esimerkiksi pohjois-amerikkalaisen järjestön, Ten Thousand Villages'in, toiminta alkoi siitä, kun eräs matkailija tapasi Puerto Ricossa köyhiä kirjontatöiden tekijöitä, vei töitä kotiinsa ja myi niitä. Pian hän laajensi toimintaa hankkimalla käsitöitä Palestiinasta ja Keniasta. Käsitöiden tuotosta suuri osa meni käsityöläisten lasten kouluttamiseen, mutta varsinaisesta reilusta kaupasta ei voida vielä tässä vaiheessa puhua. (Lapintie 2009, 6.) Tässä vaiheessa tuotteita siis myivät hyväntekeväisyysjärjestöt ja uskonnollisesti suuntautuneet yhdistykset.

1950- ja 60-luvuilta alkaen perustettiin erikoismyymälöitä kehitysmaatuotteille. Ihmiset ostivat tuotteita näistä varsinaisia Maailmankauppoja edeltävistä myymälöistä solidaarisuussyistä, vaikka tuotteiden laatu oli joskus huonompi. (Micheletti 2003, 95.) Aluksi reilun kaupan tuotteiden kehittäminen ei pohjautunut valtavirtamarkkinoiden potentiaaliin vaan pienen aktivistijoukon aitoon huoleen Etelän köyhistä viljelijöistä. Myynti perustui kapeaan aktivistipohjaan. (Bowes 2001, 4.) 1960-luvulta asti maailmankauppatoimijat keskittyivät tiedottamaan kuluttajille tuotteen hinnan suhteesta siihen, paljonko tuottajat saavat palkkaa, (Micheletti 2003, 95) jolloin toiminnasta tuli poliittisempaa. Maailmankauppojen syntyä selittää tällainen sattumanvaraisen olinen prosessi, jonka kautta hyväntekeväisyydestä tuli poliittista toimintaa. Tässä kehityksessä mekanismina toimi Tillyn ja Tarrowin (2007, 34) määrittelemä yhteiskunnallinen omaksuminen, jossa ennen ei-poliittinen ryhmä muuntuu poliittiseksi toimijaksi käyttäen

organisatorista pohjaansa yhteiskunnallisen liikkeen aloittamiseen (ibid., 34). Kehitysmaatuotteiden myynti ja kauppa politisoitiin tässä vaiheessa. Siirryttäessä hyväntekeväisyystyypisestä toiminnasta kulutustavaroiden politisointiin, kehitettiin olemassaolevan toiminnan pohjalta innovatiivisesti uutta toimintavalikoimaa.

Ensimmäinen nykyisentyylinen Maailmankauppa perustettiin Hollannissa vuonna 1969, minkä jälkeen kauppoja avattiin muuallakin (Bowes 2011, 3–4). 1970 -luvulla toiminta laajeni ja Maailmankauppoja perustettiin yhä enemmän. Maailmankauppojen tehtäväksi koettiin reilun kaupan tuotteiden markkinoille pääsy. (Micheletti 2003, 96.) Kansainvälisen maailmankauppaliikkeen muodostuessa voidaan puhua transnationaalisesta diffuusiosta, kun samanlaiset toiminnan muodot ja vaatimukset leviävät yli valtioiden rajojen (Tarrow 2011, 235). 1980-1990 -luvulla perustettiin yhteistyöjärjestöjä ja kehitettiin yhteistä reilun kaupan ajatusta (Lapintie 2009, 6).

Alun hyväntekeväisyystyypisen myyntitoiminnan laajetessa toiminta politisoitui Lapintien (2009, 6) mukaan vaihtoehtoisen kaupankäyntimuodon luomiseen suoraan kehitysmaiden tuottajien kanssa. Maailmankaupat valikoivat tuottajansa kontekstissa, jossa kehitystä voitiin edistää ja työntekijöiden sekä heidän perheidensä elämänlaatua parantaa (ibid.). Toisin kuin useimmat kauppayhtiöt – ja jossain mielessä myös Reilun kaupan merkkijärjestelmä – maailmankaupat etsivät heikoimmat ja epävarmimmat tavarantoimittajat ja pyrkivät parantamaan niiden valmistus- ja kaupankäyntitaitoja siten, että niistä tulisi omavaraisia. Merkittävä osa tuotteiden myyntituotosta meni suoraan tuottajille ryhmänä, heidän tuli käyttää se yhdessä ja raportoida maailmankaupalle, mitä he olivat sillä tehneet. Oli vallankumouksellinen idea, että tuottajille itselleen annettiin sananvaltaa kaupankäynnissä. (Black 1992, 168.) Pienten toimijoiden kanssa solmittu pitkäkestoinen kauppakumppanuus on Maailmankauppojen mukaan tehnyt mahdolliseksi sen, että Maailmankaupan asiakas voi vaikkapa ruokokorin ostaessaan mahdollistaa korintekijän lapsen koulunkäyntiä (Lapintie 2009, 6). Korien myynnillä tavoitellaan yksittäisten konkreettisten tuotteiden myynnin lisäksi muutosta koko siihen järjestelmään, jossa korit valmistetaan ja myydään – korien tuotannosta tiedotetaan ja tehdään itse se muutos, johon suuryhtiöt eivät ole ryhtyneet – myyntitoiminnasta on tullut poliittista

toimintaa.

3.3. Suomen Maailmankauppaliikkeen historiaa

Ensimmäiset kehitysmaakaupat oli siis perustettu Britanniaan ja Alankomaihin jo 1960-luvulla. Suomeen vastaava liike rantautui noin 15 vuoden päästä tästä. Ensimmäinen kehitysmaakauppatoimintaan keskittynyt yhdistys perustettiin Ouluun vuonna 1977 ja yhdistyksen kauppa avattiin 1978. (Halinen 2002, 3-4.) Oulun yhdistyksen perustaja oli vaihto-oppilasvuonnaan Hollannissa vierailnut ”Kolmannen maailman kaupoissa” ja ajatellut, että se olisi hyvä konsepti Suomeen tuotavaksi. Tässä vaiheessa tapahtui mekanismi, jota kiistelyn politiikan teoriassa kutsutaan diffuusioksi, leviämiseksi: kiistan aihe leviää paikasta toiseen, kun tieto toiminnasta saavuttaa otollisia toimijoita eri paikoissa (Tilly & Tarrow 2007, 31). Toimijat siis omaksuvat muista maista organisaatiomuotoja, kollektiivisen toiminnan kehyksiä tai toiminnan päämääriä (Della Porta & Tarrow 2005, 3). Toiminnalla oli alusta saakka poliittiset perusteet, vaikka hyväntekeväisyyttäkin harjoitettiin. Taustalla oli lisäksi perustajajäsenten tutustuminen Tammisaaren Emmaus-liikkeeseen. Osaksi Emmaus-liikkeen perua oli se, että Juuttiputiikki toimi vapaaehtoisvoimin. (Halinen 2002, 36–37.)

Alkuaikoina kehitysapatyöllä oli yhdistyksessä tärkeä merkitys osittain siitä syystä, että Oulun yhdistys perustettiin kehitysyhteistyöhön keskittyneiden Pääskyjen haarayhdistykseksi. (ibid., 39.) Alkuvaiheessa toiminta muodotui suurimmaksi osaksi tiedotuksesta ja varojen keruusta kehitysmaiden avustamiseen, kauppa oli tärkeä lähinnä symbolisesti, se oli muun yhdistyksen järjestämän kansalaistoiminnan sivuvirta (ibid., 45–46). Tuotevalikoima kaupassa oli aluksi hyvin pieni, koostuen pitkälti juuttikäsitöistä, mistä nimi Juuttiputiikki tulee. Elintarvikkeet tulivat myyntiin vasta 1980-luvun ensimmäisinä vuosina. (ibid., 38.) Aivan alkuvaiheessa kulutusta ei siis varsinaisesti politisoitu vaan toiminta oli hyväntekeväisyyttä. Oikeudenmukaisen hinnan maksaminen kehitysmaatuotteista nähtiin kehitysavun muotona, hyväntekeväisyydellä oli tuohon aikaan positiivisempi kaiku kuin tänä päivänä (ibid., 48). 1980-luvun puoliväliin tultaessa painotukset olivat hieman muuttuneet ja myyntitoiminta nähtiin jo tärkeäksi itsessään,

mutta tuotteiden myyminen legitimoitiin sillä, että kyse oli samalla tiedotuksesta (ibid., 47). Tässä vaiheessa toimijat olivat huomanneet tuotteiden politiikan, kulutus politisoitiin.

Turun kehitysmaakauppayhdistys perustettiin vuonna 1981. Yhdistyksen perustaja oli käynyt Ruotsissa tilaisuudessa, jossa paikallinen kehitysmaakauppa oli ollut myymässä tuotteitaan ja esittelemässä toimintaansa. Turun yhdistyksen perustaja oli pitänyt ideasta ja ottanut mukaansa yksityiskohtaisen esitteen, jossa neuvottiin, miten kehitysmaakauppa perustetaan. (Halinen 2002, 41.) Turunkin tapauksessa yhdistys sai alkunsa ylikansallisen diffuusion tuloksena, toiminnan levitessä yli valtioiden rajojen (Tarrow 2011, 235). Apuna oli vieläpä konkreettinen diffuusioväline, esite, joka auttoi alkuun. Kauppa saatiin pystyyn kuitenkin vasta 1985 (Halinen 2002, 41). Turussa tiedotuksen merkitys nähtiin alusta saakka tärkeänä, haluttiin levittää ”kehitysmaatietoutta” ja tuoda esiin kehitysmaiden alisteista asemaa maailmankaupassa. Yhdistys näki roolinsa myös painostusryhmänä suhteessa valtiovaltaan. Toiminta koostui siis alkuaikoina tiedotuksesta ja avustustoiminnasta. (ibid., 51–52.)

Toiminta oli poliittista, mutta kulutusta ei politisoitu heti. Jo 1980-luvulla tehtiin kuitenkin aatteellisella tasolla eroa tavallisiin kauppoihin (ibid., 57). Näin Turussakin tuotteiden myyminen politisoitiin. Jotta voidaan politisoida, keksiä jotain uutta, samalla on hajotettava jotain vanhaa, muutettava perspektiiviä, josta asioita on siihen asti tarkasteltu (Palonen 2003, 183). Tuotteet eivät olleet enää pelkkiä myyntituotteita vaan niihin sisältyi nyt politiikkaa. Syy siihen miksi kulutusta alettiin politisoida ja kansainvälisen kaupan rakenteita kritisoida juuri 1980-luvulla saattaa johtua talouden rakenteissa tapahtuneesta muutoksesta, talouden vapauttamisesta, joka oli käynnissä juuri tuohon aikaan.

Suomen kehitysmaakauppojen liitto ry:n (nyk. Maailmankauppojen liitto ry) perustivat vuonna 1985 Tampereen, Turun ja Porin kehitysmaakauppayhdistykset. Lisää jäseniä liittyi liittoon tasaista tahtia ja erityisen paljon uusia yhdistyksiä liittyi joukkoon 1980-1990-lukujen taitteessa. (Halinen 2002, 44.) Kehitysmaakauppayhdistykset olivat aktiivisesti mukana mm. vuonna 1980 alkunsa saaneessa prosenttiliikkeessä, joka vaati kehitysyhteistyömäärärahojen nostoa yhteen prosenttiin bruttokansantuotteesta. 1980-

luvulla kehitysmaakauppaliikkeellä oli yhteyksiä myös rauhan- ja ympäristöliikkeeseen. (ibid., 31-32.)

Oulussa myynnin merkityksen korostaminen tulee ehdottoman keskeiseksi 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa ja sen jälkeen. Kaupanpidon ei haluttu olevan enää “puuhastelua” eikä tiedottaminen ollut enää kaikkea toimintaa hallitsevaa. Avustustoiminnasta ja hyväntekeväisyydestä sanouduttiin irti, sen sijaan haluttiin tuoda esiin kaupan pitämistä. (ibid., 49.) Myös Turussa tehtiin pesäeroa hyväntekeväisyyteen 1980-luvun lopulla ja 1990-luvun alussa (ibid., 54). Tässä kohdin on tapahtunut arvojen muutos, kun hyväntekeväisyys on alettu nähdä huonona tapana vaikuttaa, mutta kaupankäynti sen sijaan hyvänä toimintamuotona. Kauppaa alettiin myös kehittää aktiivisemmin 1990-luvulla, mitä saattaa Halisen mukaan selittää talouslama, joka laski myyntejä roimasti. Kauppaan piti panostaa, jotta myynnit eivät laskisi liikaa (ibid., 50).

Kehitysmaakaupoista alettiin 1990-luvulla käyttää nimitystä Maailmankauppa, sillä kehitysmaa-sana koettiin negatiivisena (Halinen 2002, 4), osa Kehitysmaakaupoista ei tosin vaihtanut nimeään missään vaiheessa, ne toimivat edelleen Kehitysmaakauppa-nimellä. Tästä huolimatta kehitysmaa-sanaa on käytetty tuon jälkeenkin paljon liikkeen tiedotuksessa, kuten tulemme seuraavissa kappaleissa huomaamaan. 1990-luvun alusta myynti nostettiin tiedotuksen rinnalle tärkeäksi toiminnan tarkoitukseksi. Taustalla oli Halisen mukaan osaksi tuottajilta saatu palaute. Tuottajat halusivat, että myymälöihin panostettaisiin, jotta tuotteet myisivät paremmin. Tiedotuksen ensisijaisuutta korostettiin liikkeessä vielä 1990-luvun puolivälissä, mutta konsensusta asiasta ei vallinnut. Paljon käytiin keskustelua siitä, onko kauppa vai tiedotus tärkeämpää. Halisen mukaan haluttiin maahantuoda “ideologisesti puhtaita tuotteita” ja siksi myyntitoiminta oli pakostakin pienimuotoista. 1990-luvun loppupuolelle tultaessa myyntiä alettiin korostaa yhä enemmän. (ibid., 57, 59–60, 83.) Toimintamalleja omaksuttiin 1990-luvulta alkaen kaupalliselta sektorilta. 1990-luvulla oltiin jo paremman menekin takaamiseksi valmiita “sekaantumaan” kehitysmaiden tuottajien tuotantoprosessiin tuotekehittelyn kautta ja muokkaamaan tuotevalikoimaa enemmän länsimaiseen makuun sopivaksi. 2000-luvulle tultaessa tuotekehittely oli jo hyvin keskeistä. (ibid., 66–67.)

Halisen mukaan kaupallisempi orientaatio lisääntyi ja “markkinadiskurssi” korvasi kauppa- ja kuluskriittistä “vaihtoehtodiskurssia” (ibid., 92). Turku muodostaa tässä kohti poikkeuksen verrattuna muuhun liikkeeseen. Turun kehitysmaakauppayhdistyksessä lisääntyivät 1990-loppupuolelle tultaessa sekä kaupan kehittäminen että kauppa- ja kuluskriittisyys. Ideologian ja markkinoiden välinen suhde koettiin ristiriitaiseksi. Jo vuonna 1992 ihanteena pidettiin kehitysmaiden omavaraisuutta ja kaupankäynnin lopettamista. (ibid., 75–77.) Poliittisen toiminnan tavoitteenahan on tehdä politiikasta tarpeetonta (Palonen 1979, 79). Turun maailmankauppatoiminnassa on kehittynyt aivan omanlaisensa aatemaailma ja tavoitteet ovat alkaneet erottautua muusta liikkeestä hiljalleen. Palaamme aiheeseen kappaleessa 8.4.

Reilun kaupan Tähti on mielenkiintoinen toimija maailmankauppaliikkeen piirissä. Halisen mukaan liike on eräänlainen välivaihe siirtymässä maailmankauppatoiminnasta Reilun kaupan merkkijärjestelmään (Halinen 2002 117). Yritys sai alkunsa Helsingin yliopiston ylioppilaskunnan 1980-luvulla aloittamasta Afrikan Tähti -hankkeesta, joka toi aluksi maahan kehitysmaatuotteita ja myi niitä helsinkiläisissä vähittäisliikkeissä. Myöhemmin perustettiin oma kauppa. Reilun kaupan Tähti on alusta asti toiminut hieman erilaisella logiikalla kuin muut Maailmankaupat. Osaksi siitä syystä, että tuotteita myytiin konventionaalisille markkinoille, olivat kriteerit tuottajille ja tuotteille aivan erilaiset kuin muilla Maailmankaupoilla. Tähti keskittyi suuriin toimittajiin, jotka pystyivät takaamaan volyyymia ja laatua. Tähti ei siis noudattanut muun liikkeen periaatetta etsiä heikoimpia tuottajaryhmiä vaan keskittyi hyvin myyviin tuotteisiin. Toiminnan aatteellinen puoli ei tullut koskaan niin vahvasti esille kuin muussa liikkeessä. Hanketta kritisoiinkin sekä liikkeen piirissä että kehitysmaista käsin siitä, että tuotteet eivät ole tarpeeksi reiluja. (ibid., 92–104.) Reilun kaupan Tähti on yritys- ja kaupallisen logiikan pioneeri maailmankauppaliikkeessä. Se on noudatellut enemmän Reilun kaupan merkin periaatteita kuin kehitysmaakauppa- ja maailmankauppaliikkeen perinteitä. Maailmankauppojen liiton jäseneksi Tähti on kuitenkin hyväksytty.

Jo vuonna 1980 Oulussa kirjattiin toimintasuunnitelmaan kohta tuotteiden myymisestä

tavallisiin liikkeisiin. Toiminta konventionaalisilla markkinoilla aloitettiin kuitenkin vasta vuonna 1987 viemällä tuotteita myyntiin lahjatavarapuotiin. Päätös konventionaalisille markkinoille laajentumisesta ei ollut helppo toimijoille itselleen ja toisaalta taas tarjotessaan kehitysmaatuotteita tavallisiin kauppoihin myyntiin, törmäsivät toimijat “nihkeisiin asenteisiin”. (ibid., 64–65.) Koko liikkeen piirissä tuotteiden myymistä tavallisiin kauppoihin pidettiin ongelmallisena vielä 1980-luvun puolivälissä. Tärkeänä pidettiin sitä, että voitiin varmistaa myyntiartikkeleiden erityisyys tavallisessakin marketissa. (ibid., 78, 80.) Ensimmäisiä mainintoja Reilun kaupan merkin tuomisesta Suomeen Halinen löysi Maailmankauppojen liiton pöytäkirjoista vuodelta 1992, mistä lähtien merkkiä alettiin suunnitella ja toteuttaa lopulta yhdessä toisten järjestöjen kanssa (ibid., 120). Maailmankauppatoimijat ovat osallistuneet aktiivisesti Reilun kaupan edistämisyhdistyksen ja Reilun kaupan puolesta ry:n järjestämään toimintaan varsinkin Reilun kaupan merkin lanseeraamisen aikoihin vuonna 1998 ja muutaman vuoden sen jälkeen. (ibid., 41.) Liikkeen piirissä on siis kaiken kaikkiaan oltu enimmäkseen halukkaita laajentamaan reilun kaupan toimintaa omien myynneissä mitattuna pienten kauppojen ulkopuolellekin.

3.4. Yhteistyöjärjestöt

Viittaan työssäni toisinaan järjestöihin, joiden kanssa Maailmankaupat tekevät yhteistyötä, joten seuraavaksi on syytä esitellä näitä organisaatioita lyhyesti, jotta lukija voi ymmärtää, mistä kirjoitan. Ensimmäiseksi esiteltäköön Maailmankauppojen liitto ry, joka on Maailmankauppojen yhteistyöjärjestö Suomessa. Maailmankauppojen liitto ry on Suomessa toimivien Maailmankauppojen yhteistyöjärjestö. Liitto listaa tehtävikseen itsenäisesti toimivien Maailmankauppayhdistysten toiminnan edistämisen esimerkiksi neuvontapalvelun, koulutuksen ja materiaalien julkaisun avulla. Liitto hallinnoi lisäksi Maailmankauppojen rahastoa, josta liiton jäsenet voivat saada tarvittaessa lyhytaikaista lainaa. Yksi liiton näkyvimmistä toimintamuodoista on neljä kertaa vuodessa ilmestyvän Maailmankauppalehden julkaiseminen. Lehti toteuttaa Maailmankauppojen tiedotustehtävää keskittyen kansainväliseen kauppaan ja reiluun kauppaan. Liitto on

WFTO, Kepan ja RKEY:n jäsen. (Maailmankauppojen liitto 2011.) Liitto toimii lähinnä liikkeen sisäisenä keskustelufoorumina ja neuvontapalveluna kaupanpidon byrokraatiaan liittyvissä kysymyksissä. Liikkeen ulkopuolelle suuntautuvaa tiedotusta tai profiilin ylläpitoa liitto ei harjoita Maailmankauppalehden julkaisemista lukuunottamatta. Liiton resursseja kuvaillaan yleisesti hyvin pieniksi. Liitto toimii kuitenkin liikkeen yhdyssiteenä; liiton kokouksissa päätetään mm. siitä, mitä Maailmankaupat ovat ja mihin suuntaan niitä pitäisi kehittää. Lisäksi liitto toimii liikkeen yhteydenpitäjänä kansainvälisiin yhteistyöjärjestöihin.

WFTO eli World Fair Trade Organisation (entinen IFAT) on yhteistyöjärjestö "100% reilun kaupan" toimijoille tuottajista vähittäiskauppaan. Jäsenjärjestöjä sillä on 450 ympäri maailmaa. WFTO mainostaa olevansa reilun kaupan pioneeri ja toimineensa jo yli 20 vuotta edustaen reilu kauppaa ruohonjuuritasolta G8-kokouksiin. (WFTO 2011.) WFTO suunnittelee parhaillaan yhteistä valvontajärjestelmää kaikille erityisen reiluille toimijoille tuottajista Maailmankauppoihin.

Reilun kaupan edistämisyhdistys ry (RKEY) on Reilun kaupan merkkijärjestelmää Suomessa koordinoiva järjestö, jonka keskeisenä toimintamuotona on nimensä mukaisesti Reilun kaupan merkkituotteiden myynnin edistäminen. Edistämisyhdistys hallinnoi Reilun kaupan merkkiä Suomessa ja voisi sanoa, että se on ominut itselleen käsitteen "reilu kauppa" käytön hyvin pitkälti. Esimerkiksi internetsivun www.reilukauppa.fi takaa ei suinkaan löydy kaikkea reilun kaupan toimintaa Suomessa yhteenkokoavaa tietoa vaan nimenomaan RKEY:n tiedotusta. RKEY keskittyi toimintansa alkuaikoina Halisen (2002, 123) mukaan tiedottamiseen Reilun kaupan merkistä ja periaatteista. Sittemmin on toiminnassa korostunut myös menekien kasvattaminen ja tuotevalikoiman laajentaminen. Kehitysmaiden ja maailmankaupan rakenteiden ongelmista tiedottamisesta RKEY siirtyi Halisen mukaan nopeasti tiedottamaan "eettisestä kaupasta ja kulutuksesta". (ibid., 123–124.)

Myös Reilun kaupan merkkijärjestelmän juuret ovat 1950- ja 1960-luvuilla toimintansa aloittaneissa Maailmankaupoissa. Maailmankauppojen alun perin luoma Reilun kaupan

merkkijärjestelmä lähti liikkeelle siitä, kun maanviljelijät Meksikossa taistelivat pitkin 1900-lukua eri valtaapitäviä ryhmiä vastaan: espanjalaisia, isoja maanomistajia, yhdysvaltalaisia. Maanviljelijät järjestäytyivät 1980-luvulla vahvistamaan asemaansa tuotantoprosessin jokaisessa vaiheessa. Tämän he uskoivat saavuttavansa ohittamalla kaikki voitonmaksimointiin perustuvat johtoportaat vahvistamalla paikallista autonomiaa ja paikallista päätöksentekoa. (Brown 1993, 6–7.) Reilun kaupan merkki lanseerattiin ensimmäisen kerran Hollannissa vuonna 1988, kun meksikolaiset kahvinviljelijät pyysivät apua oikeudenmukaisen palkan muodossa, joten luotiin kriteerit kahvia ostaville yhtiöille (Micheletti 2003, 95).

Eettisen kaupan puolesta ry, Eetti, (entinen Reilun kaupan puolesta ry) on kansalaisjärjestö, jonka tehtävänä on omien sanojensa mukaan “edistää oikeudenmukaista maailmankauppaa, kestäviä tuotantotapoja ja vastuullista kuluttamista”. Alun perin järjestö keskittyi nimenomaan Reilun kaupan merkin tunnetuksi tekemiseen kuluttajille. Nykyisin toiminta-alue on laajentunut muuhunkin eettiseen kauppaan. Eetin toiminta perustuu vapaaehtoistyöhön toisin kuin esimerkiksi RKEY:n toiminta. Toimintamuotoina ovat esimerkiksi tiedotustyö kansalaisille ja yrityksille sekä opintopiirit, tempaukset ja tuotemaistatukset marketeissa. (Eetti ry 2011.)

4. MAAILMANKAUPPOJEN VIESTI

“Astu sisään ja löydä uusi vallankumouksellinen maailma!” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Yllä oleva lainaus Maailmankauppojen liiton verkkosivuilta on mitä oivin esimerkki siitä, kuinka yhteiskunnalliset liikkeet eivät ainoastaan tavoittele välineellisesti asioita vaan myös manipuloivat merkityksiä kehystämällä aiheita asialleen otollisella tavalla (Tarrow 2011, 142). Maailmankaupat haluavat näyttäytyä *vallankumouksellisina* – liioittelulla saadaan huomio siihen, miten monin tavoin Maailmankauppa eroaakaan muista kaupoista, miten se rikkoo normeja ja koodistoja sille, minkälainen *kauppa* voi olla ja mitä kauppa voi

tavoitella. Seuraavaksi perehdymme siihen, miten maailmankaupat viestivät itsestään ulospäin, omilla verkkosivuillaan. Peilaamme tätä viestiä myös jonkin verran haastatteluvastauksissa esiinnousseilla teemoilla. Tässä kappaleessa keskitymme siihen, mitä Maailmankaupat ovat, jotta voimme myöhemmissä kappaleissa paneutua kiistan vaatimukseen eli liikkeen tavoitteisiin. Liikkeet tekevät Tarrown mukaan toki paljon muutakin kuin vain kiistelevät ja esittävät vaatimuksia. Ne rakentavat organisaatiota, kehittävät ideologiaa sekä keräävät ja mobilisoivat kannattajakuntaa. (ibid., 8.) Tähän puoleen liikkeen toiminnassa keskitymme seuraavaksi.

Maailmankauppojen verkkosivut kertovat meille sen, mitä Maailmankaupat itse haluavat itsestään viestittää. Kaupoille verkkosivut tarjoavat kanavan tuoda esiin niin tuotetietoutta kuin aatteellista pohjaa toiminnallekin. Verkossa voidaan myös julkaista sellaista tietoa, josta valtamedia ei kerro. Lappalaisen (2002, 12) mukaan: “Verkko voi tarjota perusteellista vastatietoa valtamedian näkökulmalle. Täten se pystyy myös täsmentämään ja kirjavoittamaan kuvaa politiikasta sekä haastamaan ja murtamaan vaihtoehdottomaksi väitettyä poliittista näkemystä.” Verkossa kuka tahansa voi jakaa mielipiteitään, myös globaalista kapitalismista huolestunut pieni maailmankauppayhdistys. Internetin aikakaudella poliittisen kuluttajatoiminnan masinoiminen on helppoa, kun fyysiset etäisyydet eivät ole enää esteenä tiedon saamiselle ja yhdessä toimimiselle (Micheletti 2003, 23). Maailmankauppojen internetsivut tarjoavat valtamediasta poikkeavaa tietoa ja erilaisen ratkaisuehdotuksen kehitysmaiden köyhyysongelmaan. Kansalaisten vaikuttamiskeinoksi ehdotetaan poliittista kuluttajuutta reilun kaupan suosimisen muodossa: kehitysmaiden huonoimmassa asemassa olevien maanviljelijöiden ja käsityöläisten auttamista Maailmankaupoissa asioimalla.

Yleisenä huomiona Maailmankauppojen verkkosivuista todettakoon, että Maailmankaupat eivät internetissä kerro kovin laajasti tai syvällisesti toiminnastaan ja sen tavoitteistaan. Monilla kaupoilla tiedotuspuoli ainakin verkossa oli tarkasteluajankohtana vähänlaista ja pintapuolista. Joidenkin Maailmankauppojen verkkosivuilla sen sijaan käytiin tarkastikin läpi niin reilun kaupan tuottajayhteisöjen toimintaa ja ihmiskohtaloita kuin myös kansainvälisen kaupan epäoikeudenmukaisiksi koettuja koukeroita.

Maailmankaupat ovat oman määrittelynsä mukaan reilun kaupan¹⁰ erikoismyymälöitä, jotka käyvät oikeudenmukaista kauppaa Aasian, Afrikan ja Latinalaisen Amerikan tuottajaryhmien kanssa.

“Maailmankaupan ensisijaisena tavoitteena on Reilun kaupan edistäminen.”

(Maailmankauppojen liitto 2008)

Reilun kaupan tuotteiden myymisen lisäksi edistämällä tarkoitetaan tiedotusta oikeudenmukaisesta kaupasta sekä kaikenlaista kampanjointitoimintaa reilun kaupan puolesta.

Maailmankaupat kiteyttävät toimintansa tällä tavoin:

“Kehitysmaayhdistys Elimu toimii monipuolisesti kehitysmaatietouden, suvaitsevaisuuden, kuluskriittisyyden, ympäristön ja oikeudenmukaisen kaupan puolesta.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

“Yhdistyksen tavoitteena on toimia kehitysmaiden kansojen hyväksi, maailmassa vallitsevan epäoikeudenmukaisuuden poistamiseksi ja edistää ekologisesti kestävä kehitystä.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

“Reilun kaupan parissa työskentelevien tavoitteena on toimia sosiaalisen oikeudenmukaisuuden, ympäristönsuojelun ja taloudellisen turvallisuuden puolesta.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Pääskyt haluavat edistää ihmisten tasa-arvoa harjoittamalla ja edistämällä Reilua kauppaa sekä kampanjoimalla tasa-arvoisemman maailmankaupan ja vaihtoehtoisten kulutustottumusten puolesta.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“Maailmankaupat pyrkivät parantamaan kehitysmaiden pientuottajien asemaa ja elinoloja oikeudenmukaisen kaupankäynnin sekä tiedotustyön avulla.”

(Maailmankauppojen liitto 2008)

¹⁰ Reilu kauppa isolla alkukirjaimella kirjoitettuna viittaa Reilun kaupan merkkijärjestelmään ja reilu kauppa pienellä alkukirjaimella puolestaan kaikkeen valvottuun reiluun kauppaan yleensä. Toisinaan Maailmankauppojenkin nettisivuilla nämä kaksi käsitettä menevät sekaisin ja Maailmankauppojen omaan reiluun kauppaan on viitattu isolla alkukirjaimella. Maailmankauppa isolla alkukirjaimella kirjoitettuna viittaa Maailmankauppojen liitto ry:n jäsenyhdistysten ylläpitämiin reilun kaupan erikoisliikkeisiin ja maailmankauppa pienellä kirjoitettuna puolestaan kansainväliseen kauppaan. (Maailmankauppojen liitto 2008)

Kertomalla, mitä haluavat edistää, määrittelevät Maailmankaupat samalla epäsuorasti ongelmia, joita toiminnalla on tarkoitus ratkaista. Piirtyy esiin käsitys, jonka mukaan Maailmankaupat toimivat oikeudenmukaisen kaupankäynnin puolesta käymällä reilua kauppaa ja tekemällä tiedotustyötä. Myös ympäristöarvoja tuodaan esille sekä “kulutuskriittisyyttä” ja “vaihtoehtoisia kulutustottumuksia”. Oikeudenmukaisuus on tärkein reilua kauppaa kuvaavista käsitteistä, ja sitä käytetäänkin usein reilun synonyymina: käsite toistuu internetmateriaalissa jatkuvasti. Pyrkimys kohti oikeudenmukaista ja tasa-arvoista kauppaa implikoi, että nykyinen maailmankauppajärjestelmä ei ole oikeudenmukainen, mistä motivaatio toiminnalle kumpuaakin. Liikkeet eivät ainoastaan käytä hyväkseen perinteisiä kulttuurisia symboleja vaan koettavat tuoda esille omia arvojaan yleisölle sopivaan muotoon muokattuina (Tarrow 2011, 144–145). Maailmankauppatoiminnan arvoja ovat oikeudenmukaisuus, tasa-arvo, suvaitsevaisuus sekä kestävä sosiaalinen ja ekologinen kehitys.

Maailmankauppa Aamutähti erottuu muista aineiston Maailmankaupoista kuvailemalla toimintaansa tällä tavoin:

“Tule mukaan toimimaan globaalin solidaarisuuden ja ekologisesti kestävän yhteiskunnan puolesta!”

“Yhteisöllisyys, ruohonjuuritason itseorganisoituminen ja demokraattiset toimintatavat ovat meille paitsi keinoja myös päämääriä”. (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Aamutähti myös kutsuu tässä kansalaiset mukaan toimintaan toisaalta tukemaan kauppaa ja toisaalta osallistumaan maailmankauppatoimintaan. Nykyisin ihmisten tavoittaminen internetin kautta on tullut suosituksi mobilisoinnin muodoksi, sillä internet on modulaarinen väline, jota voidaan muuntaa omiin tarpeisiin sopivaksi. (Tilly & Tarrow 2007, 13). Aamutähti ilmaisee asiansa selkeän poliittisesti kutsuessaan asiakkaansa toimimaan “globaalin solidaarisuuden” puolesta. Muut Maailmankaupat ovat käyttäneet suurin piirtein samasta asiasta ilmaisua “globaali oikeudenmukaisuus”. Aamutähti astuu tavoitteissaan askeleen muita Maailmankauppoja pidemmälle anarkistisen toiminnan retoriikkaan vaatiessaan oikeudenmukaisuuden sijaan solidaarisuutta sekä aitoa yhteisöllisyyttä, yhteistyötä paremman tulevaisuuden eteen kehitysmaiden ihmisille.

Ruohonjuuritason itseorganisoituminen, yhteisöllisyys ja demokraattiset toimintatavat niin keinoina kuin päämäärinäkin viittaavat anarkistiseen ajatteluun toiminnan taustalla. Tässä mielessä Aamutähti erottuu selkeästi muista Maailmankaupoista, jotka eivät anarkistisia ajatuksia verkkomateriaalissaan tuo esiin. Aamutähti näyttäytyy vahvemmin tietoisesti poliittisena, radikaalimpana ja epäkaupallisempaan toimijana verrattuna muihin Maailmankauppoihin. Aamutähti ei edes juurikaan korosta verkkosivuillaan reilua kauppaa vaan yllämainittua globaalia solidaarisuutta. Epäkaupallisesti ja kulutuskriittisesti suuntautuneet toimijat pyrkivät:

“Maapalloa vähemmän kuormittavaan suuntaan siten, että ihmislajin niin sisäiset kuin ulkoisetkin suhteet muihin eliölajeihin muuttuisivat solidaarisemmiksi.” (E).

Solidaarisuuden luomiseksi ja ylläpitämiseksi tarvitaan Tarrown (2011, 153) näkemyksen mukaan tunnettyötä, tunteiden herättämistä, mihin palaamme myöhemmin. Haastateltava politisoisi koko eliöstön suhteet vaatimalla solidaarisuutta niin ihmisten kesken kuin muidenkin eliöiden suhteen. Hän on huomannut poliittisen potentiaalin, joka koko elonkehän kriisiytyneisiin suhteisiin sisältyy.

4.1. Toiminnan määrittelyä erontekojen kautta

Useilla aineistooni kuuluvilla verkkosivuilla tehtiin selväksi, ettei maailmankauppatoiminta ole hyväntekeväisyyttä tai kehitysapua:

“Ei almuja, vaan reilua kauppaa.” (Lohjan Maailmankauppa 2008)

Maailmankauppaliike määrittelee näin omaa identiteettiään ja polityaan erontekojen kautta. Kaikilla identiteeteillä on poliittinen puoli, aktuaalinen tai potentiaalinen (McAdam ym. 2001, 134). Lappalaisen (2002, 20-21) mukaan konstruoidessaan kollektiivisen identiteetin ryhmä – esimerkiksi kansalaisliike – samalla vetää rajaviivan muihin nähden, erottautuu muista ryhmistä. Nämä erot luovat poliittisia suhteita. Lappalainen toteaa, että: “Ihmisten aktiivinen erottautuminen muista ihmisistä, moninaisuus, on poliittisuuden kriteeri” (ibid., 21). Jotta voi olla politiikkaa, vaaditaan myös ihmisten moninaisuutta, erilaisia mielipiteitä ja käsityksiä siitä, miten maailmaa pitäisi muuttaa, tai pitäisikö ollenkaan. Tehdessään seuraavaan tapaan pesäeroa muun muassa kehitysapuun, rakentaa maailmankauppaliike samalla omaa poliittista identiteettiään ja erityisyyttään suhteessa muihin samalla kentällä

toimiviin tahoihin:

“Reilu kauppa ei ole tukea köyhille eikä kehitysapua, vaan oikeudenmukaisten periaatteiden mukaista kaupankäyntiä.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Liikkeille on keskeistä kollektiivisten identiteettien luominen (Tarrow 2011, 8), tässä luodaan maailmankauppaliikkeen identiteettiä kehitysavusta erottautumisen avulla, kaupaksi identifioitumalla. Kehitysapu koetaan ongelmallisena, sillä apu ei voi koskaan olla ratkaisu itsessään. Parhaimmillaan se voi olla osa ratkaisua: sillä voi olla rooli perusrakenteiden ylläpitäjänä ja tilan luojana innovaatioille toimivan policyn etsimisen ajan. (Koponen 2009, 45.) Reilu kauppa pyrkii olemaan mainittu toimiva policy tilanteen ratkaisemiseksi.

“Reilu kauppa ei ole kehitysapua, vaan sen tarkoitus on luoda pientuottajalle mahdollisuus elää omalla työllään ja kehittää omaa yhteiskuntaansa.”
(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Halutaan tehdä selväksi, että kyse ei ole yksisuuntaisesta köyhien auttamisesta, tai passivoivaksi koetusta, ylhäältä alaspäin suuntautuvasta hyväntekeväisyystoiminnasta.

“Perinteisen kehitysavun sijaan voidaan reilun kaupan avulla pyrkiä pois vanhasta kaksijakoisesta valtarakenteesta, jossa toiset pyytävät ja toiset antavat.” (A)

Sekä verkkoaineistossa että haastatteluissa esiintyi voimakas tarve erottautua kehitysavusta, näin aktivoidaan oman toimijaryhmän rajoja (Tilly & Tarrow 2007, 34) koko kehitysmaaliikkeen yhteisen kiistan sisällä maailmankauppatoiminnan erityisyyttä korostamalla. Kehitysapu nähdään oikeastaan kehitysmaiden köyhyyttä ylläpitävänä rakenteena siinä mielessä, että se ei mahdollista köyhille elannon hankkimista omalla työllä, riippumattomasti avunantajien armollisuudesta. Maailmankauppojen näkökulmasta reilu kauppa puolestaan on sellaista, jollaista kaiken kaupankäynnin pitäisi olla, ei erityistä auttamistoimintaa. Kehitysmaiden tuottajayhteisöt itse ilmaisevat, että ne haluavat ennemmin laajentaa kaupankäynnin mahdollisuuksia kuin enemmän kehitysapua (Brown 1993, 106). Niin tutkijat kuin aktivistitkin näkevät reilun kaupan parempana keinona auttaa kehitysmaita ratkaisemaan taloudelliset ja demokraattiset ongelmat kuin perinteinen kehitysapu (Micheletti 2003, 95). Kehitysavun ongelmaksi saatetaan nähdä myös se, ettei apu kohdistu oikein tai mene ollenkaan perille. Apu myös passivoi, reilun kaupan

tarkoituksena on luoda kestävä ratkaisu köyhyysongelmaan.

Kehitysavulla on ilmeisesti Maailmankauppaliikkeen piirissä melko negatiivinen kaiku, kun siihen näin selkeästi koetaan tarpeelliseksi tehdä eroa. Selkeä erottautuminen kehitysavusta, passivoivasta almujen antamisesta on samalla kehitysavun leimaamista negatiivisesti. Kun asia tai ilmiö esitetään tietyllä tavalla tai jokin asia leimataan tietyn perustein, käytetään Lappalaisen mukaan samalla myös valtaa (Lappalainen 2002, 122). On poliittinen valinta erottautua selkeästi yksipuolisesta almujen antamisesta. Toisaalta taas kehitysyhteistyö mielletään paremmaksi ratkaisuksi köyhyysongelmaan, sillä sitä yksi aineistooni kuuluva Maailmankauppa verkkosivuillaan olevassa toimintakertomuksessa halusi korostaa tekevänsä:

“Kauppatoiminnan tarkoituksena ei ole voiton tuottaminen vaan kehitysyhteistyö.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Muut aineistoni Maailmankaupat eivät käyttäneet toiminnastaan ilmaisua “kehitysyhteistyö”, vaikka toisaalta maailmankauppatoiminta voitaisiin juuri sellaisena nähdä:

“Yleisemmällä tasolla maailmankauppaliike haluaa edistää kehitysyhteistyötä köyhien ja rikkaiden maiden välillä.” (D).

Kehityksen käsitettä ei tässä ole kyseenalaistettu siihen tapaan kuin ns. kehitysmaaliikkeessä usein tavataan tehdä. Yleensä kehityksellä tällaisessa yhteydessä tarkoitetaan suunniteltua, tarkoituksellista kehitystä. Lännen käsitykset kehityksestä kun jättävät usein huomiotta toisten maanosien kulttuuriset saavutukset. (Swantz 2009, 30-31.) Tällöin tarkoituksena on useimmiten auttaa kehitysmaita kehittymään teollisuusmaiden kaltaisiksi, vaikka tässä tapauksessa haastateltava tarkoittanee kehitystä pois köyhyydestä.

Kehitysavun lisäksi toiminta halutaan selkeästi erottaa tavanomaisesta kaupankäynnistä.

“Tuotteemme eroavat suurien markettien valikoimasta siten, että ne ovat valmistettu ihmistä ja luontoa kunnioittaen.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Kunnioitus toista ihmistä kohtaan nousee tärkeäksi toiminnan kriteeriksi. Toimintaa kehystetään kunnioitusta korostamalla. Lause toteaa hieman epäsuorasti, että markettien tuotteissa ihmistä tai luontoa ei ole kunnioitettu. Samalla tehdään eroa tavalliseen

kaupankäyntiin ja markkinatalouteen. Liikkeet konstruoivat kollektiivisia identiteettejään määrittelemällä, keitä “he” ovat (tavallisia kauppoja, jotka eivät kunnioita ihmisiä ja luontoa) ja keitä “me” olemme (Maailmankauppoja, jotka kunnioittavat ihmisiä ja luontoa) sekä niiden välisiä rajoja (Tarrow 2011, 143). Tavanomainen kaupankäynti leimataan epäeettiseksi, mitä kautta perustellaan tarvetta Maailmankauppojen tarjonnalle, meidän ja heidän välinen raja kulkee eettisessä kaupankäynnissä. Leimaaminen on varsin tavanomainen poliittisen toiminnan muoto, johon usein sisältyy myös stereotyyppien osoittamista muille toimijoille (Lappalainen 2002, 119). Leimaaminen voidaan nähdä politikointina, jossa kiinnitetään huomio vastustajiin tai kilpailijoihin omaan agendaan soveltuvalla tavalla.

Tavanomaiset kaupat leimataan yksinkertaistaen epäeettisen kaupan edistäjiksi, vaikka niissäkin toki eroja on sen suhteen, miten hyvin tuotteiden valmistuksessa on ihmistä ja luontoa kunnioitettu. Markettituotteiden leimaaminen epäeettiseksi näyttäytyy itse asiassa kannattavana strategiana kulutustutkijoiden (Carrigan & Attilla 2001, 563–564) mukaan. Tutkimusten mukaan nimittäin tieto yritysten eettisistä ja epäeettisistä toimista ohjaa kuluttajien asenteita asymmetrisesti. Huonolla maineella on vahvempi vaikutus asenteisiin kuin hyvillä toimilla. On arvioitu, että useat ihmiset uskovat, että on olemassa vastuu olla vahingoittamatta, mutta eivät automattisesti usko, että toisia on velvollisuus auttaa. (ibid.) Ostamalla voi kuitenkin vain osoittaa kannatustaan tietylle tuotantotavalle, sillä rahaa voidaan käyttää vain palkitsemiseen, ei rankaisemiseen (Holzer 2006, 406). Tätä ajatusta voi käyttää politikoinnissa apuna.

Maailmankaupat haluavat myös näyttäytyä vaihtoehtoisina ostospaikkoina:

“Tavoitteena on myös tarjota kuluttajille eettinen vaihtoehto.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008).

“Mango on voittoa tavoittelematon yritys, joka tarjoaa kuluttajille mahdollisuuden tehdä eettisesti ja ekologisesti kestäviä valintoja.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Kuluttajalle tarjotaan eettinen *vaihtoehto* ja *mahdollisuus* tehdä eettisiä valintoja: Mango on vaihtoehto tavanomaisille kauppoille. Ilman Maailmankauppojan kuluttajalla ei olisi *mahdollisuutta* eettisten ostosten tekemiseen. Yksinkertaistaminen on liikkeiden

merkitystenkehystämiskeinoista yleisimpiä (Tarrow 2011, 144). Valinnan tekeminen eettisesti kestävän ja ei-kestävän välillä jää kuluttajan itsensä tehtäväksi. Käsitettä “kestävä” on tässä yhteydessä käytetty tavalla, joka viittaa siihen, että nykyinen kulutustavaroiden ja elintarvikkeiden tuotanto- ja kulutustapa on kestävä niin ympäristön kuin sosiaalisen oikeudenmukaisuudenkin kannalta. Mikäli kehitysmaiden tuottajia pidetään nykyisenkaltaisessa alistetussa asemassa, tuottaa se tulevaisuudessa yhä pahenevia ongelmia, lause implikoi. Maailmankaupat ovat poliittiselle kuluttajalle kätevä asiointipaikka – kaikki tuotteet ovat varmasti oikeudenmukaisesti tuotettuja. Haastateltavat kuvaavat sitä, mihin Maailmankauppoja tarvitaan:

“...vaihtoehtoisen ostopaikan ja laajan valikoiman tarjoamiseen kunkin paikkakunnan asukkaille.” (C)

“Mielestäni maailmankaupat tarjoavat konkreettisen vaihtoehdon niille kuluttajille, jotka tahtovat valinnoillaan vaikuttaa oikeudenmukaisemman maailmankaupan puolesta.” (D).

Maailmankaupat ovat vaihtoehto tavallisille kaupoille ja ne tarjoavat vaihtoehtoisuuttaan ja valikoimiaan poliittisesti suuntautuneille kuluttajille eri puolilla Suomea. Tavallisistakin marketeista saa reilun kaupan tuotteita, mutta ei millään tavalla verrattavasti Maailmankauppojen laajoihin valikoimiin. Poliittisella toiminnalla on aina tavoitteenaan oman agendan eteenpäin viemisen lisäksi kilpailijoiden vastustaminen ja voittaminen (Palonen 1979, 79), mikä näkyy selkeästi erottautumisen korostamisessa.

Aamutähti puolestaan asettautuu vaihtoehdoksi koko kapitalistiselle järjestelmälle, jonka osa tavalliset marketitkin ovat:

“Pyrimme luomaan kokonaisvaltaisen vaihtoehdon – tai monien vaihtoehtojen sikermän – kapitalistiselle yhtiövallalle ja siihen kytkeytyvälle kulutuskulttuurille.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011).

Aamutähti kritisoi koko vallitsevaa kulutuskulttuuria. Muut Maailmankaupat eivät kenties tuo asiaa näin selkeästi esiin, koska nekin ovat omalla tavallaan osa kulutuskulttuuria. Ne myyvät ylellisyystavaroita, jotka eivät ole millään muotoa välttämättömiä. Tuotteita myydään, jotta kehitysmaiden pientuottajilla olisi työtä. Aamutähdellä on muusta liikkeestä erottautuva tyyli. Aamutähti määrittelee ongelmat paljon laajemmin kuin muu liike, se

haluaa toimia kapitalistista järjestelmää vastaan, kuten useimmat muutkin Maailmankaupat, vaikkeivät tätä tavoitetta suoraan esitteisiinsä ja nettisivuille kirjoittaisikaan. Maailmankaupat toimivat samanaikaisesti sekä kapitalistisen järjestelmän sisällä – koska kapitalistinen järjestelmä on niin kietoutunut markkinatalouteen, että markkinoilla on vaikea toimia irrallaan kapitalismista – että oman, vaihtoehtoisen reilun kaupan järjestelmänsä mukaisesti. Poliittinen toiminta on toimintaa jonkin asian muuttamiseksi, jolloin se on toimintaa jotain asiaa – tässä tapauksessa kapitalistista yhtiövaltaa ja kulutuskulttuuria – vastaan (Palonen 1983, 20).

Erona tavallisiin päivittäistavaraliikkeisiin on lisäksi laatu ja hinta:

“Reilun kaupan tuotteet, varsinkin kahvi ja tee, ovat usein parempilaatuisia kuin 'tavallisen kaupan' tuotteet.” (Maailmankauppa Juutti-putiikki 2008)

“Reilun kaupan tuotteilla on aina hiukan tavallista korkeampi hinta. Hinta muodostuu korkeammasta laadusta ja siitä, että tuotetta ei ole tehty työntekijän tai luonnon hyvinvoinnin kustannuksella.”

Implikoidaan, että 'tavallisen kaupan' tuotteet siis on tehty työntekijöiden ja ympäristön kustannuksella, ja sen vuoksi ne ovat hieman edullisempia kuin reilun kaupan tuotteet. Kulutustutkimuksen mukaan yhteiskunnallista vastuuta tärkeämpiä ostopäätöksiin vaikuttavia tekijöitä ovat hinnan lisäksi arvo ja laatu, eettisten tuotteiden suosimiselle on annettava muitakin syitä kuin sosiaalinen vastuu (Carrigan & Attila 2001, 565, 573). Laadukkuuden imagon luominen reilulle kaupalle lienee siis kannattavaa. Täytyyhän korkeampi hinta kuluttajille jollain tavalla selittää. Maailmankauppojen itsensä näkökulmasta tuotteiden laatutaso on siis parantunut huimasti koko liikkeen alkuajoista, jolloin laadun sijaan maksettiin “solidaarisuuslisää” välittämättä huonommasta laadusta.

Markkinatalouden normaalista toimintalogiikasta erottaudutaan myös korostamalla, että Maailmankaupat eivät tavoittele toiminnallaan taloudellista voittoa:

“Maailmankauppa Elimu ei tavoittele toiminnassaan taloudellista voittoa...”
(Maailmankauppa Elimu 2008)

“Kaupankäynnillä ei tavoitella voittoa, vaan tuotto sijoitetaan takaisin reilun kaupan järjestelmään.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Korostetaan, että kauppa ei kääri rahoja ns. omaan taskuunsa. Tuotto ei siis päädy omaan yritystoimintaan vaan reilun kaupan järjestelmään. Voiton tavoittelu kuulostaa itsekkäältä ja kylmältä markkinatoiminnalta, kun taas voittoa tavoittelemattomuus jalolta. Kauppaa pidetään, koska halutaan auttaa kehitysmaiden ihmisiä – itse ei hyödytä millään tavoin. Voitontavoittelu, joka on tavanomaisen yritystoiminnan peruseriaatteita, nähdään kielteisesti, kun niin monessa kohdassa lähes jokaisen aineistoon kuuluvan Maailmankaupan sivustolla asia todetaan. Näkisin voitontavoittelusta kieltäytymisen osana maailmankauppaliikkeen kapitalismin vastustusta, pyrkimystä toimia siitä tavallaan irrallaan tai ainakin vastahankaan.

“Yhdistyksen myyntitoiminnan tavoitteena ei ole taloudellisen hyödyn kerääminen sille itselleen. Myyntituotto käytetään uusien tuotteiden hankkimiseen, tiedotustoimintaan ja avustustoimintaan kehitysmaissa”. (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

“Yhdistys ei tavoittele voittoa, vaan saatu myyntituotto pyritään mahdollisimman suurena määrin käyttämään avustustoimintaan kehitysmaissa sekä tiedotustoimintaan Suomessa.”(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Juuttiputiikki ja Aamutähti ovat aineiston ainoat Maailmankaupat, jotka mainitsevat sijoittavansa tuottoa avustustoimintaan. Avustustoiminta saattaa Juuttiputiikin kohdalla olla jääne yhdistyksen Emmaus-historiasta¹¹. Juuttiputiikki ei myöskään mainitse sijoittavansa tuottoa reilun kaupan järjestelmään kuten esimerkiksi Mango, vaan mainitsee tiedotustoiminnan, joka toisaalta voidaan käsittää osaksi reilun kaupan järjestelmää. Sitä, ettei taloudellista voittoa tavoitella, korostetaan tiedotuksessa paljon. Tällä tavoin kuluttajille kehystetään toimintaa sympaattisena ja pienimuotoisena yhdistystoimintana, jota on mukava tukea toisin kuin suuria marketteja. Voiton kerääminen on Maailmankauppojen näkökulmasta kapitalististen yhtiöiden toimintalogiikkaa: voiton siirto tuottajien sijaan osakkeenomistajille.

Maailmankauppatoiminta näyttäytyy tavallisesta kaupankäynnistä erillisenä myös siinä

¹¹ Pohjois-Suomen Pääskyt ry perustettiin vuonna 1977 esikuvanaan Tammisaaren Emmaus-liike, joka kirpputoritoiminnan ohella myi bangladeshilaisia käsitöitä ja lahjoitti tuoton hyväntekeväisyyteen. (Juuttiputiikki 2008.)

mielessä, että se perustuu pitkälti vapaaehtoistyöhön, vaikka palkattuakin henkilökuntaa joissakin Maailmankaupoissa työskentelee.

“Vapaaehtoisvoimin toimivaa kauppaa ylläpitää Rovaniemen kehitysmaayhdistys Elimu ry...” (Maailmankauppa Elimu 2008)

“Yhdistys toimii vapaaehtoisvoimin, joten uudet toimijat ovat aina tervetulleita mukaan.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Pääskyjen toiminta perustuu vapaaehtoistyöhön.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“Yhdistyksen toiminta perustuu vapaaehtoisuudelle.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Vapaaehtoisvoimin toimimista korostetaan, koska sillä kenties kerätään asiakkailta sympatioita ja annetaan jalo, epätsekäs kuva toiminnasta. Liikkeet kehystävät toimintaansa sen mukaan, minkälaiseksi teot ja tarkoitukset halutaansaada näyttämään (Tarrow 2011, 142). Toiminta kehystetään näyttämään pyyteettömältä, sellaiselta, ettei siitä täällä Suomessa hyödy kukaan vaan kaikki mahdolliset varat kohdistuvat köyhyyttä poistamaan, kehitysmaiden työntekijöille. Tosiasiassa toiminta perustuu vapaaehtoisuuteen pitkälti siitä syystä, ettei useimmilla kaupoilla ole ollut varaa palkata henkilökuntaa. Uusia vapaaehtoisia ja aktiiveja täytyy saada jatkuvasti mukaan toimintaan, jotta liike pysyy elävänä. Käynnissä on jatkuvasti pientä uusien kannattajien ja toimijoiden rekrytointiyrittystä verkkosivujen kautta. Tillyn ja Tarrowin (2007, 75–76) mukaan kiistatoiminta muuttuu sen mukaisesti, miten tehokkaasti toimijat ovat onnistuneet keräämään tukea itselleen. Tämän vuoksi poliittiset toimijat käyttävät aina jonkin verran aikaa muuhunkin kuin kollektiivisten vaatimusten esittämiseen. On välttämätöntä kerätä resursseja ja rekrytoida seuraajia. (ibid., 75–76.)

Vapaaehtoisvoimin toimimisen korostaminen liittyy “emme tavoittele taloudellista voittoa”-viestiin. Halutaan kertoa, että kyse on pyyteettömästä auttamisesta. Toisaalta taas tällainen pyyteetön ja jalo auttaminen on ristiriidassa *“Ei almuja, vaan reilua kauppaa.”* -viestin kanssa. Vaikka halutaan, että kaikesta kaupasta pitäisi tulla yhtä reilua kuin Maailmankauppojen reilu kauppa, joutuvat Maailmankaupat kuitenkin toimimaan vapaaehtoisvoimin, mikä saattaa kertoa siitä, ettei reilu kauppa ole taloudellisesti

kannattavaa. Voidaan pohtia, pitäisikö reilun kaupan olla reilua molempiin suuntiin, niin kehitysmaan tuottajille kuin länsimaiden myyjille ja kuluttajillekin tavalla, jossa myös länsimainen myyjä voi elää työllään. Haastateltava kertoo seminaarista, jossa eräs toimittaja yleisön joukosta kritisoi Maailmankauppoja juuri tästä syystä:

“Niin, te suomalaiset maailmankaupathan ette halua sortaa kehitysmaiden tuottajia ja puhutte reilusta kaupasta. Mutta täällä kotimaassa te sorraratte vähittäiskaupan työntekijöitä kun myyjinä kaupoissanne on vapaaehtoisia ja tukityöllistettyjä eli vähittäiskaupan kustannukset eivät sisälly tuotteen hintaan.’ Piikikästä, mutta totta!” (F)

Toisaalta, vapaaehtoistyö on arvokasta työtä, josta vain ei ole mahdollista saada taloudellista korvausta. Beckin mielestä vapaaehtoistyöstä kansalaisyhteiskunnassa voisi maksaa sosiaaliturvaa vastaavan korvauksen, sillä vapaaehtoistyö on hänen mukaansa tärkeää työtä. Vapaaehtoistyö toimisi näin palkkatyön täydentäjänä. (Beck 2000, 146.) Toisaalta vapaaehtoistyö myös antaa tekijälleen paljon, eikä kaikkea ihmistoimintaa ole tarpeenmukaista miettiä palkkatyön perspektiivistä.

Vapaaehtoisuudessa on myös ongelmia, jotka tulevat esille vain haastatteluaineistossa.

“On hieno periaate, että meillä on 'avoimet ovet' kaikenlaisille toimijoille, mutta luo se samaan aikaan melkoiset uskottavuusongelmatkin.” (C)

Vapaaehtoistyössä voidaan nähdä ongelmallisena se, että vapaaehtoiset eivät yleensä voi olla yhtä sitoutuneita työhönsä kuin palkattu henkilökunta. Esimerkiksi Laine (2007, 21) pohtii, miten hyvin kerran kuussa työvuoron Maailmankaupassa tekevä vapaaehtoinen pystyy kertomaan tuotteiden taustoista asiakkaille kontekstissa, jossa Maailmankaupat haluavat näyttäytyä oivallisina tiedotuskanavina. Maailmankauppatoiminta perustuu vapaaehtoistyöhön niin kauan kuin Maailmankaupat toimivat yhdistyspohjalta. Palkattua työvoimaa voidaan käyttää hyvinkin, vaikka toiminta olisikin vapaaehtoistyölähtöistä. Maailmankaupoissa vapaaehtoisilla on moneen muuhun järjestötyöhön verrattuna hyvinkin vastuullisia tehtäviä pienen yrityksen ylläpitämisessä. Vapaaehtoisvoimin hoidetaan Maailmankaupoilla arvonnisäveroilmoitukset, tukkutilaukset, inventaariot ja kirjanpito. (Laine 2007, 28–29.)

Se, että maailmankauppaliikkeessä ovat “ovet auki” kaikenlaisille toimijoille on toisaalta

myös positiivinen asia kansalaisyhteiskunnan, kansalaisvaikuttamisen näkökulmasta.

“Maailmankauppahdistykset tarjoavat kansalaisille mahdollisuuden tehdä vapaaehtoistyötä ruohonjuuritason kehitysyhteistyötä rakentamalla, ilman erityisasiantuntijuutta, omien kykyjensä mukaan. [– –] ...yksi maailmankauppojen etu on juuri siinä, että ilman erityistaitoja on mahdollista toimia ja vaikuttaa.”

(D)

Suurin osa kehitysyhteistyöhön ja kehitysmaa-aiheeseen liittyvästä järjestötoiminnasta on sellaista, johon tarvitaan koulutusta, kielitaitoa ja kansainvälistä kokemusta. Aktivismi luonne on Tarrowkin (2011, 269) mielestä muuttunut. Sen sijaan, että osallistuttaisiin yhdessä tuttuun kanssa mielenosoitukseen, tarvitaan nykyisin internettaitoja, kykyä muodostaa koalitioita sekä rohkeutta esiintyä julkisesti tai ainakin ilmaista itseään internetissä (ibid.). Maailmankaupat tarjoavat mahdollisuuden jokaiselle halukkaalle tehdä vapaaehtoistyötä kehitysmaiden köyhyyden poistamiseksi. Samoin kuin poliittisessa kuluttamisessa poliittisen osallistumisen kynnys on hyvin alhaalla, on poliittisen toiminnan kynnys alhaalla Maailmankaupoissa – ainakin toimijoiden itsensä mielestä.

Vastaesimerkkinä vapaaehtoisvoimin toimimiselle on vain yksi Maailmankauppa – helsinkiläinen Reilun kaupan TÄHTI - joka toimii osakeyhtiömuotoisena yrityksenä. Tähtienkin toiminnassa on toki mukana vapaaehtoisia: yhtiön hallituksen jäseniä. Yksi skenaario maailmankauppatoiminnan tulevaisuudesta voisi olla, että se on vain välivaihe matkalla kohti reilumpaa kaupankäyntiä. Aluksi toiminta perustuu vapaaehtoistyöhön kansalaisjärjestöissä ja hiljalleen muotoutuu yritystoiminnaksi tai sulautuu osaksi jo olemassaolevien yritysten toimintaa. Pohdimme asiaa tarkemmin kappaleessa “Maailmankauppaliikkeen murros”. Tällaista kehityskulkua on ollut nähtävissä muuallakin yhdistystoiminnassa ja Maailmankauppojen toimintakin perustuu sille ajatukselle, että ensin ne tarjoavat reilun kaupan pienille tuottajille väylän kuluttajamarkkinoille ja hiljalleen tuotteet siirtyvät muidenkin kauppojen valikoimiin. Maailmankaupat tavoittelevat tilannetta, jossa kaikki kauppa olisi reilua ja tällöin erillisiä reilun kaupan erikoisliikkeitä ei enää tarvittaisi. Tavoitteet saavutettuaan liikettä ei enää tarvittaisi.

Tässä kappaleessa esille on tullut liikkeen oman identiteetin rakentamista erottautumisen

kautta. Tillyn ja Tarrown mukaan kollektiiviseen toimintaan osallistuttaessa ja kiistan muotoutuessa korostetaan toimimista yhtenäisenä toimijana, jolla on oma identiteetti ja rajat, jotka erottavat sen toisista, lisäksi sillä on yhteiset vaatimukset (Tilly & Tarrow 2007, 70). Maailmankauppaliike luo omaa identiteettiään erottautumisen kautta esimerkiksi korostaessaan rajojaan suhteessa kehitysapuun, hyväntekeväisyyteen sekä tavanomaisiin marketteihin. Liikkeen oma identiteetti tulee usein esiin erontekojen avulla.

4.2. Tiedotus tärkeässä osassa

Koulutus ja tiedonjako teollisuusmaissa on olennainen osa maailmankauppatoimintaa. 1960-1970-luvuilla eurooppalaisten kehitysmaakauppojen määrä ja myynti kasvoivat merkittävästi. 1970-1980-luvuilla kehitysmaaliike Suomessa painotti ensisijaisesti tiedotuksen ja asennemuutoksen merkitystä myynnin sijaan. Myöhemmin kaupankäynti ja markkinointi nousivat Lapintien mukaan suurempaan merkitykseen. (Lapintie 2009, 7.) Yleisesti maailmankauppaliikkeen piirissä koetaan, että työn pääasiallinen tavoite on tuotteiden myyminen, jotta käsityöläiset voisivat elättää itsensä. Tavoitteet ovat hyvin konkreettisia. Kun tuottajilta kysytään, mitä he maailmankauppatoimijoilta toivoisivat, kertovat he haluavansa lisää tilauksia anasaitakseen enemmän sekä tukea tuotteiden suunnittelussa voidakseen valmistaa paremmin myyviä tuotteita. (ibid. 7.) Pohjoisen näkökulmasta voi olla helppo pitää tiedotusta kansainvälisen kaupan ongelmista toiminnan tärkeimpänä osana, kun tuottajat Etelässä taas ovat konkreettisesti tekemisissä kauppajärjestelmän luomien ongelmien kanssa, jolloin heidän voi olla vaikea nähdä hidasta yhteyttä tiedotuksen ja myynnin kasvun välillä, eikä tiedotus samalla tavalla konkreettisesti lisää heidän hyvinvointiaan. Tiedotus nähdään Maailmankaupoissa silti välttämättömänä, jotta kansalaiset motivoituisivat siirtämään kulutustaan reilumpaan suuntaan.

“Jos ei tiedoteta, ihmiset eivät voi tietää kaupan merkityksestä... [– –] Kauppa on joka tapauksessa se puoli, joka nousee usein konkreettisimmaksi, mutta sekin vaatii ihmisten tietoisuuden kasvamisen reilusta kaupasta ja kauppapolitiikasta ylipäänsä.” (C)

“Ehkä jonkinlaisena maailmanparantajana haluaisin, että ihmiset tiedostaisivat toimiensa seuraukset laajemmin.” (A)

Tieto on myös kulutustutkijoiden Carrigan ja Atilla (2001, 573) mukaan avainasemassa siinä, miten eettisiä ostopäätöksiä tehdään.

“Maailmankaupat osallistuvat esimerkiksi myös monenlaiseen tiedotustoimintaan ja reilun kaupan tunnetuksi tekemiseen.” (Maailmankauppa Juutti-putiikki 2008)

“Yhdistys pyrkii lisäämään ihmisten tietoa ajankohtaisista kehityskysymyksistä, maailmankaupasta, Reilusta kaupasta, ympäristökysymyksistä sekä luonnonmukaisista kulutusvalinnoista.”

“Liike on myös pysyvä paikka tiedotukselle...” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Maailmankaupan roolia tiedotusfoorumina korostetaan, koska ymmärretään, ettei pienen kaupan ylläpitämisellä ole kovin laajaa konkreettista merkitystä ainakaan poliittisen muutoksen aikaansaamisen kannalta. Yhteiskunnallisten liikkeiden toiminnassa tiedottaminen korostuu, Bennettin (2005, 208) mukaan on tärkeää kiinnittää huomiota toiminnan poliittiseen kapasiteettiin eli kykyyn muokata julkista keskustelua kiistan alla olevista aiheista. Maailmankauppaliike on varsin pieni tekijä tässä keskustelussa, mutta osansa se yrittää tehdä. Itse kaupankäynti nähdään tiedotuksen muotona:

“...kaupankäynnin avulla meillä on mahdollisuus toimia esimerkiksi tiedottamisen saralla.” (A).

“[Maailmankauppoja tarvitaan -EM] [t]iedottamaan maailmassa vallitsevista rakenteellista epäkohdista, etenkin akselilla Pohjoinen-Etelä [- -] nivomaan tiedottaminen yhteen muun käytännötoiminnan kuten kaupankäynnin kanssa.” (E)

Tiedotuksella halutaan vaikuttaa ihmisten ajatteluun ja siten toimintaan laajemmin, myös Maailmankaupan ulkopuolella. Turun Maailmankauppa Aamutähti ilmaisee tiedotuksen tarkoituksen näin:

“Yhdistys pyrkii lisäämään suomalaisten tietoa kehitysmaista sekä vaikuttamaan yleiseen mielipiteeseen, valtiovaltaan ja yksityisiin kansalaisiin näiden saamiseksi käytännön toimintaan kehitysmaiden ongelmien ratkaisemiseksi” (Maailmankauppa Aamutähti 2011).

Tässä tiedotuksen tavoite on selkeästi auki kirjoitettu. Aamutähti haluaa vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen ja sitä kautta valtiovaltaan mobilisoidakseen poliittista toimintaa. Näin

selkeästi ilmaistaan, että kyseessä on poliittinen toiminta, pyrkimys vaikuttaa toisten mielipiteisiin ja sitä kautta toimintaan, politiikassa on aina kyse suostuttelusta ja pyrkimyksestä saada ihmisten mielipiteet muuttumaan (Palonen 2006, 128). Ajatellaan, että tieto on tie toimintaan esimerkiksi reilun kaupan konkreettiseen tukemiseen. “Kuluttajasivistys” ei kuluttajatutkijoiden Carrigan ja Attalla (2001, 563) mukaan ole silti tae sille, että kuluttajat todella toteuttaisivat eettisiä ostokäytänteitä. Tehokas päätöksenteko edellyttää, että kuluttajat ovat täysin informoituja. Tutkijoiden mukaan on toki paljon niitäkin, jotka valikoivat ostamia tuotteita eettisin perustein. Heidän kulutusvalintojaan informaatio kyllä ohjaa, mutta toisilla kuluttajilla on sama määrä tietoa eikä se saa heitä suosimaan eettisiä yhtiöitä tai tuotteita. (ibid.) Tarvitaan siis vahvaa motivointia, jotta kansalaiset saadaan vakuuttumaan ostopäätösten vaikutuksista kehitysmaiden ihmisten elämään.

Tiedotus tapahtuu usein asiakkaiden kanssa kaupassa keskustellen, myyjän tietämyksen tasosta riippuen:

“Mielestäni tällainen henkilökohtaisella tasolla tapahtuva poliittinen vaikuttaminen toteutuu parhaiten kaupalla vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa esimerkiksi keskustelemalla tuotteiden taustoista ja tuottajaryhmistä.” (D)

“Emme pyri vain myymään vaan myös keskustelemaan ihmisten kanssa.” (E)

Henkilökohtaista kohtaamista ajatuksiin vaikuttavana tekijänä ei korvaa mikään, varsinkaan internet (Tarrow 2011, 263). Maailmankaupoissa on asiakkaille yleisesti saatavilla tietoa:

“Tuotteiden myyntiin liitämme kiinteästi tiedottamisen tuotteista, tuottajista sekä tuottajamaista.” (Maailmankauppa Mango 2008).

Maailmankaupassa tuotteen mukana seuraa tiedotus – tuote ja eettinen näkökulma tulevat samassa paketissa. Maailmankauppojen ja ns. tavallisten kauppojen välillä on selkeä ero siinä, mitä asiakkaille kerrotaan tuotteiden alkuperästä.

Myös Beck (2000, 139–140) on sitä mieltä, että selkeät, tuotteen alkuperästä ja tuotantotavasta kertovat merkinnät auttavat poliittista kuluttajaliikettä saamaan kuluttajat puolelleen. Tärkeää on tuotteen “läpinäkyvyys” ja luotettavuus, joihin molempiin Maailmankaupat kiinnittävät erityistä huomiota. Maailmankauppojen tapauksessa tulee

selkeästi esille se, miten kaupan toimijat ovat itse alkaneet säädellä toimintaansa sen sijaan, että ottaisivat irti kaikki mahdollisuudet, jotka vapaa kauppa tarjoaa. Reilun kaupan edistäjien mielestä kuluttajille pitäisi kertoa totuus, ei vain tuotteen sisällöstä vaan totuus tuottajasta: millaiset olosuhteet hänellä on työssään ja elämässään, mitä hän saa työstään ja mitä siitä aiheutuu ympäristölle. Tuottaja tuodaan näkyväksi kuluttajalle. (Brown 1993, 158.) Menee pitkälle yli normaalin, kaupallisen mainostajan tyylin tarjota tietoja tuottajista, heidän elämäntavoistaan ja työolosuhteistaan (ibid., 163), vaikka tänä päivänä muutenkin reilun kaupan toimijat ovat alkaneet ottaa mallia tästä tiedotuspolitiikasta. Stolle ym. toteavatkin, että poliittiset kuluttajat tekevät ostopäätöksensä perustuen harkintaansa oikeudenmukaisuudesta ja reiluudesta tai arvioonsa yrityksen toimista (Stolle ym. 2005, 246). Kyetäkseen tekemään ostopäätöksensä poliittisesti, tarvitsee poliittinen kuluttaja riittävästi tietoa tuotteista, jolloin arendtilainen poliittinen arviointi onnistuu paremmin. Poliittinen arvostelukyky ostoksilla tarkoittaa sitä, että tuotteiden taustoista otetaan selvää ja pohditaan jokaista ostosta erikseen ennakkoluuloista välittämättä, ilman ideologista kaavaa. Arvostelukykyä ei voi korvata ennakkoluuloilla tai tiukoilla ideologioilla (Arendt 2007, 102). Reilun kaupan tuotteitakin voi kyseenalaistaa.

Kyse ei ole siitä, että yritettäisiin ainoastaan saada varakkaat kuluttajat maksamaan hieman enemmän tuotteista, jotka he ostavat köyhiltä tuottajilta. Toiveena on saada heidät ajattelemaan tarvetta muuttaa koko maailman kaupan rakenne; tuoda kuluttajat ja tuottajat lähemmäs toisiaan sekä karsia mahdollisimman paljon siitä rahanteosta, joka näiden kahden välillä olevissa välikäsissä tapahtuu (Brown 1993, 164).

“Yhdistys tiedottaa reilun kaupan järjestelmän mahdollisuuksista ja kansainvälisen kaupan epäoikeudenmukaisista rakenteista sekä kehittyvien maiden tilanteesta.”

(Maailmankauppa Mango 2008)

“Haluamme vaikuttaa suomalaisten kuluttajien kehitysmaatietouteen siten, että he hahmottavat itsensä osana maailmankauppaa.”

Tavanomainen kansainvälinen kauppa on siis jo rakenteiltaan epäoikeudenmukaista ja vaihtoehdoksi tarjotaan reilua kauppaa. Kuluttajien halutaan näkevän yhteys yksityisten kulutus päätösten ja kehitysmaiden ihmisten elinolosuhteiden välillä. Tiedotus on yhdistykselle tärkeä tehtävä, se on mainittu heti ensimmäisenä yhdistyksen esittelysivulla.

Nähdään tarpeelliseksi tiedottaa “kehittyvien maiden tilanteesta”, eli katsotaan, että valtamedia ei tiedota tarpeeksi kehitysmaista ja niiden tilanteesta. Kenties yhdistys katsoo, ettei valtamedia tuo esiin oikeanlaista tietoa kehitysmaista. Media on nimittäin Tarrown (2011, 147) mielestä usein allerginen yhteiskunnallisten liikkeiden tavalle kehystää asioita, jotka vaikuttavat haastavan poliittisen konsensuksen, jonka maailmankauppaliikekin haastaa kyseenalaistamalla koko vallitsevan talous- ja kauppajärjestelmän. Tämän vuoksi on usein vaikea saada liikkeen viestiä näkyviin mediassa, täytyy siis turvautua luomaan itse oma media eli kauppa tiedotuksen paikkana sekä omat verkkosivut.

Katsotaan, että tiedotukselle on molemminpuolinen tarve:

“Myös tiedotustoiminnalle on kysyntää.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Kauppaan astunut ihminen voisi useinkin haluta tietää tuotteensa taustamaan ja tietoja tuottajayhteisöistä.” (C).

Kuluttajatutkijat Carrigan ja Attalla (2001, 547) vahvistavat, että kuluttajat mitä ilmeisimmin tarvitsevat enemmän tietoa voidakseen tehdä eettisiä kulutuspäätöksiä. Kuluttajien on voitava heidän mukaansa helpommin vertailla eri yhtiöiden tuotteita ja toimintaa, jos eettisten arvojen tai poliittisten näkökohtien halutaan vaikuttavan heidän ostopäätöksiinsä (ibid.). Lähdetään siitä, että tiedotukselle selkeästi on tarve, ja ihmiset todella haluavat, että heille tiedotetaan esim. kehitysmaiden tilanteesta. Ajatellaan, että kyse ei ole pelkästä tiedon jakamisesta yksisuuntaisesti, vaan kysyntään vastaamisesta. Liikkeiden, joilla on pienemmät resurssit ja vähemmän valtaa, on kilpailtava auktoriteettien, median ja markkinoiden kanssa kulttuurisesta legitimitetistä (Tarrow 2011, 145). Liikkeiden on tosissaan tehtävä töitä saavuttaakseen legitimitettiä kansalaisten silmissä, jotta ihmiset uskoisivat liikkeen version totuudesta. Länsimaiset ihmiset kenties janoavat tietoa, jota he eivät tavanomaisen median kautta saa ja ottavat sitä miellään vastaan esimerkiksi kehitysmaayhdistyksiltä ja Maailmankaupoilta. Nykyajan poliittiset kuluttajat osaavat jo itse vaatia tietoa tuotteiden tuotannosta ja tekijöistä. Maailmankaupoilla tietoa onkin runsaasti tarjolla ostopäätösten tueksi.

Juuttiputiikki antaa esimerkin siitä, millaista tiedotustoimintaa Maailmankaupat harjoittavat:

“Kouluissa vierailu ja koululuokkien vierailut Juuttiputiikissa ovat osa Maailmankauppojen kriteerien tiedotustoiminnan toteuttamista.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008).

Kouluvierailuilla nähdään olevan kauaskantoisia vaikutuksia:

“...erilaiset kouluvierailut ovat tärkeitä: tieto leviää tuleville kuluttajille.” (C).

Aamutähti taas kertoo tiedotuksestaan näin:

“Järjestämme teemailtoja ja koulutusta, osallistumme erilaisiin keskustelutilaisuuksiin ja esitelmöimme toimintaamme liittyvistä aiheista tilauksesta.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011).

Tiedotustoiminnan muodot noudattavat perinteisiä kansalaisjärjestöjen ja -liikkeiden toimintarepertoareja.

“Maailmankauppa tiedottaa yleisölle päämääristään, tuotteiden alkuperästä, tuottajista ja maailmankaupasta. Se tukee tuottajien asemaa edistävää toimintaa ja kampanjointia sekä pyrkii vaikuttamaan tuottajien kannalta myönteisellä tavalla kansallisiin ja kansainvälisiin poliittisiin päätöksiin.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Myös suppeammin ymmärretty poliittinen toiminta siis kuuluu Maailmankauppojen toimintarepertoariin. Tiedotus on yksi niistä kriteereistä, joita Maailmankauppojen liitto edellyttää itseään Maailmankaupoiksi kutsuvilta kaupoilta, joten se on todellakin olennainen osa Maailmankauppoja ylläpitävien yhdistysten toimintaa, tapahtui tiedotus sitten kaupan sisällä, markkinoilla tai median kautta.

4.3. Alkuperä tunnettu

Otsikon ilmaus on peräisin Maailmankauppojen yhteisestä “Alkuperä tunnettu”-logosta. Logo vaatii, että sen sanomaa pysähdytään hetkeksi miettimään. Maailmankaupoissa tuotteiden alkuperä on aina tiedossa tuotanto-olosuhteita myöten toisin kuin tavanomaisissa kauppoissa. Nähdään tärkeäksi tuoda esiin, että tuotteilla ylipäätään on alkuperä: jotkut ovat jossain valmistaneet tai viljelleet raaka-aineet ja jotkut toiset on niistä koonneet valmiin tuotteen, tietynlaisissa olosuhteissa, tietyllä palkalla. Alkuperän esilletuominen on tärkeä

osa liikkeen policya.

“Kaupalla on asiakkaiden ja myyjien saatavilla tietoa kaikkien myytävien tuotteiden alkuperästä, tuottajayhteisöistä ja tuotantotavoista.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Tuotteet eivät ole vain tuotteita, pelkkää materiaa, jota voidaan kuluttaa ajattelematta sen kummemmin. Alkuperän esille tuominen ja korostaminen on tuotteiden ja niiden tuotannon politisointia. Maailmankaupat haluavat korostaa, että tuotteilla on aina tekijä, joka tuodaan asiakkaallekin näkyväksi. Tuote ei konseptina ole Maailmankaupassa olemassa tekijästään irrallisena. Esim. useimmissa Maailmankaupoissa lukee tuotteen hintalapussa alkuperämaa, ja useissa tuotteissa joko tuoteselosteessa (elintarvikkeissa) tai tuotelapussa (käsityöt) kerrotaan tuotannosta tai vähintään tuottajayhteisön nimi, jolloin alkuperän selville saaminen ja ostopäätöksiin liittyvä poliittinen arviointi on tehty helpoksi. Laine (2007, 71) pohtii, että normaalissa kaupankäynnissä asiakas ei tiedä kuka ja missä on hänen ostamansa tuotteen valmistanut. Tällainen järjestely luo pohjan välinpitämättömyydelle ja ymmärtämättömyydelle (ibid., 71). Tämän vuoksi Maailmankaupat tuovat tuotteen alkuperää esille, tieto lisää ymmärrystä ja halua auttaa. Kuluttajia ei siis ainakaan pyritä johtamaan harhaan vaan hän voi kunkin tuotteen kohdalla halutessaan ottaa selvää alkuperästä – usein tieto on ilman kysymistäkin esillä Maailmankaupoissa. Myös suurin osa haastatelluista maailmankauppatoimijoista mainitsi toiminnan tärkeäksi erityispiirteeksi tuotantoketjun läpinäkyvyyden.

“Kehitysmaayhdistyksen ylläpitämä kauppa luo suoran yhteyden kehitysmaiden tuottajien ja suomalaisten kuluttajien välille.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Tuote ei Maailmankaupassa ole pelkkä fyysinen objekti, vaan myös tieto tuottajasta, tuotannosta ja muusta tuotteen alkuperästä kuuluu kokonaispakettiin. Poliittisten kuluttajien valinnat heijastelevat ymmärrystä materiaalisista tuotteista kompleksisessa yhteiskunnallisessa ja normatiivisessa kontekstissa, jota voidaan kutsua politiikaksi tuotteiden takana (Stolle ym. 2005, 246). Tuote kehitysmaasta yhdessä alkuperätiedon kanssa tuo kehitysmaiden arjen lähelle suomalaista kuluttajaa, ja sitä kautta kenties saa hänessä aikaan ymmärrystä kehitysmaiden epätasa-arvoisesta tilanteesta ja solidaarisuuden

tuntemuksia kehitysmaiden vähäosaisia ihmisiä kohtaan. Maailmankaupat kehystetään kauppoina, joissa tuottajat ja kuluttajat voivat päästä mahdollisimman lähelle toisiaan. Liikkeet muokkaavat tunteita kannattajia mobilisoidakseen ja luodakseen heissä solidaarisuuden tunteita (Tarrow 2011, 143). Suora yhteys tuottajiin nähdään ajattelutapoja muuttavana ja ymmärrystä lisäävänä prosessina niin teollisuusmaiden kuin kehitysmaidenkin ihmisille.

“Pidän myös ruohonjuuritason vuoropuhelua eri kulttuurien ja toimijoiden välillä tärkeänä toiminnan osana.” (A)

“Parhaassa tapauksessa reilun kaupan järjestelmä voi luoda molemminpuolista solidaarisuutta, ymmärrystä varsin erilaisissa maailmoissa elävien ihmisten välille.” (D)

Swantzin mielestä todellista kehitystä olisi se, jos inhimilliset, sosiaaliset, henkiset ja kulttuuriset arvot olisivat kansainvälisen vaihdon sydämessä ja niillä olisi vaikutus molempiin vaihdon osapuoliin (Swantz 2009, 35), mikä lienee maailmankauppaliikkelläkin tausta-ajatuksena.

Maailmankaupoille tuotteiden alkuperän esiintuominen on helppoa, koska yhteydet tuottajiin ovat useimpien tuotteiden kohdalla melko suorat (välissä lähinnä maahantuova Maailmankauppa).

“Suhteet tuottajayhteisöihin ovat mahdollisimman avoimet: pystymme jäljittämään tuotteen, seuraamaan tuottajayhteisön tilannetta, palkan muutoksia jne.” (C).

“Kaikkien tuotteiden taustalla on valmistuspaikan, -menetelmien ja -olosuhteiden lisäksi raaka-aineet.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Maailmankauppojen liitto muistuttaa, että tekijän lisäksi tuotteiden taustalla on kokonainen raaka-aineiden tuotantoprosessi. Tuotteen alkuperän esiin tuominen on myös ajattele mattoman ja turhan kulutuksen vastaista kampanjointia. Mikäli kuluttaja olisi aidosti tietoinen, mitä hänen ostamiensa tuotteiden tuotannon taustalla on aina raaka-aineiden hankinnasta lähtien, saattaisi moni tavara jäädä kaupan hyllylle.

“Tuotteita, joilla on tarina.” (Reilun kaupan TÄHTI 2008)

Juuttiputiikin sivuilla on seitsemän käsityöläisen haastattelut, jotka tuovat alkuperä

tunnettu -ajattelua konkreettiselle tasolle. Esim. bangladeshilaisen Action Bag -reilun kaupan käsityöläisyhteisön työntekijä Joshnan kertoman mukaan:

“Mies vei häneltä rahaa ja joskus myös pahoinpiteli. Joshna teki rohkean ratkaisun, jätti miehensä ja muutti takaisin äitinsä luo. Tämän jälkeen hän pääsi Action Bagiin töihin, mikä on antanut hänelle mahdollisuuden tulla toimeen omalla työllään.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Maailmankauppojen toimintaa kehystetään narratiivin kautta. Potentiaalisissa kannattajissa halutaan tällä tarinalla herättää tunteita ja solidaarisuutta. Tunteet muuntavat kulttuuriset ideat (reilun kaupan) ja rakenteellisen epäoikeudenmukaisuuden (kehitysmaiden ihmisten, etenkin naisten huonon aseman) yksilötason toiminnaksi, joka voi johtaa kollektiiviseen toimintaan (Tarrow 2011, 153). Joshnan tarina siis kertoo, että reilun kaupan tuottajayhteisössä työskentely on mahdollistanut itsenäisen taloudellisen aseman naiselle, mikä Bangladeshissa ei ole helppo saavutus. Haastatteluissa tosin ei käydä kovin tarkasti tai eritellysti läpi sitä, mitä etua reilun kaupan tuottajayhteisössä työskentely kullekin haastateltavalle on tuonut. Tarkemmin työntekijöiden edut tulevat esiin esimerkiksi erillisissä tuottajayhteisöesittelyissä.

5. MAAILMANKAUPPOJEN REILU KAUPPA

Haastatellut toimijat kuvailivat Maailmankauppojen reilua kauppaa seuraavasti:

“Maailmankauppojen reilu kauppa on kokonaisvaltaista reiluutta, jossa eettisyys pyritään ottamaan kaikissa kohdin huomioon. [– –] Näen maailmankaupat etenkin täyspainoisen reiluuden sanansaattajina.” (A)

Maailmankaupat politikoivat kehystämällä itsensä erityisen reilun kaupan toimijoiksi. Samalla erottaudutaan Reilun kaupan merkkijärjestelmästä, joka ei ole aivan yhtä reilua kauppaa kuin Maailmankauppojen reilu kauppa. Virke implikoi, etteivät muut reilua kauppaa mainostavat tahot välttämättä olekaan “kokonaisvaltaisesti” tai “täyspainoisesti” reiluja. Se, mikä erottaa Maailmankaupat kaikista muista reilun kaupan toimijoista, joita näyttää tulevan esiin koko ajan lisää, on reiluuden kokonaisvaltaisuus. Maailmankaupat

eivät yritä huijata, puijata tai viherpestä vaan pyrkivät omien sanojensa mukaan aidosti olemaan kehitysmaiden heikko-osaisten työntekijöiden, maanviljelijöiden ja käsityöläisten puolella.

“Maailmankaupat ovat myös pienille reilun kaupan tuottajaryhmille toimiva joskaan ei välttämättä kovin tehokas tapa saada tuotteensa länsimaiden markkinoille.” (D)

Maailmankauppojen reilu kauppa tukee nimenomaan *pieniä* tuottajien yhteenliittymiä tarjoamalla näiden valmistamille tuotteille markkinoillepääsyn. Liike identifioi itsensä kehitysmaiden pientuottajien edustajana kaupan alalla. Liikkeet pyrkivät politisoimaan identiteettinsä (Tarrow 2011, 151), mikä vahvistaa niiden vaatimuksia.

Osa maailmankauppatoimijoista näkee Maailmankaupat osana kaikkea reilua kauppaa:

“[Maailmankauppojen reilu kauppa on – EM] tärkeä aatteellinen ja monipuolinen osa reilua kauppaa.” (B)

“En sanoisi, että maailmankauppojen reilu kauppa on ainoaa oikeaa reilua kauppaa. Mielestäni myös reilun kaupan merkkijärjestelmä edustaa reilua kauppaa. Myös näiden järjestelmien ulkopuolella on varmasti kauppaa, joka täyttää reilun kaupan kriteerit.” (D)

Vastaajat eivät ajattele, että Maailmankaupat olisivat ainoita, jotka harjoittavat oikeaa reilua kauppaa. He näkevät sovittelevasti Maailmankaupat osana muuta reilun kaupan liikettä eivätkä liioittele liikkeen merkitystä.

Eräs haastateltava tuo esiin myös, että:

“Emmehän esimerkiksi pystyisi tällä hetkellä vastaamaan kaikkeen kysyntään. Jos tavoitteena on, että kaikki kauppa on reilua, silloin tarvitaan esimerkiksi tuotemerkin tapaisia järjestelmiä.” (C)

“Maailmankauppalaisena puolustan kyllä koko sydämeistäni järjestelmäämme, mutta en pidä sitä sinänsä ainoana oikeana reiluutena. En pidä realistisena sitä, että kaikkea kauppaa voitaisiin käydä vain pienimuotoisesti ja erikoiskaupoissa (siis maailmankaupoissa).” (A)

Tässä tiedostetaan, että maailmankauppaliike on pieni toimija maailmankaupassa, eikä se

voi yksin muuttaa kaikkea kauppaa reiluksi.

“Määrällisesti Suomen maailmankaupat eivät vielä ole kovin suuria toimijoita...”

(D)

Kaikkein radikaaleimmat vastaajat sen sijaan korostivat nimenomaan omaa, Maailmankauppojen reilua kauppansa:

“Kysymykseen siitä, onko “oma” reiluutemme kuitenkin muita reilumpaa, vastaus on omasta mielestämme kyllä, suurelta osin. Tietysti, muuten kai pyrkisimme toimimaan muilla keinoin! Mutta kuten jo todettua, tämäkään ei tietysti tarkoita sitä että maailmankauppojenkaan reiluus olisi kaikilta osin ihan oikeasti reilua. Kompromisseihin ajaudumme itsekin koko ajan.” (E)

Toimijat pitävät toki omaa, valittua policyaan parhaimpana tässä tilanteessa, mutta ymmärtävät politiikantekemisen kompromissiluonteen. Poliitikassa joudumme aina tekemään päätöksemme huonojen vaihtoehtojen välillä. Vastaaja E:llä on sen verran poliittista arvostelukykyä, että hän kykenee näkemään ongelmia myös omassa toiminnassaan.

5.1. Inhimillisyyttä ja oikeudenmukaisuutta

Kaikki aineistoni Maailmankaupat kertovat verkkosivuillaan näkemyksensä reilusta kaupasta, sillä reilu kauppa on keskeisin osa Maailmankauppojen toimintaa ja perustelut reilun kaupan tärkeydestä ovat perinteisesti olleet samalla perusteluita Maailmankauppojen tärkeydelle. Seuraavaksi käymme siis läpi liikkeen policya. Maailmankauppojen reilun kaupan periaatteet kertovat, millaisia ratkaisuja ongelmiin esitetään ja miten konkreettisesti toimitaan asioiden ratkaisemiseksi. Keskeisin tema reilussa kaupassa vaikuttaisi aineistooni kuuluvien verkkosivujen perusteella olevan oikeudenmukaisuus. Sama tema toistuu myös haastatteluaineistossa.

“Reilun kaupan järjestelmän lähtökohtana on kansainvälisten sopimusten kuten YK:n ihmisoikeusjulistuksen ja kansainvälisen työjärjestön ILO:n sopimusten noudattaminen.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Samat säännöt, jotka rikkaissa teollisuusmaissa jo pitkälti toteutuvat, haluttaisiin saada voimaan myös kehitysmaiden köyhien kohdalla. Kyse ei ole mistään erityisestä idealismista, vaan perusoikeuksien toteutumisesta.

“Reilu kauppa on aloite, jonka tarkoituksena on saada kauppa ja tuotanto palvelemaan ihmisiä.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Taustalla on ilmeisesti ajatus siitä, että tällä hetkellä kauppa palvelee vain kasvottomia markkinavoimia. Lieneekin totta, että globaalisti tarkasteltuna kauppa ja tuotanto palvelevat kohtuullisen pientä eliittiä. Maailmankaupat haluavat vedota inhimillisyyden puolesta, jotta tuotantovoimat saataisiin palvelemaan ihmisiä. Tässä on kiteytyy kiistan vaatimus. Samalla, kun kiistassa esitetään vaatimuksia, määritellään myös omaa ryhmää, sen identiteettiä ja sitä, mitä *ei* olla (Tilly & Tarrow 2007, 72–73). Maailmankauppaliike määrittäyty liikkeenä, joka nostaa ihmiset ja heidän hyvinvointinsa – tasa-arvoisesti ja tasavertaisesti – tärkeämmäksi kuin yksityinen voitontavoittelu, johon markkinat perustuvat. Maailmankauppaliike sanoutuu irti näistä markkinoista, jotka eivät palvele ihmisiä vaan ainoastaan pääoman omistajia. Kaikkia ihmisiä tulee kunnioittaa kansallisuudesta huolimatta – tunnetaan globaalia solidaarisuutta, ja tämän halutaan näkyvän myös kansainvälisessä kaupassa:

“Reilu kauppa perustuu avoimuudelle, kumppanuudelle ja toisen osapuolen kunnioitukselle.”(Maailmankauppa Mango 2008).

Maailmankauppojen näkökulmasta inhimillisuus tarkoittaa oikeudenmukaisia työehtoja:

“Yksinkertaisuudessaan maailmankauppaliike pyrkii mielestäni ihmisarvoisuuteen työmarkkinoilla. Työn tekijän on elettävä palkallaan, eikä tuote sen takia voi valmistua työehtoja tai palkkoja polkemalla.” (A).

Useimmille suomalaisille itsestäänselvä asia eli se, että omalla työllään pitäisi olla mahdollista elättää itsensä ja perheensä, täytyy erikseen tuoda esiin. Kehitysmaiden arki on toisenlainen. Asiaa voi katsoa myös tästä näkökulmasta:

“[V]oiko olla oikein, että minä vaadin itselleni itsestäänselviä, oikeudenmukaisia työskentelyolosuhteita, palkkaa, ihmisoikeuksia täällä Suomessa, mutta en vaadikaan niitä enää ihmisille, joiden tekemiä tuotteita kulutan.” (C)

Liikkeet kehystävät toimintaansa ja tarkoitustaan yksinkertaistaen ja maailmaa

ymmärrettäväksi tehden (Tarrow 2011, 144), tässä tapauksessa kehitysmaiden ihmisten asemaa verrataan suomalaisten ihmisten asemaan. Virke kysyy, miksi emme vaatisi myös kehitysmaiden ihmisille samanlaista minimihyvinvoinnin tasoa, jota täällä vaadimme teollisuusmaiden “köyhille”, joiden köyhyys on aivan eri luokkaa kuin kehitysmaiden ihmisten kohtaama köyhyys? Maailmankaupat vastaavat, että kehitysmaiden asukkailla on aivan yhtäläinen oikeus hyvinvointiin kuin meillä täällä vauraassa Pohjoisessakin.

“Reilussa kaupassa tavaroiden tekijöille maksetaan oikeudenmukainen korvaus, taataan hyvät työolosuhteet sekä tuetaan tuottajien ympäristö- ja sosiaalisia hankkeita.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“Maksamasi hinta takaa kohtuullisen toimeentulon tuotteen tekijälle.”
(Maailmankauppojen liitto 2008)

Oikeudenmukaisuuteen kuuluvat olennaisena osana kohtuullinen korvaus työstä sekä inhimilliset työehdot. Tarkoituksena on maksaa mahdollisimman paljon – ei mahdollisimman vähän – tuottajalle, mutta samaan aikaan tarjota tuotteet markkinoille kilpailukykyiseen hintaan, tai edes hinnoilla, jotka kuluttajat hyväksyvät. Koska he tietävät että se, mitä he maksavat enemmän menee niille, jotka tarvitsevat. (Brown 1993, 163.) Tällä tavoin tuodaan esille tuotteisiin kätkeytyvää politiikkaa.

Samat periaatteet kuuluvat myös Maailmankauppojen liiton kriteereihin Maailmankaupoille:

“Hyvien työolosuhteiden luominen ja ylläpitäminen sekä oikeudenmukaisen hinnan maksaminen tuottajille ja muille kauppakumppaneille. Oikeudenmukainen hinta kattaa tuotantokustannukset, jotka takaavat kohtuullisen toimeentulon, ympäristön suojelun ja taloudellisen turvallisuuden.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Samalla selittyy hieman tarkemmin se, mitä oikeudenmukaisella korvauksella työstä tarkoitetaan. Toimeentulon lisäksi otetaan huomioon ympäristönsuojelu ja tulevaisuuden turvaaminen.

“Oikeudenmukaisten työehtojen ansiosta tuottajat saavat paremmat mahdollisuudet elää elämäänsä ja kasvattaa lapsensa arvokkaasti ja vapautua nälästä, sorrosta ja epäoikeudenmukaisuudesta.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Epäoikeudenmukaisuutta kehystetään kehittämällä uusi diagnoosi ja lääke olemassaolevalle kärsimykselle (Tarrow 2011, 145). Maailmankauppojen liiton verkkosivuilta lainattu virke diagnosoi, että kehitysmaiden köyhien ja tavanomaisen kaupan tuottajien arki on nälkää, sortoa ja epäoikeudenmukaisuutta. Lääkkeeksi tarjotaan reilun kaupan järjestelmää: oikeudenmukaiset työehdot pelastavat ihmiset näiltä ongelmilta, vapauttavat kärsimykseltä.

“Maailmankauppojen kriteereiden mukaisesti tuotteiden tekijöille taataan hyvät työolosuhteet ja palkka, jolla he pystyvät esim. kouluttamaan lapsensa. Työntekijöiden oikeuksia ja ihmisoikeuksia kunnioitetaan, lapsityövoimaa ei käytetä.” (Reilun kaupan TÄHTI 2008)

Reilun kaupan Tähtien sivuston kuvaus reilusta kaupasta katsoo asiaa toisesta näkökulmasta. Tähti ei tuo suoraan esiin niitä epäkohtia, joihin maailmankaupat puuttuvat, vaan kertoo ainoastaan positiivisesta näkökulmasta: mitä hyvää reilussa kaupassa on. Tähti ei tee myöskään selkeää erottautumista tavallisista kaupoista ja tavanomaisesta kaupankäynnistä, minkä useimmat muut aineiston Maailmankaupat kokivat tärkeäksi tuoda esiin. Tämä johtunee siitä, että Tähti on osakeyhtiömuotoinen yritys, joka toimii hieman eri logiikalla kuin yhdistyspohjaiset Maailmankaupat. Toiminnan aatteellista taustaa ei kenties osakeyhtiössä voi yhtä luontevasti tuoda esiin kuin yhdistyksessä. Poliitiikka ei ole kovin vahvasti esillä Tähtien verkkosivuilla, ei tuoda selkeästi esiin, mitä vastustetaan. Poliitiikka kun aina on vastustaa jotakin.

5.2. Vähäosaisten voimauttamista

Maailmankauppojen reilussa kaupassa tärkeänä pidetään sitä, että köyhien kehitysmaiden asukkaat pystyisivät elättämään itse itsensä, omalla työllään.

“Ajatus kehitysmaayhdistyksen perustamisesta syntyi halusta auttaa kehitysmaiden ihmisiä ansaitsemaan toimeentulonsa omalla työllään.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Käymällä kauppaa reiluun pelisääntöön tuottajille pyritään luomaan mahdollisuuksia tulla toimeen omillaan.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Näin esitellään Maailmankauppojen “lääkkeitä” kehitysmaiden vähäosaisten aseman

parantamiseen. Köyhiä ei haluta asettaa passiiviseen avunsaajan asemaan, johon kehitysavun on koettu perustuvan.

“En näe kestäväenä vaihtoehtona sitä, että kehitysmaiden asukkaille jatkuvasti annetaan heidän elämänsä ehdot ulkoapäin. Tämä voi tapahtua joko selkeän negatiivisessa mielessä, mutta myös positiivisesti, joten kyse ei siis ole yksinkertaisesta asiasta. Tuottajiemme on opittava kantamaan vastuutaan, ja heille on annettava mahdollisuus ottaa vastuunsa kannettavakseen. Lyhyesti sanottuna haluaisin siis nähdä kehitysmaiden ihmisten voimaantuvan sanan kaikkein laajimmassa ja positiivisimmassa merkityksessä.” (A)

Maailmankauppatoimijat toimivat sen puolesta, että kehitysmaiden ihmiset voisivat itse luoda oman elämänsä edellytykset ilman ulkopuolista apua tai ulkoasaneltuja ehtoja siitä, miten elää. Maailmankauppatoimijat haluaisivat nähdä:

“Etelän ihmisten suuren (marginalisoidun) enemmistön ja eri ruohonjuuritason paikallisyhteisöjen kyky hallita omia elämiään nykyistä paremmin...” (D).

Oman elämän hallinta on samalla valtaa päättää itse omista asioistaan. Systemi nähdään kestävämmäksi, kun vähäosaiset voimautuvat saadessaan ansaita toimeentulonsa omalla työllään. Näin päästäisiin irti kehitysavusta. Ihanteena vaikuttaisi olevan maailma, jossa jokainen voisi työtä tekemällä saada kohtuullisen toimeentulon, eikä ruoka-apuja yms. tarvittaisi muuta kuin erityisissä hätätapauksissa. Erityinen huomio on kiinnitetty naisten asemaan:

“Pidän erittäin tärkeänä naisten aseman parantamista ja naisten koulutusasteen kohottamista”. (D)

“St. Mary'sin käsityökeskuksen päämääränä on parantaa paikallisten, heikossa asemassa olevien naisten taloudellista ja yhteiskunnallista asemaa. Käsitöillään naiset voivat ansaita oman ja perheensä elannon, maksaa vuokran ja hankkia lapsilleen koulutusta. ” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

“Kehitysumaatuotteita valmistavat erilaiset kolmannen maailman yritykset, yhteisöt ja ryhmittymät, jotka pyrkivät omalla työllään parantamaan paikallisia elinolosuhteita.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Korostetaan, että kehitysmaiden tuottajat, käsityöläiset yms. eivät ole passiivisia avun vastaanottajia vaan aktiivisesti itse auttavat itseään. Ehkä jopa ajatellaan, että länsimainen kuluttaja suo heille paremman elämän, jos he siihen itse pyrkivät, omalla työllään. Ja tuota työtä heille riittää sen verran, kuin tuotteita teollisuusmaissa myydään.

Kehitysmaiden heikossa asemassa olevia voimautetaan myös koulutuksen avulla:

“San Juanin osuuskunta on opettanut monet jäsenensä lukemaan, laskemaan ja kirjoittamaan, sillä aikaisemmin tyttölasten koulunkäynti on ollut mahdotonta. Jäsenet ovat myös päässeet osallistumaan erilaisiin koulutustilaisuuksiin, joissa on käsitelty esim. järjestön ylläpitämistä ja naisten itsekunnioitusta.”

(Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Koulutus, joka kuului jokaiselle lapselle on heidän kohdallaan jäänyt guatemalalaisen reilun kaupan osuuskunnan tehtäväksi. Lukutaidon syrjäytymistä ja köyhyyttä ehkäisevää merkitystä tuskin tarvitsee perustella.

“Reilussa kaupassa maksettava oikeudenmukainen korvaus työstä ja vakaat kauppasuhteet tukevat kehitysmaiden ihmisten mahdollisuuksia elää omassa maassaan ja omasta työstään.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Mikäli kehitysmaiden köyhiä tuetaan elinmahdollisuuksiensa parantamisessa omassa maassaan, ei länsimaiden tarvitsisi tarjota esim. kehitysapua, eikä siirtolaisuusongelmiakaan kenties olisi niin paljon, kun ihmisillä ei olisi tarvetta paeta köyhyttä ja nälkää. Ratkaisemalla köyhyysongelman maailma ratkaisisi samalla monta muuta ongelmaa. Ja tästä päästäänkin länsimaisen ihmisen itsekkäiden ajattelutapojen äärelle: auttamalla kehitysmaiden ihmisiä nyt, autamme itseämme huomenna.

5.3. Vähäosaisimpien auttamista

“Reilun kaupan järjestelmä tarjoaa työtä ja toimeentuloa ensisijaisesti heikossa asemassa oleville pientuottajayhteisöille. Työn kautta tuottajayhteisöillä on mahdollisuus kohtentaa yhteisöissä elävien ihmisten elinolosuhteita.”

(Maailmankauppa Mango 2008)

Työ on siis avainkäsite sen ymmärtämiseen, kuinka heikossa asemassa oleva voi kohentaa elämänlaatuaan, tai miten häntä voi auttaa kohentamaan elämänlaatuaan pysyvämmiin. Maailmankauppojen reilussa kaupassa pyritään tarjoamaan työtä nimenomaan heikoimmassa asemassa oleville ryhmille kehitysmaissa:

“Tuottajat ovat yhteiskunnassaan kaikkein heikoimmassa asemassa. He ovat esimerkiksi leskiä ja eronneita naisia, vammaisia, pakolaisia ja kastittomia.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“...lisäksi maailmankauppojen tuottajat ovat useimmiten kaikkein köyhimmässä tai heikoimmassa asemassa olevia ryhmiä kuten naisia, vammaisia, leskiä.” (F)

“Tavoitteena oli parantaa erityisesti sisällissodan vuoksi leskeksi jääneiden naisten elinoloja kehittämällä käsityöläisten tulonsaantimahdollisuuksia.”

(Maailmankauppa Aamutähti 2008)

Näin kerrotaan Aamutähden kauppakumppanin, guatemalalaisen Aj Quen -käsityöläisosuuskunnan, perustamisesta. Leskeytyneet naiset olivat erityisen heikossa asemassa ja käsityöläisosuuskunta turvasi heille toimeentulon.

“Tuotteet ovat usein käsitöitä, joiden valmistaminen tukee kaikkein heikoimmassa asemassa olevia – esimerkiksi naisia, maattomia, kastittomia ja vammaisia.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Toiminta halutaan kohdistaa niihin, jotka ovat eniten avun tarpeessa. Virkkeet sisältävät samalla poliittisen kannanoton siihen, ketkä ovat heikoimmassa asemassa. Juuttiputiikin kauppakumppanit sijaitsevat Intiassa ja Bangladeshissa, siksi kastittomat on mainittu tässä erikseen. Samaan tapaan argumentoi Maailmankauppojen liitto:

“...edistää eri ihmisryhmien ja sukupuolten välistä tasa-arvoa tarjoamalla työtä omassa yhteiskunnassaan heikossa asemassa oleville, kuten eronneille naisille, leskille, vammaisille, kastitomille ja pakolaisille.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

“Maailmankaupassa myydään kehitysmaiden haavoittuvien ihmisryhmien (naiset, vammaiset, alkuperäiskansat) valmistamia käsitöitä.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Maailmankaupat siis haluavat köyhienkin joukosta auttaa nimenomaan kaikkein vähäosaisimpia. Yllä mainitut ihmisryhmät ovat “haavoittuvia” siinä mielessä, että he ovat globaalin markkinatalouskapitalismin armoilla, jolta heitä halutaan suojella. Reilulla kaupalla koetetaan luoda näille haavoittuville ihmisryhmille tasa-arvoisempaa asemaa. Vaikka toiminnalla pyritään tarjoamaan toimeentulomahdollisuus kaikkein huono-osaisimmille, ei tämän periaatteen toteuttaminen käytännössä liene täysin mahdollista, sillä tällaiset täysin syrjäytyneet ryhmät taitavat olla maailmankauppatoiminnan ulottumattomissa. Näistä heikossa asemassa olevista ihmisryhmistä tiedottaminen on osaltaan heidän asemansa politisoimista.

5.4. Demokratiaa ja koko yhteisön hyvinvointia

Maailmankauppojen reilun kaupan kriteereihin kuuluu, että:

“Kaikessa toiminnassa pyritään demokraattisuuteen ja läpinäkyvyyteen.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“Reilun kaupan järjestelmä tukee tuottajayhteisöjen itsenäisyyttä ja demokraattista päätöksentekoa yhteisöissä.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Tuottajayhteisöt päättävät itse, miten he käyttävät reilusta kaupasta saamansa lisätulon.”

Toiminnan ei haluta olevan holhousta tai suuntautuvan ylhäältä alaspäin ainakaan siinä mielessä, että länsimaiset reilun kaupan edustajat sanelisivat, miten kehitysmaiden työntekijöiden tulisi toimia. Swantz (2009, 29) esittää tärkeän huomion: “Valtioita, yhteisöä tms. ei voida kehittää ulkoapäin. Ne voivat ainoastaan kehittyä itse, sillä aito kehitys on ihmisten kasvua, muuttumista”.

Aamutähden verkkosivuilla kerrotaan tuottajaryhmien demokraattisesta päätöksenteosta eri käsityöläisosuuskunnissa:

“Jäsenet kokoontuvat kuukausittain keskustelemaan ja päättämään yhteisistä asioista. Kerran vuodessa jäsenet valitsevat keskuudestaan osuuskunnalle johtokunnan, puheenjohtaja taas valitaan aina kahdeksi vuodeksi kerrallaan.”

“Keskuksen naiset ovat järjestäytyneet omien kulttuuritaustojensa pohjalta

ryhmiin, joissa päätöksenteko tapahtuu.”

“Osuuskunnan ylin päättävä elin on yleiskokous, johon kuuluu edustajia kaikista jäsenryhmistä. Yleiskokouksen alaisina toimivat johtoryhmä sekä toiminnan toteuttamista käytännössä ohjaavat ryhmät.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011).

Kaikki osuuskuntien jäsenet pääsevät siis osallistumaan demokraattisesti yhteisistä asioista päättämiseen. Demokratia niin tuottajayhteisöjen sisällä kuin Etelän ja Pohjoisen välilläkin on Maailmankauppojen reilussa kaupassa tärkeä kriteeri.

“Kaupasta saatavat hyödyt käytetään koko yhteisön hyvinvoinnin lisäämiseksi.”

(Maailmankauppa Mango 2008)

Etenkin Maailmankauppojen reilussa kaupassa yhteisöllisyyttä korostetaan, ja painotetaan reilun kaupan merkitystä koko yhteisön hyvinvoinnille. Eli ei paranneta ainoastaan niiden henkilöiden elämänlaatua, jotka saavat työtä reilun kaupan järjestelmän piiristä vaan suora vaikutus elinolojen paranemiseen tapahtuu laajemmin, koko yhteisön tasolla.

“Osuuskunta [San Juan] perustettiin vuonna 1988 kaupungin naisten käsityöiden markkinointikanavaksi, jonka kautta käsityöläiset saivat tuotteistaan oikeudenmukaisen hinnan. Osuuskunta onkin parantanut perheiden toimeentuloa ja erityisesti naisten ja lasten tilannetta.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Jo pelkkä oikeudenmukainen hinta käsityöläisten tuotteista auttaa koko yhteisöä antamalla perheille toimeentulon. Perheitä tuetaan myös lasten koulutuksen avulla, kuten intialaisessa St. Mary'sin käsityöläisyhteisössä, tukemalla seuraavan sukupolven mahdollisuuksia parempaan toimeentuloon:

“Keskuksessa opetetaan naisille lukutaitoa, ja siellä toimii myös konekirjoituskoulu tytöille ja pojille.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Reilun kaupan lisäksi kustannettavat hankkeet tuottajayhteisöissä ovat kehitysyhteistyötä; niillä pyritään pysyvämpään muutokseen yhteisön jäsenten elämässä.

“...tuetaan tuottajien ympäristö- ja sosiaalisia hankkeita.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

5.5. Tuotteiden jalostusarvo alkuperämaahan

“Jalostusarvon jääminen tuottajamaihin on ensiarvoisen tärkeää, jotta vanha epätasapainoinen talouden rakenne saadaan purettua.” (A)

“Kulutushyödyke on tehty mahdollisimman pitkälle alkuperämaassa, jolloin hinnasta päätyy myös raaka-aineita isompi osa alkuperämaahan.” (C)

“Tavoitteena on, että tuotteet jalostetaan mahdollisimman pitkälle alkuperämaassa - näin työllistävä vaikutus on suurempi verrattuna pelkkien raaka-aineiden vientiin.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

“Maailmankaupat ja kehitysmaakaupat tuovat pääasiassa valmiita tuotteita, joiden jalostusarvo jää alkuperämaahan.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Erityisesti haastatteluaineistossa nousi selkeästi esiin Maailmankauppojen reilun kaupan kriteeri tuotteiden jalostusarvon jäämisestä alkuperämaahan, raaka-aineiden viljelymaahan. Useat kehitysmaat ovat siirtomaa-ajoista lähtien toimineet raaka-aineiden toimittajan asemassa vuosisatojen ajan, mitä käsitelimme kappaleessa 3.1. Kun tuotteet jalostetaan mahdollisimman pitkälle raaka-aineen viljelymaassa, jää tuotteen jalostuksen, pakkaamisen yms. työvaiheiden tuoma lisäarvo ja työllistävä vaikutus alkuperämaahan. Samalla puretaan vanhaa, kolonialistista rakennetta. Poliittinen toiminta hajottaa aina väistämättä jotain vanhaa rakentaessaan uutta.

Osin tästä syystä Maailmankaupat keskittyvät tuotevalikoimassaan pitkälti käsitöihin, jotka ovat yleensä pidemmän tuotantoprosessin tuloksia:

“Käsityötuotteissa kehitysmaihin jäävä jalostusarvo on korkea.” (Reilun kaupan TÄHTI 2008).

Käsityöt lisäävät arvoa paikallisille materiaaleille (esim. puuvilla, villa, juutti, bambu) ja mahdollistavat tuloja nimenomaan naisille. Käsityötuotanto ei myöskään häiritse ruoantuotantoa, kuten kehitysmaiden perinteisten vientiraaka-aineiden (kahvi, tee, banaanit, kaakao) tuotanto. (Brown 1993, 162.) Esimerkiksi guatemalalaisesta Aj Quen-käsityöläisyhteisöstä kerrotaan näin:

“Keskeistä Aj Quenin toiminnassa on lisäksi perinteisten käsityömallien ja -tekniikoiden ylläpitäminen.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011).

Aj Quen kuten monet muutkin Maailmankauppojen tuottajaryhmät pitävät yllä pitkiä käsityöperinteitä muokkaamalla vanhoista kuvioinneista ja kudonnoista länsimaiseen makuun ja käyttötarkoituksiin sopivia tuotteita. Brownin (Brown 1993, 162) mukaan käsitöiden kaupassa on se etu, että Etelän maissa on pitkälti vielä säilytetty kuvioinnin, värien ja muotoilun alkuperäisyys mm. kotona tehdyissä taloustuotteissa, mikä länsimaissa on menetetty tehdastuotannon myötä.

5.6. Välikäsien minimointia

“Tuotteiden valmistajien ja ostajien välissä olevia välikäsiä pyritään minimoimaan, jotta tuotteen hinnasta suurin osa menisi tuottajille.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

“Ostamme tuotteemme suoraan tuottajien omista järjestöistä ja muilta maahantuojilta, jotka noudattavat Maailmankauppojen liiton kriteerejä reilulle kaupalle.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

“Maailmankaupat pyrkivät käymään kauppaa oikeidenmukaisesti ja ostamaan tuotteet suoraan kehitysmaiden tuottajilta.”(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“[MK:jen reilu kauppa on – EM] pyrkimystä suoriin kontakteihin Etelän maiden toimijoiden kuten käsityöläisösuuskuntien kanssa. “ (E)

Todistellaan sitä, että Maailmankaupat eivät ns. “vedä välistä” enempää kuin on tarpeellista toiminnan ylläpitämiseen. Hyvin vähän siitä, mitä tavanomaisista tuotteista maksetaan, menee alkuperäiselle tuottajalle ja suuri syy siihen on huonon hinnan ja palkan lisäksi se, että niin moni kaupallistamisen ketjun vaihe on ulkomaisten yhtiöiden käsissä, joiden voitto siirtyy teollisuusmaihin (Brown 1993, 163). Turhien välikäsien välttäminen liittyy samaan toimintakulttuuriin, jossa ei tavoitella voittoa, toimitaan pitkälti vapaaehtoisvoimin ja tuodaan esiin vaihtoehtoisia kulutustapoja – tehdään eroa tavanomaiseen kauppaan ja erottaudutaan markkinatalouden peruskaavasta, jossa jokainen tuotannon ja kaupan väliporras koettaa maksimoida tuottavuutensa ja voittonsa. Tärkeimmäksi nousee kehitykseen tuottaja ja hänen yhteisönsä.

Esimerkiksi Maailmankauppa Juuttiputiikki kertoo välikäsien vältttämisestä näin:

“Juuttiputiikki hankkii tavaransa Ouluun suoraan Intiassa ja Bangladeshissa toimivilta reilun kaupan tuottajayhteisöiltä.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Itse maahantuontia harjoittavana Maailmankauppana Juuttiputiikin on helppo toteuttaa välikäsien välttämishannetta. Tässäkin ihanteessa kuvastuu se, miten tavanomaista kaupankäyntiä pidetään kaikin tavoin epäeettisenä ja siihen pitää tehdä selkeästi pesäeroa. Pyritään luomaan vaihtoehtoisia ratkaisuja, ja tekemään kaikki paremmin kuin tavanomaisessa kansainvälisessä kaupassa on tapana. Tavoitteena olisi tehdä kauppaa tasaveroisina kauppakumppaneina tuottajien, tukkujen ja vähittäiskaupan välillä, jolloin verkosto olisi avoin ja horisontaalinen enemmän kuin vertikaalinen (Brown 1993, 166). Tuottajayhteisöjen näkökulmaa välikäsien välttämiseen tuodaan esiin Aamutähden verkkosivuilla:

“Minka maksaa käsityöläisilleen mahdollisimman korkean hinnan käsitöistä, tarjoaa heille suorat yhteydet raaka-aineiden tuottajiin ja myy heidän tuotteitaan eteenpäin. Lisäksi Minka opettaa käsityöläisille kaupankäynnin sääntöjä, jotta he eivät olisi riippuvaisia välittäjistä”. (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Kaikenlaiset välittäjät edustavat Maailmankaupoille välistä vetäjiä, jotka hyötyvät röyhkeästi toisten työstä, vaikka välittäjillä ja tukuilla on toki oma tehtävänsä kansainvälisessä kaupassa. Välittäjät mahdollistavat monille pienille tuottajille tuotteiden pääsyn maailmanmarkkinoille.

5.7. Valvottua tuotantoa?

“Kaikkea toimintaa myös valvotaan säännöllisesti, jotta sovitut periaatteet toteutuisivat ja kuluttaja voisi luottaa tuotteiden reiluuteen.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Kuluttajille ei tokikaan riitä, että kerrotaan toiminnan olevan demokraattista ja oikeudenmukaista, vaan jotenkin on todistettava, että toiminta myös tuottajapuolella on sitä, mitä luvataan. Epäilijöille täytyy vakuuttaa, että reilu kauppa on todistetusti reilua.

“Maailmankaupat valvovat reilun kaupan periaatteiden toteutumista. Voit siis olla varma, että ostamalla reilun kaupan tuotteita edistät tuottajayhteisöjen ja niiden jäsenten taloudellista ja sosiaalista asemaa.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki)

2008)

“Yhdistyksemme hankkii tuottajista tietoa vieraillemalla heidän luonaan joka toinen vuosi.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“...teemme vierailuja tuottajamaihinkin varmistaaksemme olosuhteet siellä ja antaaksemme tietoa työntekijöistä tuotteiden takana myös suomalaisille kuluttajille.” (C)

Kovin vakuuttavaa ei todistelu toiminnan valvonnasta ole, jos vain mainitaan, että Maailmankaupat itse valvovat itseään. Ulkopuolisista valvojista ei mainita mitään, koska ulkopuolista valvontaa ei ole. Maailmankauppamallissa katsotaan Laineen (2007, 14) mukaan perinteisesti, että toiminnan reiluuden toteaminen perustuu luottamukseen. Tällainen malli perustuu pienimuotoisuuteen ja kaupankäyntitapoihin, joissa on mukana paljon henkilökohtaista kontaktia. (Laine 2007, 14.) Maailmankauppojen valvonta on perustunut henkilökohtaisiin, suoriin yhteyksiin tuottajiin. Tuottajayhteisöissä vierailaan henkilökohtaisesti ja pidetään säännöllisesti yhteyttä Suomesta käsin. Kyse onkin tällöin ennemminkin kauppakumppanuudesta kuin varsinaisesta valvonnasta. (ibid. 65.)

Maailmankauppa Mango kertoo valvonnasta kaikkein tarkimmin, mutta sekään ei mainitse, että ulkopuolisia valvojia käytettäisiin.

“Tuottajajärjestöjä valvotaan raporttien, kyselyjen, tilintarkastusten sekä järjestöihin tehtävien vierailukäyntien avulla.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Maailmankaupat näyttävät pitkälti luottavan siihen, että tällainen tieto valvonnasta riittää kuluttajille. Uskotaan molemminpuoliseen luottamukseen. Monet toimijat eivät tunnu edes pitävän valvonnan puuttumista ongelmana, luottamus järjestelmään on niin kova.

“[T]uskin järjestelmä ihan aukoton ja täydellinen on, mutta epäkohtien paljastuminen on minusta ollut vain muistutus siitä, että tällainen avoin järjestelmä korjaa itse itsensä.” (F)

Maailmankauppojen uskottavuuden kannalta olisi erittäin olennaista, että valvottaisiin tuotteiden alkuperän olevan sitä, mitä väitetään, koska tuotteiden alkuperää korostetaan niin paljon tiedotuksessa ja taustojen luvataan olevan kaikin puolin kunnossa. On

suorastaan nurinkurista, että reilun kaupan korostetaan olevan valvottua tuotantoa, mutta mitään todisteita valvonnasta ei ole olemassa. Beck (2000, 139-140) vaatisi eettisinä esiintyviltä kaupan toimijoilta ja eettistä tuotantoa mainostavilta merkeiltä ehdotonta luotettavuutta ja vastuunkantoa. Jos annettu informaatio osoittautuisikin virheelliseksi, tulisi siitä seurata taloudellinen sanktio (ibid., 140). Jos liike kertoo vain itse valvovansa itseään, ei kuluttaja voi tietää, miten väärinkäyttötapauksissa meneteltäisiin. Kuluttajat saattavat jäädä kaipaamaan tarkempaa tietoa tuotannon valvonnasta.

Valvonnan riittämättömyys on yleinen huoli monille liikkeessä toimiville itselleenkin. Valvonnan tehostamista tarvittaisiin myös Suomen Maailmankauppojen sisällä:

“Valvontaa on pakko lisätä esimerkiksi sen suhteen, mitä eri kaupat myyvät kaupoissaan...” (C).

Valvonnassa tiedostetaan olevan aukkoja. Etenkin kaupallistumista ja ammattimaistumista korostavat toimijat katsovat, ettei henkilökohtaisiin visiitteihin perustuvalla ns. valvontajärjestellä ole tulevaisuutta vaan tarvitaan ulkopuolisia tarkastajia (Laine 2007, 67). Osa maahantuovista Maailmankaupoista luottaa WFTO:n jäsenyyteen merkkinä valvotusta reiluudesta: valitettavasti tämäkin järjestelmä perustuu järjestön omien toimijoiden tekemiin tarkastusvierailuihin, eikä siis ole aidosti ulkopuolinen valvontajärjestelmä (ibid., 69).

“Voi myös pohtia onko Ifatin [nykyinen WFTO -EM] tai maahantuojien järjestämä valvonta kyllin tehokasta ja asiantuntevaa mahdollisten väärinkäytösten toteamiseksi.” (D)

Voitaisiin toivoa, että Reilun kaupan merkkijärjestelmä laajenisi kattamaan käsityöt, mutta toisaalta tämä tietäisi valtavasti lisää byrokratiaa eivätkä merkkijärjestelmän kriteerit vastaa Maailmankauppojen kriiteereitä. Suomen maailmankauppaliikkeellä ei kuitenkaan ole resursseja ulkopuolisen valvontajärjestelmän rakentamiselle tai ylläpitämiselle. WFTO on valmistelemassa omaa sertifiointijärjestelmäänsä liittyen koko organisaatioon, ei pelkkiin tuotteisiin. WFTO:n sertifikaatin saadakseen tulisi yrityksen tai organisaation kaikkien myymien tuotteiden olla reilua kauppaa. (Rosenthal 2011, 168.) Tämä saattaa ratkaista osan valvontakysymyksestä, mutta kuten todettua, järjestelmä perustuisi reilun kaupan järjestelmän sisäiseen valvontaan. Kyse on siis *luottamuksesta* asiakkaiden ja

maailmankauppatoimijoiden välillä.

5.8. Maailmankaupat vs. Reilun kaupan merkkijärjestelmä

“Reilun kaupan merkki on tuonut toiminnalle lisää näkyvyyttä viime vuosina. Maailmankauppoja tarvitaan edelleen tuomaan pienten käsityöläisryhmien tuotteita markkinoille.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Näin perustellaan Maailmankauppojen olemassaolo tilanteessa, jossa Reilun kaupan (RK) merkkituotteita saa tavanomaisista päivittäistavarakaupoista. Maailmankaupat ovat reilun kaupan erikoisliikkeitä, kuten ne itsensä identifioivat, minkä lisäksi ne keskittyvät erityisesti *pieniin* tuottajayhteisöihin. Kauppasuhteiden luominen ja ylläpitäminen pieniin käsityöläisosuuskuntiin ja perheviljelmiin, sekä niiden tuotteiden tuominen länsimaisille markkinoille on toimintaa, joka voidaan määritellä kehitysyhteistyön ja kaupankäynnin rajapinnalle. Joka tapauksessa merkkijärjestelmän myötä Maailmankauppojen on täytynyt perustella olemassaolonsa uudestaan ja identifioitua selkeämmin juuri kehitysmaiden pientuottajien auttajiksi. Perustelussa näkyy selkeästi poliittiselle toiminnalle ominainen konfliktisuhde eri toimijoiden kesken. Vaikka tavoitteet sinänsä olisivatkin samat, vallitsee konflikti siitä, millainen projekti ja *kenen* projekti toteutuu (Palonen 1979, 79).

“Reilun kaupan merkki on eräs näkyvä esimerkki Maailmankauppojen yhteistyön saavutuksista. Maailmankauppojen liitto käynnisti vuonna 1996 projektin merkittyjen tuotteiden tuottamiseksi suomalaisten päivittäistavarakauppojen hyllyille. Reilun kaupan edistämisyhdistys perustettiin vuonna 1998.”
(Maailmankauppojen liitto 2008)

Näin Maailmankauppojen liitto haluaa ottaa kunnian Reilun kaupan merkkijärjestelmän saamisesta Suomeen, minkä se kyllä taitaa ansaitakin, koska on todella laittanut koko projektin alulle yhdessä toisten järjestöjen ja organisaatioiden kanssa. Liikkeet muodostavat Tarrown (2011, 191) mukaan koalitioita, koska ne mahdollistavat eri organisaatioita yhdistämään resurssinsa muutoksen aikaansaamiseksi. Koalitio auttaa legitimitietin, kannattajien määrän ja vaikutusvallan nostamisessa (ibid.). Tällä muotoilulla maailmankauppaliike haluaa asettaa Reilun kaupan merkkijärjestelmän jollain tavalla

itselleen alisteiseen asemaan, ikään kuin oman toimintansa yhdeksi alaprojektiksi. Maailmankauppaliikkeen näkökulmasta Reilun kaupan merkkijärjestelmä on tavallaan yksi sivujuonne reilun kaupan edistämisen eri muotojen joukossa. Merkkijärjestelmä on keino helpottaa reilun kaupan tuotteiden pääsyä tavanomaisiin marketteihin. Se on luonnollinen jatkumo Maailmankauppojen tekemälle pioneerityölle oikeudenmukaisen kaupan perusteiden luomisessa kehitysmaiden ja teollisuusmaiden välille.

“Reilun kaupan merkillä varustetut tuotteet ovat pääsääntöisesti tyypillisiä Etelän maatalousvientituotteita, joita Pohjoiseen on perinteisesti tuotu raaka-aineina siirtomaa-ajosta lähtien. Näiden hyödykkeiden jalostamis- ja pakkaamiskapasiteetti alkuperämaissa on ollut toistaiseksi vähäistä. Niinpä valtaosan merkityistä tuotteistakin pakkaavat vielä kaupalliset yritykset Pohjoisessa.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Liitto kritisoi suoraan Reilun kaupan merkkijärjestelmää siitä, että se on jäänyt tavallaan puolitiehen. Järjestelmän piirissä kehitysmaiden tuottaja ei ole täysin tasavertaisessa asemassa rikkaan Pohjoisen tuottajiin verrattuna. Maailmankauppojen reilussa kaupassa tuotteiden jalostusaste sen sijaan on korkealla (ks. kpl 5.5). Maailmankaupat pyrkivät tasaveroisuuteen rikkaiden länsimaiden ja köyhien kehitysmaiden välillä, jottei mikään alue joutuisi enää ns. banaanivaltion asemaan. Tämän ei nähdä kuitenkaan täysin toteutuvan Reilun kaupan merkkijärjestelmän piirissä, jossa valtaosa tuotteiden arvosta kanavoituu prosessoinnin myötä teollisuusmaihin. Kehitysmaiden heikko asema maailmankaupassa johtuu pitkälti talousrakenteista (palaamme aiheeseen kappaleessa 6), kuten tullisäädöksistä ja raaka-aineiden hintojen heittelyistä. Jalostetuille tuotteille tullimaksut ovat korkeampia, joten Reilun kaupan merkkijärjestelmässä aivan kuin tavanomaisessakin kaupassa jalostus, kuten kahvin paahto ja jauhatus, tapahtuu teollisuusmaissa. Lisäksi esimerkiksi kahvin maailmanmarkkinahinnan suuret heittelyt saattavat syöstä myös Reilun kaupan viljelijöitä taloudellisiin vaikeuksiin.

Maailmankauppojen ja Reilun kaupan merkkijärjestelmän ero näkyy etenkin siinä, kuinka läheistä yhteyttä kauppa pitää tuottajiin. Reilun kaupan merkkijärjestelmän piirissä tuottaja ja myyjä eivät ole tekemisissä toistensa kanssa ja toiminta on hajautettu monelle eri

väliportaalle. Maailmankaupat taas ovat joko suoraan itse tai toisen, maahantuovan Maailmankaupan kautta, yhteydessä tuotteiden valmistajiin. Tavarankulkuun lisäksi kulkee Laineen (2007, 14) mukaan molempiin suuntiin tietoa, jolloin maailmankaupat tuovat fyysisesti kaukana sijaitsevat kaupan osapuolet henkisesti lähemmäs toisiaan. Maailmankaupat hallitsevat koko tuotantoketjua ja voivat valita toimintatapansa vapaasti (ibid., 14). Näin toteutuu turhien välikäsien välttäminen sekä Maailmankauppojen luottamukseen perustuva valvontajärjestelmä. Maailmankaupat eivät joudu toimimaan markkinatalouden sääntöjen mukaan siinä missä merkkijärjestelmä, jonka voidaan katsoa toisaalta toimivan kapitalistisen järjestelmän puitteissa ja toisaalta asettuvan ainoaksi varteenotettavaksi vaihtoehdoksi tuolle järjestelmälle. Reilun kaupan merkkijärjestelmän katsotaan edustavan kohtuullista markkinatalouden, sosiaalisen oikeudenmukaisuuden ja ympäristönsuojelun seosta. (Micheletti 2003, 94.)

Maailmankaupat tukevat käsityöperinteiden säilymistä kehitysmaissa (ks. kpl 5.5.) kun taas Reilun kaupan merkkituotteet keskittyvät suurina määrinä myytäviin "bulkkituotteisiin", joiden tuotanto on mietitty teollisuusmaista käsin (esim. jalkapallot). Maailmankauppojen harjoittaman reilun kaupan ero Reilun kaupan merkkituotteisiin tuleekin parhaiten esiin käsitöiden kaupassa. Maailmankauppojen tuotteet eivät ole pelkkiä vientituotteita vaan niistä useimmilla on paikallisiakin markkinoita, kun taas Reilun kaupan merkkituotteet ovat lähinnä vientituotteita. Laine (2007, 80) puolestaan katsoo, että Maailmankauppojen tuotteissa korostetun vanhojen kulttuuristen käsityötraditioiden, mallien ja värien ylläpitämisen voi nähdä myös paternalistisena. Laine tarkoittanee, että tuottajien ei anneta kehittää tuotteitaan ajanmukaisiksi ja heitä pidetään eksoottisten, mutta kenties huonosti myyvien etnotuotteiden valmistajina. Vasta-argumenttina voitaisiin esittää ainakin kulttuurisen monimuotoisuuden vaaliminen. Ei kai ole toivottavaa, että maapallolla olisi lopulta vain yksi, länsimaisen mallin mukainen tehdastuotantoon perustuva tyyli ja kulttuuri? Näin tuntuisi ainakin maailmankauppaliike ajattelevan, vaikka kehitysmaiden tuottajia tuetaankin tuotekehittelyssä.

“Maailmankaupat ja Reilun kaupan merkkijärjestelmä eivät kilpaile keskenään vaan täydentävät toisiaan.” (Maailmankauppa Juutti-putiikki 2008)

“Tarkoituksena on vaikuttaa vallitsevan, voittoa tavoittelevan kaupallisen järjestelmän sisäpuolella, ja tehdä kaikesta kaupasta vähitellen reilumpaa.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Maailmankauppojen verkkosivuilla liikkeen suhde Reilun kaupan merkkijärjestelmään on muotoiltu diplomaattisesti. Juuttiputiikin mielestä merkkijärjestelmä on esimerkkinä siitä, että Reilu kauppa on kannattavaa liiketoimintaa, ja siten näyttää muulle kaupan alalle, että kaikki kauppa voisi olla reilua kauppaa. Tämä onkin jollain tasolla osoittautunut toimivaksi ajattelutapojen muuttamisen strategiaksi, sillä monet suuretkin yhtiöt haluavat omat Reilun kaupan tuotteensa ja jatkuvasti kehitellään kaikenlaisia brändejä ja merkkijärjestelmiä, joilla vakuutellaan kuluttajalle, että tuote on eettisesti tai ekologisesti tuotettu. Maailmankauppojen liitto sen sijaan on toista mieltä merkkijärjestelmän muutosvoimasta:

“Vaikka Maailmankauppojen ja Reilun kaupan Merkin järjestelmät ja toimintaperiaatteet poikkeavat jonkin verran toisistaan, ne eivät kilpaile keskenään vaan täydentävät toisiaan. Merkki ei muuta kansainvälistä kauppajärjestelmää, mutta se on askel kohti Maailmankauppojen tavoitetta, reilua maailmankauppaa.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Liiton mukaan juuri Maailmankauppojen tavoitteena on koko kansainvälisen kauppajärjestelmän muuttaminen, mutta Reilun kaupan merkkijärjestelmällä ei tähän tavoitteeseen päästä. Rivien välistä voisi lukea, että liitto kokee merkkijärjestelmän kilpailijakseen, pelkää Maailmankauppojen jäävän RK merkkituotteiden varjoon, ja haluaa kritisoida järjestelmää siitä, etteivät sen keinot tai tavoitteet ole riittäviä, tarpeeksi radikaaleja. Kilpailevaa policya vastustetaan automaattisesti, jos omaa halutaan edistää, sillä eri ryhmien projektien suhteen vallitsee niukkuus: vain yksi projekti voi kerrallaan toteutua täydellisesti. Juuttiputiikin näkemys, että RK merkkijärjestelmän tavoitteena olisi tehdä kaikesta kaupasta reilua, on ristiriidassa liiton näkemyksen kanssa. Reilun kaupan merkkituotteita pidetään Maailmankauppojen reilun kaupan toimintaa täydentävänä järjestelmänä ja Maailmankauppojen Liitto osoittaa tukensa merkkijärjestelmälle olemalla merkkiä koordinoivan Reilun kaupan edistämisyhdistyksen jäsen. Lisäksi kannattaa huomata, että Maailmankaupoissa myydään runsaasti Reilun kaupan merkittyjä tuotteita: esimerkiksi elintarvikkeita ja jalkapalloja. Maailmankaupat tarjoavat myyntikanavan myös sellaisille merkkituotteille, joita ei tavallisista marketeista löydä.

Maailmankauppojen toimijakenttä ei siis ole täysin yhteneväinen suhteessaan merkkijärjestelmään, mikä näkyy verkkosivumateriaalissa erona Maailmankauppojen liiton ja esimerkiksi Juuttiputiikin välillä. Useat kaupat eivät tosin kerro nettisivuillaan suhteestaan merkkijärjestelmään. Selkeämmin maailmankauppaliikkeen näkemys merkkijärjestelmästä tulee esiin haastatteluaineistosta. Toimijoiden näkemykset eroavat toisistaan voimakkaasti.

Osa etenkin kaupallisemmin suuntautuneista toimijoista näkee merkkijärjestelmän lähinnä positiivisessa valossa ja ihmettelee siihen kohdistuvaa kritiikkiä:

“[O]n syntynyt vähän erikoinen kilpailutilanne, jossa merkkijärjestelmä nähdään välillä 'pahiksena'. Olen käytännössä nähnyt, että esimerkiksi merkkijärjestelmä on tuonut myös maailmankaupoille valtavasti uutta myynninvolyymiä. Ihmisten tietoisuus on kasvanut. On alettu puhua ammattimaiseen sävyyn todellisesta reilun kaupan vaihtoehdosta ihan tavallistenkin ihmisten kohdalla.” (C)

“En näe negatiivista suhtautumista merkkijärjestelmään (jota mielestäni on jonkin verran ollut ilmassa) millään tavalla rakentavana tai tarpeellisena.” (A).

Merkkijärjestelmä nähdään tervetulleena, koska se on tuonut lisää näkyvyyttä koko reilun kaupan liikkeelle, Maailmankaupat mukaanlukien. Kaupallisesti suuntautuneet toimijat näkevät merkkijärjestelmän myös ammattimaisempänä ja “tavallisia” ihmisiä houkuttelevampana kuin epämääräisemmät Maailmankaupat:

“Maailmankauppojen toiminta on varsin hidastempoista, monenkirjavaa ja vapaaehtoisuuteen pohjautuvaa. Minusta on ollut tervetullutta sellainen järjestelmä, jonka ihminen Ivalosta Hankoon voi tunnistaa tavallisen kaupan hyllyllä.” (C)

“On maailmankauppojen oma ongelma, jos me emme osaa rakentaa yhteisiä, toimivia tiedotuskampanjoita.” (A).

Kommentit heijastelevat kaupallisesti suuntautuneiden toimijoiden toivetta ammattimaisemmin ja tehokkaammin toimivista Maailmankaupoista, jotka voisivat menestyä kilpailussa kasvavilla eettisen kaupan markkinoilla. Käsittelemme aihetta lisää kappaleessa 8.2. Maailmankauppaliikkeen murros.

Positiivisena nähdään myös Reilun kaupan merkkijärjestelmän laajat mahdollisuudet.

“Se on tuonut reilun kaupan tuotteet yhä suuremman kuluttajaryhmän saataville eli tavallisiin kauppoihin, mikä on pelkästään hyvä asia.” (F)

“Reilun kaupan merkkikriteerit on suunnattu suuremmalle volyymille. Sikäli uskon, että sillä on myös todennäköisempi mahdollisuus muuttaa kaupan rakenteita yleisemmin.” (C)

“...merkkijärjestelmän etu on selkeissä kriteereissä, joita voidaan soveltaa eri maissa ja eri tuotteisiin, ja mahdollistaa näin reilun kaupan tuotteiden tuotannon hurja määrällinen lisääntyminen.” (D)

Myynnin määrät, selkeä tietoisuuden kasvu merkin lanseeraamisen jälkeen ja reilun kaupan siirtyminen koko kaupan alan näkökulmasta marginaalisista erikoisputiikeista kaikkien kuluttajien ulottuville puhuvat RK merkkijärjestelmän puolesta. Reilun kaupan merkkijärjestelmän kohdalla voidaan jo puhua institutionalisoitumisesta. Sen toiminnassa on vaikiintuneita, järjestäytyneitä ja laajasti tunnettuja rutiineja, yhteyksiä sekä organisaatio (RKEY), jotka tuottavat kollektiivista toimintaa (Tilly & Tarrow 2007, 124). RK edistämisyhdistys on esimerkki yhteiskunnallisen liikkeen tuottamasta instituutiosta. Institutionalisoituneille toimijoille on ominaista konventionaalinen toimintarepertoaari, professionalisaatio sekä integraatio hallinnon vakiintuneisiin järjestelmiin (ibid.,130). Reilun kaupan merkillä katsotaan olevan mahdollisuuksia laajempaan muutokseen maailmankaupan rakenteissa kuin mihin maailmankauppaliike pystyisi. Järjestelmän institutionalisoitumisella on hyviäkin puolia: se lisää valtaa ja toimijoiden määrää (Tarrow 2011, 127), mikä on näkynyt esimerkiksi merkkijärjestelmän tunnettuutena.

Merkkijärjestelmän piirissä maailmankauppatoimijoita huolestuttaa kuitenkin suuryhtiöiden rynnäköitys reilun kaupan markkinoille:

“Voi toisaalta kysyä, onko reilun kaupan merkin kriteereistä tehty liian keveitä, jos ne sopivat saumattomasti yhteen monikansallisen suurteollisuuden tarpeiden kanssa.” (D).

Institutionalisoituneille toimijoille onkin tyypillistä tavoitteiden – tässä tapauksessa reilun kaupan kriteerien – muuttaminen hillitymmiksi (Tilly & Tarrow 2007, 130).

Institutionalisoitumisesta seuraa usein sosiologien kohteen vaihdoksi kutsuma mekanismi, jossa liikkeen tavoitteet vaimennetaan maltillisemmiksi sekä kohtuullisemmiksi ja toimintamuodot muuttuvat konventionaalisemmiksi (Tarrow 2011, 115, 207). Professionaalistumisen ja eräällä tavalla myös hallintoon integroitumisen myötä tavoitteet lieventyvät, niistä katoaa radikaalius. Ei enää vaadita mahdottomia vaan tehdään yhä läheisempää yhteistyötä hallinnollisten elinten ja niiden tapaan käyttäytyvien tahojen kuten suuryhtiöiden kanssa. Poliittiselta toiminnalta vaaditaan tilanteentajua ja kompromissien tekoa. Tavoitteet suhteutetaan tilanteeseen ja korkeista ideaaleista luovutaan. Sertifikaatiojärjestelmien institutionalisoituminen voi Nygrenin (2009, 193) mielestä heikentää niiden mahdollisuutta tavoitella muutosta konventionaalisissa globaalien tuotannon ja kaupan verkostoissa. On riski, että reilun kaupan rooli markkinoiden haastajana pienenee, kun reilu kauppa operoi yhä enemmän valtavirtamarkkinoilla (ibid.).

“Näen kuitenkin selvän riskin merkkijärjestelmässä nimenomaan sen takia, että reilun kaupan merkin tietyille tuotteille voi saada periaatteessa mikä tahansa yhtiö. Tämä voi pitkällä aikavälillä nakertaa imagoa ja ymmärrystä reilusta kaupasta: reiluudesta voidaan tehdä vain leima tuotteiden tai brändin markkinointiin.” (A)

Pelätään, mitä suuryhtiöiden yksittäiset Reilun kaupan tuotteet tekevät koko reilun kaupan liikkeen uskottavuudelle. Kapitalistinen markkinakoneisto nielaisee taas yhden vaihtoehtoisen pienen liikkeen sisäänsä ja sulauttaa sen hiljalleen itseensä. Poliittisten toimijoiden tyyllinen profiloituminen ja erottautuminen muista toimijoista edellyttää Lappalaisen (2002, 155) mukaan usein myös uhkakuvien rakentamista. Näin voidaan ylläpitää jatkuvasti oman poliittisen leirin identiteetin rajausta ja tyylin omaleimaisuutta (ibid., 155). Tällainen oman tyylin korostus ja eron tekeminen muihin reilun kaupan toimijoihin näkyy selkeästi juuri tässä uhkakuvien näkemisessä Reilun kaupan merkkijärjestelmässä.

Ylikansalliset yhtiöt käyttävät useiden maailmankauppatoimijoiden mielestä yhä useammin Reilun kaupan merkkiä imagokampanjana, minkä nähdään uhkaavan koko Reilun kaupan ajatusta.

“[M]erkki myönnetään nimenomaan tuotteelle eikä yritykselle (vrt. Nestlèn

kahvimerkki Isossa- Britanniassa) vaikka yritys voi monesti olla elimellisesti ylläpitämässä niitä kurjia olosuhteita, joita yritetään reilulla kaupalla muuttaa. Toisin sanoen: yritys voi edelleen toimia etupäässä epäeettisesti ja hyötyä samalla eettisten tuotteiden buumista sekä viherpestä imagoaan.” (E).

“[O]ngelmia voi tulla eettisen kuluttamisen suosion kasvaessa ja kun tuotteiden ja tuotannon reiluudesta [– –] tulee (osin on jo tullut) monikansallisten jättifirmojen imagon kiillotuksen keino.” (F)

Suuryhtiöiden yksittäiset Reilun kaupan merkityt tuotteet ovat vastaus eettisen kaupan buumiin. Kun kiistelyn objektit kuten hallinnot tai tässä tapauksessa suuryhtiöt vastaavat protesteihin uudistuksilla, puhutaan fasilitaatiosta (Tarrow 2011, 209). Uudistukset harvoin kuitenkaan ovat aivan sellaisia kuin protestojat olisivat toivoneet, vaatimukset kun yleensä ovat sen verran radikaaleja (ibid.). Myös RK merkkijärjestelmää edustava Bowes näkee suuryhtiöiden Reilun kaupan merkityissä tuotteissa ongelmia: “Opportunistit menevät sieltä, mistä aita on matalin. Niiden tarkoitus on ainoastaan palvella osakkeenomistajien tarpeita eikä saada aikaan mitään kokonaisvaltaista muutosta globaaliin kauppaan.” (Bowes 2011, 12). Suuri osa RK merkkijärjestelmän piirissä työskentelevistä silti mitä ilmeisemmin hyväksyy nämä jättiläisten kädenojennukset reilulle kaupalle, koska yksittäisiä RK merkkituotteita on useillakin suuryhtiöillä.

Yhdysvalloissa on käynnissä keskustelu paikallisen maailmankauppaliikkeen¹² ja merkkijärjestelmän välillä siitä, mihin suuntaan reilun kaupan liikettä tulisi ohjata. Merkkijärjestelmän ehdottama yhtiökeskeinen strategia on vihastuttanut sekä sikäläisiä maailmankauppatoimijoita että joitakin viljelijöiden järjestöjä, jotka haluaisivat korkeammat esteet suuryhtiöiden mukaantulolle Reilun kaupan järjestelmään. Toimijat ovat pelänneet, että jos suuryhtiöiden annettaisiin tulla mukaan järjestelmään, ne murskaisivat Maailmankaupat ja niiden näkemykset poliittisesta ja yhteiskunnallisesta muutoksesta. (Rosenthal 2011, 164.) Merkkijärjestelmän reilu kauppa on toisenlaista kuin Maailmankauppojen, kriteerit ovat laveammat – Maailmankauppojen mielestä eivät tarpeeksi oikeudenmukaiset, tarpeeksi kestävää kehitystä tukevat. RK merkkikriteereillä ei maailmankauppaliikkeen mielestä saada todellista muutosta aikaiseksi.

12 Ten Thousand Villages -Maailmankauppaketju.

Useiden kommenttien perusteella vaikuttaisi siltä, että maailmankauppatoimijoiden asenteissa merkkijärjestelmää kohtaan on nähtävillä mekanismi, jota Tilly ja Tarrow (2007, 34) kutsuvat rajojen aktivoinniksi: korostetaan oman toiminnan rajoja suhteessa haastajiin ja kilpailijoihin. Poliittisten identiteettien muodostumisella on suuri merkitys, niistä tulee osallistujien kiihkeän kiistelyn aiheita (McAdam 2001, 55-56), mikä näkyy maailmankauppatoimijoiden selkeänä erottautumisena muusta reilun kaupan toiminnasta. Korostetaan omaa poliittisen ja kansalaistoimijan identiteettiä. Vaikka RK edistämisyhdistys on osaltaan maailmankauppaliikkeen arvokas yhteistyökumppani, on se monien maailmankauppatoimijoiden näkökulmasta myös kilpailija. Maailmankauppaliikkeen ja RK merkkijärjestelmän policyt myös eroavat toisistaan. Merkkijärjestelmää täytyy vähän kritisoida, muutoinhan hiljaisesti myönnettäisiin, ettei omalla toimintavalla ole tulevaisuutta. Jos ei toimita itse, jäädään kilpailijoiden toiminnan jalkoihin.

Epäkaupallisemmin ja kulutuskriittisemmin suuntautuneet toimijat tuovat esiin huolensa siitä, että RK merkki on osa kapitalistista järjestelmää:

“Lisäksi omat antipatianani kohdistuvat Reilun kaupan merkkijärjestelmän tapaan olla yhdenasianliike pahimmasta päästä: globaali kapitalismi, suuryhtiövalta, kulutuskulttuuri sinänsä eivät näy tässä järjestelmässä ongelmallisina, kunhan vain itsekin saamme jalkamme ovenrakoon. [– –] Reilun kaupan merkkijärjestelmä [– –] hyväksyy käytännössä kapitalistisen (maailman)talouden maailmankuvan melko täysin.” (E).

Maailmankauppaliike taas kapinoi kokonaisvaltaisen reiluutensa kautta kapitalistista markkinataloutta vastaan. Tai näin ainakin epäkaupallisesti suuntautuneet toimijat toivovat. Muut haastatellut eivät vastaavaa huolta esittäneet, joten voitaisiin päätellä, että kapitalismin ja kulutuskulttuurin vastustaminen ei ole erityisen tärkeää suurelle osalle liikkeen toimijoista tällä hetkellä. Liike on kuitenkin luonut konkreettisen vaihtoehdon kapitalistiselle maailmankaupalle toimien toisaalta osaltaan markkinatalouden lainalaisuuksien mukaisesti ja toisaalta taas niitä vastaan. RK merkkijärjestelmä sen sijaan toimii täysin kapitalistisen järjestelmän sisällä, mikä herättää vastustusta

kapitalismikriittisten, epäkaupallisten maailmankauppalaisten joukossa. Merkkijärjestelmä haluaa muuttaa epäoikeudenmukaista järjestelmää sisältäpäin ottaen avosylin vastaan suuryhtiöt ja jättimarketit, jos ne vain haluavat ottaa Reilun kaupan tuotteita valikoimiinsa.

Maailemankauppaliikkeen ja RK merkkijärjestelmää edistävän liikkeen ero on osittain sekä siinä, mitä rakenteita ne vastustavat, että siinä, millä keinoin muutosta tavoitellaan. Poliitiikan tavoitteena on aina olemassaolevien rakenteiden muuttaminen (Palonen 1979, 96). Kapitalismikriittiset maailmankauppatoimijat näkevät, etteivät markkinatalouden ja kapitalistisen järjestelmän rakenteet ole mitään luonnonprosesseja, joita ei voitaisi tarvittaessa muuttaa tai purkaa. Rakenteet ovat lopulta vain poliittisen toiminnan, ihmisten välisten konfliktien tuotteita nekin (ibid., 96). RK merkkijärjestelmä sen sijaan perustuu em. rakenteille. Merkkijärjestelmä haluaisi muuttaa lähinnä rakenteita, jotka ylläpitävät teollisuusmaiden ja kehitysmaiden välistä epätasa-arvoa kansainvälisessä kaupassa, ei purkaa koko kauppajärjestelmää juuriltaan. Erot toiminnan keinojen suhteen näkyvät siinä, miten RK merkkijärjestelmä levittää lonkeronsa epäoikeudenmukaisen kauppajärjestelmän sisälle kun taas maailmankauppaliike on pykännyt pystyyn omia liikkeitään, jotka näyttävät esimerkkiä järjestelmän ulkopuolelta siitä, että täysin toisinkin voidaan toimia kuin kaupan alalla yleensä.

Maailemankauppaliikkeen piirissä ollaan nyreissään myös siitä, että RKEY jättää tiedotuksessaan toistuvasti mainitsematta Maailemkauppojen tekemän työn reilun kaupan eteen. Reilun kaupan edistämisyhdistyksen internetsivuilla kerrotaan esimerkiksi Reilun kaupan järjestelmästä:

“Reilun kaupan edistämisyhdistyksen kaltainen kansallinen merkkijärjestys sijaitsee 19 maassa. Suomessa Reilun kaupan tuotteet tulivat myyntiin vuonna 1999.”.

(Reilun kaupan edistämisyhdistys ry 2011)

Samalla sivulla ei mainita sanallakaan siitä, että reilun kaupan tuotteita on myyty Suomessa – Maailemkaupoissa – jo parikymmentä vuotta ennen merkkituotteiden lanseeraamista. Närrään on siis aihetta:

“Väliin tosin unohtuu, [RK:n edistämisyhdistykseltä – EM] että Maailemkaupat ovat tehneet reilua kauppaa jo paljon aikaisemminkin.” (C)

“Tämän Reilun kaupan lanseeraaminen 1990-luvun lopulla tapahtui nimittäin sangen kyseenalaisin sanakääntein, täysin maailman- ja kehitysmaakauppojen pitkäaikaisen puurtamisen sivuuttaen. Eikä siitä itse asiassa ole kauan, kun Reilun kaupan merkkijärjestelmän yhdistykset julistivat, kuinka nyt saa myös reilun kaupan suklaata, tekstiilejä, sokeria... milloin mitään uutta ja ihmeellistä tuotetta, jota todellisuudessa oli tuotu maahan jo vuosikymmeniä ja jota ei ollut ollut saatavilla pelkästään maailmankaupoilla, vaan myös suurissa marketeissa.” (E)

Maailmankauppojen täytyy erikseen korostaa, että on olemassa muutakin reilua kauppaa kuin Reilun kaupan merkillä varustetut tuotteet. Haastateltavan mielestä Reilun kaupan merkkijärjestelmä on:

“...hyvä asia ainakin suomalaisten tietoisuuden lisäämisessä, mutta eivät ainoita oikeita reiluja tuotteita.” (G).

Maailmankauppojen näkökulmasta Reilun kaupan edistämisyhdistys ei ole edes yrittänyt luoda hyviä yhteistyösuhteita maailmankauppaliikkeeseen. Kenties merkkijärjestelmän näkökulmasta koko maailmankauppaliike on vähäpätöinen, sen tarkoituksena on ollut vain saattaa reilun kaupan prosessi alulle. Tällaisen johtopäätöksen voisi maailmankauppatoimijoiden näkemyksistä tehdä. Suhtautuminen RK merkkijärjestelmään on liikkeen sisällä osin ristiriitainen. Jokainen haastateltu kyllä löysi järjestelmästä jotain kritisoitavaa, muutoinhan Maailmankaupoilla ei olisi reilun kaupan liikkeessä erityistä, omaa tehtävää. Useimmat, etenkin kaupallisemmin suuntautuneet toimijat näkivät järjestelmässä suuria mahdollisuuksia, vaikka toisaalta pelättiin, että merkkijärjestelmä tekee liian tiivistä yhteistyötä esimerkiksi suuryhtiöiden kanssa ja on muutoinkin vaarassa sulautua täysin osaksi talouskasvuun perustuvaa markkinatalousjärjestelmää.

6. MOTIVAATIO TOIMINNALLE JA VAATIMUKSET KANSAINVÄLISELLE KAUPPAJÄRJESTELMÄLLE

Poliittinen toiminta on pyrkimystä muuttaa ihmisten mielipiteitä ja vetoamista niihin, joilla ei asiasta vielä ole mielipidettä (Palonen 2006, 128). Tässä kappaleessa tarkastellaan sitä, millaisin argumentein Maailmankauppaliike perustelee tarvetta reilun kaupan järjestelmän luomiselle ja sitä kautta pyrkii motivoimaan potentiaalisia kannattajia osallistumaan poliittiseen kuluttamiseen. Tämä motivointi tapahtuu kehystämisen kautta. Jotta poliittisesta kuluttamisesta tulisi kollektiivista, laajaa toimintaa, on yhteiskunnallisten liikkeiden kehystettävä asia onnistuneesti, hyväksytyin tiedon sisälle. Lupaus siitä, että yksilön ostoksilla “on vaikutusta” tulee vakuuttavaksi tehokkaiden kampanjoiden kautta ja toteutuu todennäköisemmin, jos motivaatiokehys poliittiselle kuluttamiselle hyväksytään. Onnistunut kehystäminen tekee todennäköisemmäksi sen, että uudet kuluttajat ottavat osaa poliittisen kuluttamisen liikkeeseen ja muuntavat toimintaansa siihen sopivaksi. (Holzer 2006, 411.)

6.1. Äärimmäinen köyhyys

Maailmankauppojen keskeisiin tavoitteisiin kuuluu siis köyhyyden vähentäminen reilun kaupan avulla. Toiminta saa syynsä tietyistä epäkohdista maailman tilanteessa, joista perimmäisin on köyhyys. Maailmankauppa Elimua ylläpitävä Rovaniemen kehitysmaayhdistys Elimu järjesti vuoden 2007 eduskuntavaalien alla vaalipaneelin “globaaleista haasteista”. Paneeli on osa yhdistyksen tiedotus- ja kampanjointityötä, ja sen tarpeellisuutta perusteltiin näin:

“Maailma, jossa yli puolet väestöstä elää köyhyyden takia ilman puhdasta vettä tai koulutusmahdollisuuksia, on sairas.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Tarrow (2011, 145) mukaan tilanne, jota vastaan taistellaan täytyy määritellä epäoikeudenmukaiseksi, näin liike kehystää epäoikeudenmukaisuutta. Maailmantilaa ei nähdä luonnollisena tai oikeudenmukaisena, vaan “sairaana”. Asiantila, eli köyhyys tulisi siis parantaa. Esimerkkeiksi köyhyyden ilmenemisestä on otettu puhtaan veden puute, jota

ilman on mahdoton pysyä terveenä sekä koulutusmahdollisuuksien puute, joka estää edistyksen ja itsenäisen omien elinolosuhteiden parantamisen. Näin pyritään motivoimaan länsimaisia kuluttajia huolestumaan kehitysmaiden köyhien ihmisten elämästä ja sitä kautta saamaan heidät reilun kaupan tukijoiksi.

Köyhyyden merkityksen ymmärtämiseksi kehitysmaiden köyhyydestä kärsivien yksilöiden tasolla tarvitaan Arendtin lainaamaa Kantin ajatusta “kyvystä ajatella kenen tahansa toisen näkökulmasta” (Arendt 2007, 168), mikä on tärkeää toimintaa ohjaavassa poliittisessa arvioinnissa. Maailmankauppojen näkökulmasta olisi tärkeää saada kansalaiset sisäistämään tieto siitä, mitä on elää äärimmäisen köyhyyden keskellä. Se, joka tämän tiedon omaksuu ja ymmärtää syvällisesti, tuskin voi olla toimimatta köyhyyden vähentämiseksi maailmassa. Kuten totesimme aiemmin, Beck (2000, 71) kuvaa tätä vastuun esiinnousemista ihmisessä globaalina vastuun ketjuksi. Ensimmäiseksi globaalia uhkaa tai ilmiötä (kuten köyhyys) vältetään, kunnes se joudutaan kohtaamaan, mistä seuraa inho. Lopulta inhosta seuraa halu tehdä jotain asian hyväksi eli pelastaa kehitysmaiden ihmiset köyhyydestä. (ibid., 71.) Kulutustutkijoiden näkemys aiheeseen on karua luettavaa poliittisen kuluttamisen edistäjille: kulutustutkimuksen vastaajat totesivat olevansa tyytymättömiä kaakaon viljelijöiden huonoihin palkkoihin, mutta he eivät silti olleet valmiita boikotoimaan tästä syystä epäeettisesti tuotettuja tuotteita. He eivät myöskään olleet valmiita maksamaan samasta tuotteesta edes 10-15 % enemmän, jos se olisi tuotettu sosiaalisesti vastuullisella tavalla (esim. reilun kaupan kriteerein). (Carrigan & Attila 2001, 568.) Onnistunut kehystäminen on siis äärimmäisen tärkeää, jotta kansalaisten asenteissa saadaan aikaan muutoksia.

Elimu jatkaa paneelin aiheen alustusta:

“Globalisaation myötä köyhyys on myös turvallisuusriski. Se ruokkii ympäristötuhoja, huumekauppaa sekä terrorismia ja epidemioiden leviämistä. Köyhyys voidaan kuitenkin poistaa.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Vedotaan globaalina myötätunnon lisäksi länsimaisen ihmisen omiin intresseihin uhkakuvia maalaillemalla, mikäli tieto siitä, että valtaosa maapallon ihmisistä kärsii köyhyydestä, ei riitä motivoimaan muutoksen puolesta toimimiseen. Michelettin mielestä poliittisen

kuluttamisen – kuten muunkin poliittisen toiminnan – taustalla on aina yksilön oma yksityinen intressi (Micheletti 2003, 22). Kenties länsimainen kuluttaja voi huolestua oman tai läheistensä terveyden, turvallisuuden ja tulevaisuuden puolesta sekä vakuuttua sitä kautta kansainvälisen kaupan epäoikeudenmukaisuudesta. Onneksi Elimu kuitenkin lupaa toiveikkaasti, että köyhyydestä on mahdollista päästä eroon - erikseen ei tosin luetella, millä keinoin. Voidaan otaksua, että keinovalikoima on Maailmankauppojen toiminnan ja tavoitteiden mukainen.

Maailmankauppa Mangon perustamisesta puolestaan kerrotaan:

“Reilu kaupankäynti nähtiin hyvänä keinona vähentää köyhyyttä.”

(Maailmankauppa Mango 2008).

Epäoikeudenmukaisuuden kehystämiseen kuuluu diagnoosin lisäksi lääkkeen kehittäminen olemassaolevalle kärsimykselle (Tarrow 2011, 145), tässä tapauksessa köyhyydelle. Lauseessa kiteytyy reilun kaupan perimmäinen tarkoitus. Reilu kauppa ei ole päämäärä itsessään vaan keino tähän tavoitteeseen – köyhyyden vähentämiseen – pääsemiseksi. Poliittisella toiminnalla on aina tavoitteita ja nuo tavoitteet ovat oikeastaan aina liikkeessä, koska joudumme suhteuttamaan toimintamme muiden ihmisten – joilla on myös omat tavoitteensa – toimintaan (Arendt 2007, 193). Keinot ja tavoitteet täytyy aina suhteuttaa kuhunkin hetkeen sopiviksi. Maailmankauppaliike on nähnyt sopivaksi keinoksi tavoitteeseensa eli köyhyyden vähentämiseen pääsemiseksi reilun kaupan järjestelmän luomisen.

Juuttiputiikki kertoo sivuillaan Reaching the unreached (RTU) -projektista maaseudun köyhien elämän parantamiseksi Etelä-Intiassa. Lukijalle kuvaillaan niin epämiellyttävä kuva vallitsevista olosuhteista, että motivaatiota toiminnalle muutoksen aikaansaamiseksi ei tarvitse ihmetellä.

“Alueen naisten asema on hyvin vaikea. Tiedetään tapauksia, joissa tämä on johtanut tyttölasten tappamiseen. Useimmat taloudet ovat erittäin köyhiä ja terveydenhuolto heikkoa. Tuberkuloosi, aliravitsemus ja lepra ovat vielä yleisiä.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Jotain on siis ilmiselvästi tehtävä:

“Tavoitteena on saada kylien asukkaat yhdistämään voimansa ja ajamaan omia asioitaan itse.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008).

Ei ole yksinkertainen tehtävä vakuuttaa normaalisti passiivisia ihmisiä siitä, että jatkuvasti meneillään olevia epäoikeudenmukaisuuksia voidaan haastaa (Tarrow 2011, 145). Rehellinen kuvaus kehitysmaiden arjesta on pyrkimys vakuuttaa suomalaiset ihmiset siitä, että tilanne voidaan haastaa. Pysyvään muutokseen pyritään voimauttamisen kautta. Maailmankauppojen perimmäinen motiivi ja toiminnan tarkoitus on kehitysmaiden heikoimmassa asemassa olevien ihmisten tukeminen, jotta he voisivat elättää itsensä ja perheensä omalla työllään. Elämme Beckin ja Beck-Gernsheimin (2002, 212) mukaan maailmassa, joka pyrkii yhdistämään individualisaatiota ja velvollisuuksia muita kohtaan, jopa globaalissa mittakaavassa. Maailmankaupat koettavat saada yhteyden tuohon ihmisten globaalien vastuun tunteeseen, velvollisuudentuntoon auttaa toisia globaalillakin tasolla, samalla omaa yksilöllisyyttään poliittisen kuluttamisen kautta toteuttaen. Arendtin (2007, 176) mukaan mitä enemmän maailmassa on kansoja, jotka ovat jonkinlaisessa suhteessa toisiinsa, sitä enemmän on maailmaa heidän ympärilleen muodostuvaksi – ja sitä suurempi ja rikkaampi maailmasta tulee. Mitä enemmän on näkökulmia, sitä avoimempi kukin kansa maailmalle on. Globaalien vastuun tunteen voitaisiin ajatella kumpuavan ihmisten moninaisuudesta ja yhteistoiminnasta koko maailman mittakaavassa.

6.2. Ongelmat maailmankauppajärjestelmässä

Syyt äärimmäiselle köyhyydelle maailmankauppaliike löytää epäoikeudenmukaiseksi koetusta maailman talousjärjestelmästä:

“Halu muuttaa järjestelmää lienee jollain tavalla kaiken takana, vaikkei sitä tulekaan pohtineeksi jokapäiväisessä arjessa. Poliittiset päätökset ja puhe tuntuvat usein turhauttavan tyhjältä: meidän aikanamme talous sanelee paljon. Demokraattinen tai oikeudenmukainen talous varmistaisi pitkällä aikavälillä tasapainoisemman ja rauhallisemman maailman. Järjestelmien on siis muututtava – tai ainakin muunnuttava.” (A).

Maailmankauppaliikkeen toiminnan taustalla on kokemus epädemokraattisesta ja epäoikeudenmukaisesta maailmankauppajärjestelmästä. Koetaan, että talous elää omaa,

poliittisesta päätöksenteosta irrallista elämäänsä, johon poliittinen järjestelmä on kykenemätön puuttumaan. Yhteiskunnallisille liikkeille ja kiistelystä politiikalle avautuu Tarrow (2011, 160) mielestä mahdollisuus, jos valtio on kykenemätön vastaamaan vallitsevan järjestelmän haastavien tahtoon koherentilla politiikalla. Maailmankauppaliikkeen ratkaisuna on konkreettinen vaihtoehto, esimerkin näyttäminen siitä, että toisenlainen tapa toimia on mahdollinen:

“Sen takia vaihtoehtojen luominen kaupankin piiriin on tärkeää.” (A).

Kun poliittinen järjestelmä ei vastaa muutosvaateisiin, siirrytään vaikuttamaan markkinoilla. Poliittista kuluttamista harjoittavatkin ne, jotka eivät odota kansallisten instituutioiden korjaavan ongelmiaan vaan jotka ovat muita taipuvaisempia uskomaan, että individualisoiduilla toimilla voidaan päästä poliittisten epäkohtien ratkaisemiseen (Stolle ym. 2005, 261). Poliittiselle toiminnalle on ominaista vahva suuntautuminen tulevaisuuteen, eteenpäin (Palonen 1979, 75). Poliitikassa tavoitellaan muutosta nykyhetkeen ja tähyilläään oman toiminnan kautta saavutettavaan parempaan tulevaisuuteen: “järjestelmien on muututtava”. Koetaan, että poliittisen järjestelmän kautta vaikuttaminen on liian vaikeaa ja hidasta, joten vaikutuskeinoksi on valittu kaupan alan muuttaminen sisältäpäin.

“Maailmankauppaa hallitsevat rikkaat länsimaat sekä suuryhtiöt.”

(Maailmankauppojen liitto 2008)

“Ylikansalliset yhtiöt hallitsevat yhä suurempaa osaa maailmankaupasta, kun samalla kaikkein köyhimpien maiden osuus kaupasta on viime vuosikymmeninä jatkuvasti laskenut.”

“Teollisuusmaat asettavat esteitä kehitysmaiden maatalous- ja tekstiilituotteiden tuonnille...” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Globalisaatio yhdessä valtion sääntelyä vähentävän politiikan kanssa on johtanut ylikansallisten yhtiöiden kasvaneeseen valtaan esimerkiksi globaalissa maataloustuotteiden kaupassa (Nygren 2009, 188). Syitä ylikansallisen kollektiivisen toiminnan nousuun löytävät myös Della Porta ja Tarrow (2005, 8) ylikansallisten yhtiöiden, kansainvälisten instituutioiden, kansainvälistä taloutta sääntelevien sopimusten sekä esimerkiksi WTO:n kasvavasta vallasta. Monet yhteiskunnalliset liikkeet näkevät nämä muutokset uhkina, joita

ne Della Portan ja Tarrowin mielestä ovatkin suurelle osalle maailman väestöstä (ibid.). Rikkaat teollisuusmaat sekä ylikansalliset yhtiöt ja talousjärjestöt nähdään maailmankauppaliikkeen piirissä syyllisinä kehitysmaiden köyhyyteen. Poliittikan objekteja ovat ihmisten toimintaa ohjaavat ja kontrolloivat yhteiskunnalliset rakenteet (Palonen 1979, 92–93), tässä tapauksessa kansainvälisen kaupan rakenteet, jotka maailmankauppaliikkeen mielestä ovat vääristäneet valtioiden välistä kilpailua markkinoilla aiheuttaen vaurauden keertymistä toisaalle ja köyhyyden toisaalle. Poliittinen toiminta pyrkii muuttamaan näitä rakenteita (ibid., 96).

Maailmankauppojen liitto löytää syyt epäoikeudenmukaisuutta uusintaviin rakenteisiin historiasta:

“Siirtomaa-ajan seurauksena monet kehitysmaat ovat riippuvaisia yhden tai muutaman raaka-aineen viennistä ja täten myös näiden raaka-aineiden maailmanmarkkinahinnoista. Useiden raaka-aineiden kauppa on vain muutamien suuryhtiöiden hallussa. Ne voivat säädellä hintoja mielensä mukaan, pörssikursseja seurailleen, ja tarvittaessa siirtää tuotantoa sinne, missä se on edullisinta.” (Maailmankauppojen liitto 2008).

“Köyhissä maissa työntekijät ovat usein riippuvaisia yhden raaka-aineen hinnasta maailmanmarkkinoilla. Esimerkiksi Ugandan vientituloista 75 % muodostuu kahvista. Kun maailmanmarkkinahinnat heilahtelevat, on yhteiskunnan kehittäminen mahdotonta.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Näin jatkuu epäoikeudenmukaisuuden kehystäminen, asiointi diagnosoidaan ongelmalliseksi ja korjausta vaativaksi. Maailmassa vallitsevien epäkohtien identifiointi on kognitiivista merkitysten luomista (Tarrow 2011, 152), merkitykset tukevat asian kehystämistä. Kehitysmaaliikkeen – johon maailmankauppaliikekin kuuluu – piirissä pidetään ongelmallisena Yhdysvaltojen ja EU:n kotimarkkinoita suojelevia rajoituksia ja niiden maksamia maataloutukia, jotka antavat selkeän edun omalle tuotannolle kansainvälisessä kilpailussa pitäen ruoan maailmanmarkkinahinnat alhaisina (Brown 1993, 81–82).

Maailmankauppojen liiton käsitys suuryhtiöiden toiminnasta on varsin karu. Yhtiöt

keinottelevat pörssikursseilla, siirtelevät tuotantoaan alhaisimpien palkkakustannusten alueille ja maksavat niin pieniä palkkoja kuin vain mahdollista.

“Hyvin tavanomaisesti kaikkein edullisimmat tuotteet päätyvät länsimaisen kuluttajan ostoskoriin ja osakkeita ostetaan ja myydään mahdollisimman suurten voittojen toivossa. Todellisuudessa edullisuudella ja suurilla voitoilla on varjopuolensa. Tuottajat joutuvat vallitsevassa kauppajärjestelmässä tarjomaan parasta mahdollisimman halvalla.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Näin selvennetään kehitysmaiden asemaa maailmankaupassa. Liiton mielestä asema on varsin alisteinen ja epätasa-arvoinen suhteessa rikkaisiin länsimaihin. Samalla selitetään se, miksi palkat pysyvät kehitysmaissa alhaisina.

Palmujoen (2009, 141) mukaan tämän hetken kauppasäännöistä ja kehitysmaiden asemasta maailmankaupassa vallitsee kaksi toisistaan vahvasti poikkeavaa käsitystä. Uusliberalistinen ja valtiokeskeinen lähestymistapa katsoo, että kehitysmaat hyötyvät yleisistä kaupan säännöistä ja kauppa on tarpeellista talouskasvulle, mitä taas pidetään köyhyyden poistamisen ehtona. Kauppasäännöt nähdään välineinä vapaaseen kansainväliseen kauppaan, joka hyödyttää globaaleja markkinavoimia. Minimivaltiosääntelyllä edistetään tämän näkemyksen mukaan taloudellisia voimia. (ibid.) Toinen yleinen näkemys kehitysmaiden asemasta on vastakkainen: tämän hetkiset kauppasäännöt ja kansainvälinen työnjako ovat epäreiluja kehitysmailla, koska kansainvälinen kauppa ei hyödytä mitenkään köyhiä. Kauppa voisi hyödyttää köyhiä maita, jos kaupan säännöt olisivat erilaiset. Palmujoen oma näkemys on, että kaupan säännöt uhkaavat eri kehitysmaita eri tavoin ja että kauppa lisää talouden kasvua, mutta tämä kasvu ei vähennä köyhyyttä. (Palmujoki 2009, 142, 148.) Palmujoen näkemys on lähellä maailmankauppaliikkeen mielipiteitä asiasta. Jotkut teollisuusmaat, jotka ovat olleet kaupan vapauttamisen innokkaimpia puolestapuhujia, ovat olleet toiminnassaan Stiglitzin ja Charltonin (2005, 12) mukaan jokseenkin kaksinaamaisia. Ne ovat neuvotelleet tariffien pienennyksistä ja tukien vähentämisestä itselleen sopivissa tuotteissa, mutta ovat olleet haluttomampia avaamaan omia markkinoitaan ja poistamaan omia tukiaan niiltä tuotteilta, joissa kehitysmailla olisi etu. Tämän seurauksena meillä on nyt kansainvälinen kauppajärjestelmä, joka on monin tavoin haitallinen kehittyville maille. (ibid., 13.)

Systeemin ongelmat kehitysmaiden kannalta selitetään myös yksilötasolla:

“Pienviljely ei useinkaan elätä, ja kun maaseudulta ei löydy muita elinmahdollisuuksia, köyhät joutuvat lähtemään työn perässä kaupunkiin. Tehtaissa huonot työolot, pitkät työpäivät, alhaiset palkat sekä lapsityövoima ovat monille kehitysmaiden ihmisille arkitodellisuutta, ja pahimmassa tapauksessa kaupunkiin ajautuneet ihmiset eivät löydä mitään työtä ja jäävät sosiaalisten turvaverkkojen puuttuessa täysin tyhjän päälle.”

“Työntekijät pysyvät köyhinä, työehdot voivat olla orjuuttavia ja ammatillinen järjestäytyminen mahdotonta.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008).

Motivaatiota toiminnalle perustellaan yleisesti tiedossa olevilla tosiasioilla kehitysmaiden työläisten elämästä. Kaikki Maailmankauppojen potentiaaliset asiakkaat eivät kehitysmaiden asioista välttämättä ole kovin tietoisia ja niitäkin, jotka nämä tosiasiat tiedostavat, on syytä muistuttaa vallitsevasta kurjuudesta tunteisiin vetoavalla tavalla. Beckin (2002, 168) mukaan politiikan tuleekin olla myös emotionaalista. Tehokkaat ratkaisut ovat toki tärkeitä, mutta niin ovat myös intohimot, kyky kuunnella, oikeus, intressit, luottamus ja konfliktit, joita Maailmankaupatkin tuovat tiedotuksessaan – kuluttajiin vedotessaan – esiin. Poliitikko kumpuaa esiin tunteista, vaikka olisi kuinka rationaalista tahansa: tunteet saavat ihmiset toimimaan. (ibid., 168.) Tarrown mukaan liikkeet refleктоivat ja muokkaavat tunteita kannattajia mobilisoidakseen. Tämä on liikkeille tyypillistä merkitysten luomista ja manipuloimista. (Tarrow 2011, 142–143.) Yksilöiden täytyy pystyä sitoutumaan emotionaalisesti liikkeen vaatimukseen, jos he aikovat ottaa osaa resursseja vievään kollektiiviseen toimintaan (ibid., 12). Tunteisiin vetoaminen on yhteiskunnallisille liikkeille tyypillinen tapa mobilisoida potentiaalisia kannattajia, jota maailmankauppaliikekin käyttää.

Kansainvälisen kaupan ongelmat alkavat jo koskettaa länsimaidenkin asukkaita, Maailmankauppojen liitto väittää:

“Globalisoituvassa maailmassa hinnat, palkat ja työntekijöiden edut lähestyvät toisiaan eri maissa. Työ voidaan siirtää sinne, missä se halvimmalla käy. Halvinta se on maissa missä ihmisoikeudet eivät toteudu. Kun huonot työehdot

hyväksytään muualla, se johtaa niiden huononemiseen myös meillä. Työn, työolojen ja palkkojen pitäminen Suomessa nykyisellä tasolla edellyttää kehitysmaiden työolojen ja työstä saatavan korvauksen parantamista. Reilu kauppa on siten omaa edunvalvontaamme.” (Maailmankauppojen liitto 2008).

Teksti on kenties aavistuksen tarkoitushakuista. Siitä paistaa läpi, että on yritetty perustella Maailmankaupoissa asioimisen tärkeyttä kaikista mahdollisista näkökulmista, ja tässä tapauksessa myös länsimaisen kuluttajan intresseistä ja ehkä jopa itsekkyydestä käsin. Tuodaan esiin yhteys kehitysmaiden huonojen palkkojen sekä työolojen ja länsimaista kehitysmaihin siirtyvän tuotannon välillä. Maksamalla tuotteista oikeidenmukaisen hinnan ja siten tuottajille oikeudenmukaisen palkan estämme samalla “omia” tehtaitamme ja tuotantolaitoksiamme siirtymästä kehitysmaihin, joissa ihmisten on otettava vastaan työtä kuinka surkealla palkalla tahansa. Samalla ajatuksella voidaan myös luoda tietynlaista solidaarisuutta teollisuusmaiden ja kehitysmaiden työntekijöiden välille. Suojellaan omia työpaikkojamme ja tuetaan samalla kehitysmaiden ihmisten hyvinvointia. Argentin taustalla on todellinen ongelma: Pohjoisessa menetetään työpaikkoja, kun yhtiöt siirtyvät pienempien palkkakustannusten maihin, joissa ammattiyhdistysliike on alistettu (Tilly & Tarrow 2007, 175). Lainaus edustaa Maailmankauppojen harjoittaman reilun kaupan tärkeyden perustelua ollen myös malliesimerkki Tarrow'n määrittelemästä, nykyisen yhteiskunnallisten liikkeiden harjoittamasta globaalista kehystämisestä, jossa kotimaiset kysymykset – tässä tapauksessa kotimainen työllisyys ja palkkataso – kehystetään laajemmin kuin näiden kysymysten voisi ajatella vaativan (Tarrow 2011, 235, 252). Näin pyritään saamaan sanomalle enemmän painoarvoa.

Nämä länsimaisen kuluttajan omiin intresseihin vetoavat perustelut reilulle kaupalle ovat varsin vakuuttavia ja siksi hyvä lisä pelkkään kehitysmaiden kurjuuden kuvailuun. Poliitiikan avaaminen yksityisille huolille uudistaa poliittista yhteisöä: ihmiset huomaavat, että heidän henkilökohtaiset huolensa ovat osa taistelua yhteisestä hyvästä (Micheletti 2003, 22). Mutta nämäkään argumentit eivät ole varsinaisesti perusteluja sille, mihin tarvitaan nimenomaan reilun kaupan erikoismyymälöitä. Ne ovat perusteluita reilun kaupan tärkeydelle ylipäänsä. Maailmankauppaliike ei ole tiedotuksessaan vielä siirtynyt perustelemaan nimenomaan omien kauppojensa merkitystä. Reilun kaupan

merkkijärjestelmä on ollut olemassa verraten lyhyen ajan, ja aiemmin perustelut omalle toiminnalle olivat perusteluja sille, mihin reilua kauppaa yleensä ottaen tarvitaan. Maailmankaupat olivat pitkään ainoita paikkoja, joista reilun kaupan tuotteita saattoi ostaa. Toisaalta Maailmankauppojen reilu kauppa eroaa Reilun kaupan merkkijärjestelmästä ja perustelut reilun kaupan tärkeydestä toimivat kyllä siksi. Maailmankaupat haluavat ensisijaisesti edistää omaa reilua kaappaansa, joka koetaan vielä reilummaksi kuin merkkijärjestelmän Reilu kauppa. Maailmankauppojen tarpeellisuutta ei kuitenkaan suoraan perustella kaikkien aineistoon kuuluvien Maailmankauppojen verkkosivustoilla, vaan perusteluiksi on otettu reilun kaupan merkityksen korostaminen. Samalla edistetään reilun kaupan tunnettuutta ja puolustetaan sen tärkeyttä laajemmaltikin, mikä on osa Maailmankauppojen tiedotustoimintaa. Toki etenkin Liitto perustelee monin tavoin sitä, miten ennen kaikkea Maailmankaupat edistävät kaikkein huono-osaisimpien pientuottajien asemaa kehitysmaissa.

Lopulta päästään uhkakuvien maalailuun:

“Äärimmäisen näköalaton köyhyys kehitysmaissa toimii kasvualustana yhteiskunnalliselle epävakaudelle, rikollisuudelle, ääriliikkeille ja väkivallalle, joka on globaalia ja rajoja tunnustamatonta ja vaikuttaa siksi myös meidän arkeemme esimerkiksi terrorismin ja huumekaupan kautta. Eri puolilla maailmaa elävien ihmisten turvallisuus ja hyvinvointi ovat kytkeytyneet toisiinsa.”

(Maailmankauppojen liitto 2008).

Yhteiskunnallisten ongelmien globaali kehystäminen jatkuu. Länsimainen kuluttaja voi siis torjua terrorismia ja kaduilla häärivää huumekauppaa ostamalla reilun kaupan tuotteita, näin vedotaan kuluttajien perusturvallisuudentunteeseen. Ajatuksessa on kenties oiottu hieman mutkia. Ajatellaan, että reilussa kaupassa toteutuvat oikeudenmukaiset maailmankaupan säännöt antaisivat kehitysmaille mahdollisuuden kehittyä niin, ettei ääriliikehännälle olisi tarvetta. Asettaako Maailmankauppojen liitto siis kuluttajan harteille niinkin suuren vastuun taakan kuin globaali turvallisuus? Asetetaanko valinta globaalin turvallisuuden ja kotimaassa pysyvien työpaikkojen sekä kehitysmaihin siirtyvien työpaikkojen, kansainvälisen terrorismin ja huumekaupan välillä todella yksittäisten kuluttajien harteille? Beckin & Beck-Gernsheimin (2002, 24) mielestä rakenteellisten,

laajojen yhteiskunnallisten ongelmien kaataminen yksilön vastuulle kertoo individualismin voimistumisesta. Yksilö on vastuussa globaaleistakin ongelmista. Voisi toki ajatella, että valtiontason politiikalla ja kansainvälisillä sopimuksilla olisi enemmän vaikutusta näihin suuriin kysymyksiin kuin yksittäisten ostajien valinnoilla. Mutta valtioon ei enää nykyään vedota kaikkien ongelmien ratkaisijana (Inglehart 1997, 306). Kuluttajiin vetoaminen onkin kenties merkki Maailmankauppaliikkeen laajasta politiikkakäsityksestä ja kansalaisyhteiskuntalähtöisyydestä sekä yhteiskunnallisille liikkeille tyypillisestä uskon menetyksestä poliittiseen järjestelmään (esim. Lappalaisen 2002, 13).

Kiistojen merkitseminen kehyksiin, jotka identifioivat epäoikeudenmukaisuutta, asettavat siitä vastuun jollekin tietylle taholle ja ehdottavat siihen ratkaisua, on yhteiskunnallisten liikkeiden keskeistä toimintaa (Tarrow 2011, 145). Edellä on kuvattu epäoikeudenmukaisuuden kehystämistä ja ratkaisuja siihen. Vastuunkantajakin on identifioitu:

“[Maailmankauppoja tarvitaan – EM] *globaalisti: muuttamaan kansainvälisen kaupan rakenteita, paikallisesti: tuomaan jokapäiväisissä valinnoissa vaihtoehtoja tavallisille kuluttajille.*” (F).

Maailmankauppojen näkökulmasta jokainen kuluttajakansalainen on potentiaalinen poliittinen osallistuja – potentiaalinen poliittinen kuluttaja, jolla on mahdollisuus omaan pieneen panokseensa konkreettisen muutoksen aikaansaamiseksi kehitysmaiden köyhyyden vähentämisessä. Kaiken poliittisen vaikuttamisen ei tarvitse kulkea institutionaalisen poliittisen järjestelmän kautta vaan poliittisesti voidaan vaikuttaa myös suoraan ja nykyisin helposti jopa markkinoiden kautta. Positiivista on, että poliittinen toiminta ymmärretään laajasti, ja siihen sisällytetään myös ostopäätökset, mutta kaiken yksilötason poliittisen vaikuttamisen redusoiminen kulutukseen vaikuttaa asian yksinkertaistamiselta.

7. POLITISOITU MAAILMANKAUPPA

7.1. Kuluttajan oikeudet ja vastuut

“Yhdistys korostaa vastuullista kuluttamista ja kestäväää kehitystä.”

(Maailmankauppa Mango 2008)

Kuluttajalla nähdään olevan vastuu ostamansa tuotteen tuotantotavasta. Perinteiseen kapitalistiseen markkinatalousmalliin ja uusliberalistiseen ajatteluun tämä ei saumattomasti sovi, mutta viimeisen 10 vuoden aikana yhä vahvemmin esiinnoisseisiin eettisen tai poliittisen kuluttamisen ajatuksiin sitäkin paremmin. Poliittisen kuluttamisen ajatukseen sisältyy vaatimus poliittisen harkinnan käytöstä ja arvostelukyvystä: asioiden uudelleenajattelusta, ideologioiden ja vanhojen kaavojen hylkäämisestä päätöksentekoa kahlitsevina rajoitteina.

“Kansainvälisten suurten toimijoiden ollessa kyvyttömiä ottamaan vastuuta työntekijöiden oloista se lankeaa meille kuluttajille.” (A)

Haastateltava A on sitä mieltä, että koska suuryhtiöt, kauppajärjestöt yms. suuret toimijat eivät ota vastuuta, täytyy kuluttajien ottaa vastuu ostamistaan tuotteista ja sitä kautta vaikuttaa työntekijöiden olohin globaalisti. Lainaten Tarrow (2011, 145) teoriaa, voitaisiin ajatella, että tässä kiista on merkitty kehykseen, jossa vastuu epäoikeudenmukaisesta tilanteesta asetetaan kansainväliselle kauppajärjestelmälle, mutta maailmankauppaliike katsoo, että muutos saadaan aikaan kuluttajien kautta. Stollen ym. mukaan kansalaiset pelkäävät, että valtionhallinto ei joko ymmärrä tai pysty kontrolloimaan uusia epävarmuuksia ja riskejä, jotka vallitsevat tämänpäivän yhteiskunnassa. He etsivät uusia ideoita, areenoja ja metodeja, joilla työstää näitä ongelmia. He päättävät ottaa itse vastuun sen sijaan, että delegoisivat sen politiikan ammatinharjoittajille. (Stolle ym. 2005, 251.) Tilly & Tarrow (2007, 6-7) määrittelevät kiistelyn politiikaksi vain tapaukset, joissa vaatimukset esitetään jollekin hallinnolliselle taholle. Tässä maailmankauppaliike poliittisten kuluttajaliikkeiden tapaan pyrkii mobilisoimaan kuluttajakansalaisia poliittisiksi kuluttajiksi, reilua kauppaa vaativiksi kuluttaja-aktivisteiksi. Poliittinen muutosvaatimus

kohdistuu silti lopulta yhtiöiden, kansainvälisten kaupan järjestöjen sekä valtioiden toimintaan. Kuluttajien vastuuta penäävät useimmat haastatellut toimijat.

“Kyllä kuluttajankin täytyy olla kiinnostunut tuotantotavoista ja vaatia niistä tietoa. Jos hän vaatii myymälään reiluja tuotteita, hän niitä tulee mitä todennäköisimmin saamaan. Tai jos ei saa, hän voi äänestää jaloillaan.” (C)

“...kuluttajan tulee vaatia sosiaalisesti ja ekologisesti kestävää tuotantoa.” (F)

Toisaalta monet haastatellut maailmankauppatoimijat haluavat huomioda, että kuluttajien lisäksi vastuuta tuotanto-olosuhteista pitäisi ottaa muidenkin tahojen, kaikki vastuu ei tokikaan ole kuluttajalla.

“Joillakin on toki enemmän valtaa ja sitä kautta vastuuta kuin toisilla.” (E)

“Mielestäni vastuuta voi olla vain siinä mitassa kuin on valtaakin.” (D)

“Vastuu tuotantotavoista on mielestäni kaikilla tuotanto – kulutus -ketjun osasilla.

Kaikkien tahojen WTO:sta kuluttajaan on tunnettava tuotannon realiteetteja.” (A)

Ottaen huomioon kansainvälisten instituutioiden kasvavan roolin kaupan hallinnassa, aktivistit ovat keskittäneet huomionsa WTO:hon, Maailmanpankkiin ja IMF:ään. Erona kansalliseen politiikkaan, maailmanpolitiikassa ei ole pysyvää kiistan polttopistettä kuten valtionhallinto. (Tilly & Tarrow 2007, 178.) Vastuuta pitäisi ottaa sitä enemmän, mitä enemmän toimijalla on valtaa. Poliittisen kuluttamisen hieman nurinkurinen malli on se, että kuluttaja, jolla on hyvin vähän valtaa, kantaa vastuun koko tuotantoketjun puolesta. Yritykset taipuvat kansalaisten vaateisiin vasta, kun ne näkyvät myynneissä. Kiista kehitysmaiden asemasta maailmankaupassa näkyy ostoksina tehtyinä vaatimuksina. Poliittisessa kulutuksessa perinteinen yhteiskunnallisten liikkeiden toiminta on korvautunut ostoksien kautta vaikuttamiseksi, vaikka toki muitakin vaikuttamisen muotoja voi poliittiseen kuluttamiseen yhdistää. Vaatimukset esitetään lopulta hallinnollisille tahoille, kuten kiistelyn politiikassa yleensä (ibid., 5-7), kuluttajakansalaisten kautta kanavoituina. Yhteiskunnallisten liikkeiden näkökulmasta poliittiset kuluttajat “lainaavat” ostovoimaansa niille mahdollistaakseen riittävän vaikutusvallan (Holzer 2006, 412).

“Kun ostat Reilun kaupan tuotteen, voit olla varma, ettei kukaan joudu kärsimään vuoksesi.” (Maailmankauppa Elimu 2008)

Syylästävä sävy vetoaa niin myötätuntoon kehitysmaiden köyhiä maanviljelijöitä ja käsityöläisiä kohtaan kuin myös länsimaisen kuluttajan itsekkyyteen. Kuluttajan ei tarvitse potea huonoa omaatuntoa, mikäli hän valitsee reilun kaupan tuotteen:

“Annamme mahdollisuuden kuluttaa 'puhtaalla omallatunnolla'...” (C).

Lause on kirjoitettu suoraan lukijaa puhuttelevasti, sinuttelevasti, jolloin tulee esiin selkeämmin se, että juuri *sinä* olet syyllinen, jos ostat tavanomaisesti tuotetun tuotteen, jonka vuoksi joku joutuu kärsimään. Näin epäsuorasti ilmaistaan, että kuluttaja tosiaan on vastuussa ostamiensa tuotteiden tuotannosta ja vaikutuksista. Reilun kaupan tuotteen ostamalla kuluttaja ostaa omantuntonsa puhtaaksi syyllisyydentunnosta. Poliittisten kuluttajajärjestöjen – jollaiseksi maailmankauppaliikekin tavallaan voitaisiin lukea – pääinspiraatio on yleisestikin kansalaisyhteiskunnassa ja kuluttajien omassatunnossa (Micheletti 2003, 107). Huono omatunto, syyllisyyden tunne ja sen poistaminen reilua kauppaa suosimalla voi olla se oma intressi, josta poliittinen osallistuminen ostopäätösten muodossa kumpuaa. Nimittäin Michelettin (ibid., 21-22) mukaan poliittisessa toiminnassa on aina taustalla oma intressi. Kyse on myös kuluttajan oikeudesta tietää tuotteen alkuperä, mikä Maailmankaupoissa onnistuu esimerkillisesti.

Myös kuluttajan oikeuksiin vedotaan:

“Kuluttajan kannalta maailmankaupan heikkouksia ovat mm. pitkät tuotantoketjut, jolloin keinottelijat ja rahtaajat vievät itselleen ison osan valmiin tuotteen hinnasta, sekä kuluttajan vaikeus saada selville tuotteen alkuperä.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008).

Eli Maailmankauppojen pyrkimys turhien välikäsien välttämiseen tuotantoketjussa sekä alkuperän esiin tuominen tuotteen yhteydessä ovat myös kuluttajien oikeuksien kannalta tärkeitä asioita. Kuluttajien omaan intressiin vetoamistakin tarvitaan. Kuten todettua, passiivisia ihmisiä ei ole helppo vakuuttaa siitä, että epäoikeudenmukaisuudet voidaan haastaa (Tarrow 2011, 145). Tarvitaan monipuolista motivointia.

“Kehitysmaiden pientuottajien lisäksi myös länsimaiset kuluttajat hyötyvät reilusta kaupasta. Vaikka reilun kaupan tuotteet saattavat olla muita vastaavia kalliimpia, niiden taustat ovat kunnossa ja alkuperä tunnettu.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

“Ostajien oikeuksia edistetään valvomalla kriteerien täyttymistä ja tiedottamalla maailmankaupan epäkohdista.”

“Kilpailun keskittyminen muutamien harvojen ylikansallisten yhtiöiden käsiin voi myös heikentää kuluttajan todellisia vaihtoehtoja valita.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Monet yhteiskuntatieteilijät ovat Holzerin (2006, 405) mukaan sitä mieltä, että kuluttajien niin kutsuttu vapaus valita ei ole vapautta ollenkaan. Kuluttajien kun on tyydyttävä tuottajien ja kaupan valintoihin. Kuluttajan valta valita rajoittuu valintaan tarjolla olevien vaihtoehtojen välillä. (ibid.) Juuttiputiikki haluaakin vastata ongelmalliseen tilanteeseen tiedottamalla vaihtoehtoisista kulutustavoista. Maailmankauppojen olemassaolo sinänsä on jo vastalause liialliselle kilpailun keskittymiselle sillä nehan tuovat lisää vaihtoehtoja kuluttajalle valita kaupan alalla. Juuttiputiikki korostaa monessa kohdin sivustoaan kuluttajan oikeuksia ja haluaa tarjota tälle vaihtoehtoja. Velvollisuuksia tai vastuita ei Juuttiputiikki ostajalle aseta, toisin kuin jotkut muut Maailmankaupat. Juuttiputiikki näkee ongelmia ylikansallisten yhtiöiden ja rikkaiden länsimaiden toiminnassa, muttei länsimaisten kuluttajien ostokäyttäytymisessä. Heille halutaan vain tarjota vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia.

Maailmankaupat siis haluavat tarjota kuluttajalle eettisen vaihtoehdon tavallisille kaupoille. Ne tarjoavat kuluttajalle tiedot tuotteiden taustoista ja takaavat, että tuotteet ovat valvotusti oikeudenmukaisesti tuotettuja. Toisaalta taas osalla aineiston nettisivustoista kuluttajalle asetettiin ennemminkin vastuita ostamiensa tuotteiden tuotannon suhteen, kuin oikeuksia tietää tuotteen alkuperästä. Jos kuluttajalla on vastuu ostovalinnoistaan, täytyy kuluttamisella olla myös vaikutuksia.

7.2. Kuluttajan valta

“Kulutustottumuksilla voi vaikuttaa maailman ihmisten hyvinvointiin. Tule mukaan tekemään reilua kauppaa!”

“Ostamalla oikeudenmukaisesti tuotettuja tuotteita tavallisetkin ihmiset voisivat

vaikuttaa maailman asioihin.” (Maailmankauppa Mango 2008)

Mango esittää asian positiivisesta näkökulmasta. Ei puhuta velvollisuudesta tai vastuusta vaan mahdollisuudesta. Reilu kauppa nähdään selkeästi poliittisena toimintana, jolla voi vaikuttaa laajemmaltikin, ja johon voi osallistua kuka tahansa ostosvalinnoillaan. Tämä on poliittisen kuluttamisen perusajatus: että ostopäätöksillä on vaikutusta yksittäistä ostotapahtumaa laajemmin ja kulutusvalinnoilla voi vaikuttaa, edistää konkreettista muutosta parempaan kehitysmaiden köyhien pientuottajien elämässä. Valtaa saa ainakin vähän, jos valtaa tavoittelee. Poliittinen kuluttaminen on esimerkki poliittisesta toiminnasta, jonka kautta kansalaiset kiertävät perinteiset poliittisen osallistumisen kanavat puhutellakseen markkinoita ja yhtiöitä suoraan (Stolle ym. 2005, 251). Toisaalta poliittinen kuluttaja usein kanavoi valtansa yhteiskunnallisten liikkeiden läpi. Holzer (2006, 405) kutsuu roolimobilisaatioksi mekanismia, jonka kautta liikkeet muuntavat kannattajiensa roolin poliittisten tavoitteidensa “voimansiirtolinjoiksi” ja signaloivat tuottajille kuluttajien preferensseistä.

Poliittinen kuluttaminen on “alapoliittinen” mahdollisuus jokaiselle, jolla on lompakossaan edes jonkin verran rahaa. Kun valtioiden koetaan olevan kyvyttömiä kontrolloimaan talouden globalisaation tuottamia ongelmia, rohkaisee alapoliittikka kuluttajia poliittiseen osallistumiseen kansalaisyhteiskunnassa ja markkinoilla. Ihmiset, jotka on suljettu suuryhtiöiden ja valtioiden hallitusten kokousten ulkopuolelle, voivat helposti vaikuttaa kulutusvalintojensa kautta poliittisesti. Varsinaiseksi poliittiseksi toiminnaksi en silti pelkkää reilun kaupan kahvipaketin ostamista Maailmankaupasta kutsuisi vaan poliittiseksi osallistumiseksi Maailmankauppojen harjoittamaan poliittiseen toimintaan. Poliittisin perustein kahvipakettinsa Maailmankaupasta valitseva kuluttaja harjoittaa myös poliittista arviointia ostopäätöstä tehdessään.

Maailmankauppojen liitto ja Juuttiputiikki korostavat ostopäätösten välittömiä vaikutuksia.

“Ostamalla reilun kaupan tuotteita Maailmankaupoista vaikutat välittömästi ihmisten hyvinvointiin.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

“Maailmankaupat valvovat reilun kaupan periaatteiden toteutumista. Voit siis olla varma, että ostamalla reilun kaupan tuotteita edistät tuottajayhteisöjen ja niiden

jäsenten taloudellista ja sosiaalista asemaa.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Vaatimukset on tässä esitetty suoraan kuluttajille. Halutaan korostaa, että ostosvalinnoilla ylipäänsä on vaikutuksia ja että ihmiset näkevät yhteyden kulutuspäätöstensä ja kehitysmaiden ihmisten elämän välillä. Tällainen ajattelu sisältää myös omat ongelmansa, jos lähtökohtana on, että raha ratkaisee kaikki ongelmat, ja rahalla kuluttajankin on helpointa vaikuttaa positiivisesti kehitysmaiden ihmisten elämään.

Stollen ym. mukaan yksi useimmin esitetty argumentti poliittisen kuluttamisen demokraattista potentiaalia vastaan on, että se voidaan nähdä elitistisenä. Siihen osallistumiseksi tarvitaan rahaa ja yleinen sääntö tuntuu olevan, että ”poliittisesti korrektit” tuotteet ovat aina kalliimpia. Tästä päätellen voitaisiin väittää, että poliittinen kuluttaminen on vain varakkaiden ulottuvilla. (Stolle ym. 2005, 258.) Micheletti (2003, 22) miettii, että jos politiikka olisi vain yleistä, yksilöstä itsestään riippumatonta etua ajavaa toimintaa, olisi vain valikoidulla eliitillä mahdollisuus toimia poliittisesti. Köyhä tai muutoin heikossa asemassa oleva ei välttämättä voi ottaa toiminnassaan huomioon muuta kuin omat intressinsä ja ajaa omaa etuaan. Niin kauan kuin yksilö joutuu keskittymään perustarpeidensa ylläpitoon on epätodennäköistä että hänellä olisi energiaa huolehtia kaukaisemmista asioista (Inglehart 1977, 57). Maailmankaupat ovatkin globaalisti ajateltuna pienen etuoikeutetun eliitin paikkoja auttaa kehitysmaiden köyhimpiä.

Stollen ym. (2005, 260) opiskelijoiden¹³ kulutustottumuksia koskevassa tutkimuksessa perheen tulot korreloivatkin negatiivisesti poliittisen kuluttamisen kanssa. Eli mitä varakkaampia opiskelijan vanhemmat olivat, sitä pienemmällä todennäköisyydellä opiskelija osallistui poliittiseen kuluttamiseen. Kirjoittajat vetävätkin tutkimuksensa perusteella sen johtopäätöksen, ettei poliittinen kuluttaminen välttämättä ole elitistinen osallistumisen muoto. (ibid.) Yhdysvaltalaisen kyselytutkimuksen (Shah ym. 2007, 231) mukaan taas tuloilla ei ollut juurikaan vaikutusta poliittiseen kuluttamiseen.

13 Tutkimus koski 1015 kanadalaista, belgialaista ja ruotsalaista opiskelijaa. Tutkimuksessa selvitettiin, onko poliittinen kuluttaminen käyttäytymismalli, jota voidaan mitata ja tutkia tarkoituksenmukaisesti. Kirjoittajien mielestä poliittinen kuluttaminen kannattaisi liittää poliittista osallistumista koskeviin tutkimuksiin. (Stolle ym. 2005, 245.)

Kyselytutkimus ei välttämättä ole luotettavin tapa tutkia tulojen vaikutusta poliittiseen kulutukseen, mutta saattaa antaa jotain osviittaa siitä, ettei ongelma ole niin suuri kuin voisi kuvitella.

“Jos kuluttamisen eettisyys on sidottu kulutuskapasiteettiin, miten arvotamme heitä, joilla ei yksinkertaisesti ole varaa olla 'eettisiä'?” (E)

Kenties voitaisiin tarkastella asiaa siitä näkökulmasta, että reilu kauppa on keski- ja hyvätuloisten velvollisuus ja vähävaraiset tukevat sitä mahdollisuuksiensa mukaan. Teollisuusmaiden köyhillä ei olisi samanlaista velvoitetta hoitaa kehitysmaiden köyhyysongelmaa. Vastuu yhdistyisi tässä valtaan: sillä, jolla on enemmän rahaa ja siten kuluttajavaltaa, olisi myös enemmän vastuuta. Jollei kyse ole varsinaisesta köyhyydestä, voi länsimainen vähävaraisempikin kansalainen toimia poliittisena kuluttajana.

Brown (1993, 190) huomauttaa, että reilun kaupan täytyisi olla reilua niille, jotka ovat kaikkein huonoimmassa asemassa, sekä kehitys- että teollisuusmaissa, olivat he sitten tuottajia tai kuluttajia. Brown tarkoittaa tässä, että kuluttajien täytyy saada tietää ostamiensa tuotteiden alkuperä ja tuotanto-olosuhteet ja toisaalta, että myös teollisuusmaiden vähäosaisten pitäisi voida ostaa hyvällä omalla tunnolla oikeudenmukaisin ehdoin tuotettuja tuotteita. Tässä saattaa olla ratkaisematon dilemma reilussa kaupassa: se perustuu rikkaan Pohjoisen hyväosaisten kansalaisten halukkuuteen tukea kehitysmaiden pientuottajia. Huono-osaisimmilla teollisuusmaiden asukkailla ei ole mahdollisuutta vaikuttaa reilun kaupan kautta tai ainakin se vaatisi heiltä suurempia uhrauksia kuin muilta kuluttajilta. Varakkaat voivat hoitaa globaalin vastuunsa osallistumalla kätevästi poliittiseen kuluttamiseen kun taas vähävaraisemmat joutuvat oikeisiin aktivisti- ja vapaaehtoistöihin, jos haluavat jotenkin taistella kehitysmaiden köyhyyttä ja maailmankaupan epäreiluja rakenteita vastaan.

Markkinaintoilijat uskovat, että kuluttajalla on lopullinen valta markkinoilla, koska hän voi valita tai jättää valitsematta sen, mitä on tarjolla. Hänellä on mahdollisuus valita tuotteet niin kauan kuin hänellä on varaa maksaa niistä. Kuluttajien valta markkinataloudessa perustuu useimpien kuluttajien todelliseen kapasiteettiin valita vaihtoehdoista maun ja hinnan mukaan. Mutta jos markkinat ovat muutamien suuryhtiöiden hallitsemat, rajoittaa

se automaattisesti kuluttajan mahdollisuutta valita ja käyttää valtaa. (Brown 1993, 74.) Maailmankaupat näyttäytyvät tässä mielessä todellisena vaihtoehtoina markettien ylikansallisille merkkituotteille. Maailmankaupat tuovat kuluttajan ulottuville vaihtoehdon ja kuluttaja voi käyttää valtaansa, tosin vain kukkaronsa sisällön verran.

Ongelmaan siitä, että kaikille teollisuusmaiden kansalaisille ei ole taloudellisesti mahdollista tukea reilua kauppaa ehdottaa Brown rahoitustukea valtiolta. Kansalaisyhteiskunnalla on Brownin mielestä suuri merkitys vaihtoehtoisen maailmankauppasysteemin luomisessa. Jossain vaiheessa tässä kehityksessä järjestöt tarvitsisivat rahoitustukea hallitusvallalta verotuksen ja kauppasäädösten suhteen. Tällainen finanssi- ja poliittinen tuki tekisi mahdolliseksi laajentaa reilun kaupan toimintaa, edistää sen toimintamahdollisuuksia ja leviämistä kansainvälisen kaupan kuriositeetista valtavirraksi. Näin vastattaisiin Brownin mielestä myös sellaisten kuluttajien tarpeisiin, joilla ei ole varaa maksaa ylimääräistä korkeammin hinnoitelluista tuotteista. (Brown 1993, 189.) Tämä on lohdullinen näkökulma reilun kaupan hieman elitistiseen leimaan, joka on syntynyt siitä, että voidakseen vähentää kehitysmaiden köyhyyttä, pitäisi olla varaa maksaa enemmän tuotteista. Kiinnostusta keventää eettisin periaattein tuotettujen tuotteiden verotusta toki on, mutta toistaiseksi tällainen poliittinen tuki on vain toiveajattelua. Voisi kuitenkin olettaa, että laajetessaan ja yleistyessään reilun kaupan tuotteiden hinnatkin laskevat. Näin tuskin silti tapahtuu Maailmankaupoissa, jotka pieninä erikoisliikkeinä eivät voi kilpailla hinnoissa supermarketeille.

8. MAAILMANKAUPPALIIKKEEN NYKYTILA

8.1. Maailmankauppaliike yhteiskunnallisena liikkeenä

Läpi tutkielman maailmankauppatoimintaa on käsitelty maailmankauppaliikkeenä. Lienee syytä selvittää hieman, mitä yhteiskunnallisella liikkeellä yleensä tarkoitetaan ja vastaako maailmankauppatoiminta teoreettista liikkeen määritelmää. 1970-luvulla ja sen jälkeen toimintansa aloittaneet liikkeet määritellään yleensä uusiksi yhteiskunnallisiksi liikkeiksi erotuksena vanhoista liikkeistä kuten työväenliike, toisinaan käytetään nimitystä

vaihtoehtoliike (esim. Ilmonen ja Siisiäinen (toim.) 1998). Tällaista erotusta uusiin ja vanhoihin lienee turha tehdä, sillä vanhatkin liikkeet alkuaikoinaan toimivat samalla dynamiikalla kuin uudet. Puhumme siis vain yleisesti yhteiskunnallisista liikkeistä. Halinen (2002, 28-29, 88) puolestaan katsoo, että maailmankauppaliike on vaihtoehtoliike. Vaihtoehtoliikkeeseen kuuluu talouskasvun ja kulutuksen kritiikki, joka maailmankauppatoiminnassa on korostunut etenkin liikkeen alkuaikoina (ibid.). Vaihtoehtoliikkeen nimitys voisi olla osuva siinäkin mielessä, että Maailmankaupat korostavat tiedotusmateriaalissaan olevansa vaihtoehto. Toisaalta, eivätkö kaikki liikkeet ole vaihtoehtoisia joko toisilleen tai esitä vaihtoehtoa johonkin kysymykseen vallitsevassa järjestelmässä? Pysyttäydyn yleisemmässä yhteiskunnallisen liikkeen määritelmässä, jonka katson maailmankauppaliikettä kuvaavan. Liikkeen ominaisuuksia pohdin kiistelyn politiikkaan perustuvan liiketeorian avulla.

Tillyn ja Tarrow (2007, 8, 109) mukaan yhteiskunnalliset liikkeet ovat ensinnäkin jatkuvia vaatimuksenteon kampanjoita. Kampanja yhdistää kiistan kolme osapuolta: vaatijat, objektit vaatimuksille sekä yleisön, vaatimusten objektin ollessa yleensä jokin auktoriteetti (ibid., 119). Maailmankauppaliikkeen kampanja on reilun kaupan edistäminen ja käytännön toteutus sekä esimerkiksi vaatimukset kansainvälisen kaupan rakenteiden muuttamiseksi. Vaatimusten objekteina maailmankauppaliikkeellä ovat yhtäläillä auktoriteetit, joita on edellä käsitelty sekä kansalaiset, kuluttajat – heille esitetään vaatimus vastuullisesta kuluttamisesta. Toiminta on jatkuvaa, vaikka toimijoita onkin koko ajan vähemmän. Toiseksi liikkeiden toimintaan kuuluu tyypillisesti sellaisia julkisia toimintoja kuten mielenosoituksia, yhdistysten perustamista, julkisia tapaamisia, julkisia lausuntoja, vetoamuksia ja lobbaamista (ibid., 8, 109, 120). Liikkeelle luonteenomaisin toimintamuoto on siis kollektiivinen haaste, koska liikkeiltä puuttuvat sellaiset pysyvät resurssit kuin raha, pääsy valtionhallintoon yms. Kiista näyttäytyy tästä näkökulmasta mahdollisena “resurssina”. (Tarrow 2011, 9-10.) Maailmankauppaliike ei toimintamuodoiltaan ole keskimääräinen yhteiskunnallinen liike, mutta kollektiiviseen haasteeseen sekin perustuu. Maailmankauppatoiminnassa keskeisiä ovat etenkin liikkeen perusteet kuten organisaatiot, verkostot ja osallistujat, kun taas kampanjat eivät ole kovin näkyviä, vaikka niitäkin toki on: vaatimusten esittäminen on jatkuvaa kampanjaa (Tilly & Tarrow 2007, 114) ja haastetta

(Tarrow 2011, 10). Liikkeen piirissä on myös perustettu lukuisia yhdistyksiä ja julkisia lausuntoja annettu eri medioissa sekä tuotu kiistan aiheita esille erilaisissa tapahtumissa. Toimijoiden mobilisaatiossa on McAdamin ym. (2001, 47) mukaan joko luotava itse organisatorinen väline tai käytettävä jo olemassaolevaa ja muunnettava se kiistan välineeksi. Maailmankauppaliike Suomessa on mobilisoitunut nimenomaan organisaatioiden eli tässä tapauksessa yhdistysten perustamisen kautta, eli se on luonut oman organisatorisen välineensä.

Liikkeet myös osoittavat toistuvasti julkisesti omaa merkityksellisyyttään, yhteenkuuluvuuttaan sekä toimijoiden määrää ja sitoutumista (Tilly & Tarrow 2007, 114) – mikä maailmankauppaliikkeen kohdalla näkyy etenkin verkkomateriaalissa oman toiminnan merkityksen perustelemisella ja yhteenkuuluvuuden korostamisella – perustuvathan liikkeet aina yhteiselle tarkoitukselle (Tarrow 2011, 10). Kaupat puhuvat itsestään nimenomaan Maailmankauppoina ja kertovat, mitä tuo sana merkitsee. Toimijat viittaavat julkisissa lausumissaan Maailmankauppoihin Suomessa yhtenäisenä ryhmänä, jolla on yhteinen missio. Kollektiiviset nimet, joita toimijat itsestään käyttävät tai joita ulkopuoliset heistä käyttävät ovat toimijoiden poliittisia identiteettejä (Tilly & Tarrow 2007, 9). Toimijoiden määrä ei tässä liikkeessä ole kovin suuri, mutta usein tiedotuksessa viitataan siihen, että Maailmankauppoja on useimmissa suurissa ja keskisuurissa kaupungeissa; liike halutaan esittää laajana. Tarrow (2011, 11) mielestä yhteiskunnallinen liike voi syntyä vain, jos se onnistuu koskettamaan ja laajentamaan syvään juurtunutta solidaarisuuden tunnetta. Maailmankauppatoiminta kanavoituu vahvasti omien organisaatioiden kautta ja solidaarisuus on toiminnassa keskeistä, mutta se suuntautuu pikemminkin kehitysmaiden köyhiin kuin liikkeen omia toimijoita kohtaan (niin kuin esimerkiksi työväenliikkeessä perinteisesti).

Inglehart on tutkimuksessaan huomannut jo 1970-luvun lopulla, että arvojen muutoksen ja tiettyjen taitojen lisääntymisen myötä kansalaiset ovat muuttuneet yhä osallistuvimmiksi ja kriittisemmiksi suhteessa poliittiseen järjestelmään, minkä seurauksena kansallisilla instituutioilla on yhä vähemmän tukea (Inglehart 1977, 15). Perinteisiä poliittisia auktoriteetteja ei enää kunnioiteta samalla tavalla kuin ennen. Esimerkiksi puolueet ovat

Lappalaisen (2002, 13) mukaan leimautuneet vain kansallisiksi toimijoiksi ja näyttävät kansalaisten silmissä avuttomilta globaalien markkinavoimien puristuksessa. Vastuuta ja päätösvaltaa ei haluta siirtää kansalaisilta itseltään puolueille, hallinnolle tai varsinkaan markkinakoneistoille. Kansalaisliikkeille on Lappalaisen mukaan tullut yhä enemmän tilaa toimia. “[K]ansalaiset alkavat kyllästyä markkinoiden vapaaseen toimintaan, voiton maksimointiin ja kovaan kilpailuun”, Lappalainen kirjoittaa. Tällaisessa tilanteessa kansalaisliikkeistä voi tulla varteenotettava vastavoima markkinoille. (ibid., 13-14.) Samalla yhteiskunnallisten liikkeiden toimintamahdollisuudet ovat kasvaneet yhteiskunnan demokratisoituessa (Tilly & Tarrow 2007, 66). Maailmankauppaliike kansalaisliikkeenä, yhteiskunnallisena liikkeenä, on juuri tällainen vastavoima markkinoille. Se käyttää hyväksi kansalaisten epäluottamusta vallassa olevia poliittisia voimia sekä vallitsevia kansainvälisen kaupan rakenteita kohtaan. Maailmankauppaliike asettuu kahdella tapaa kapitalismiin perustuvia markkinavoimia vastaan: toimien yhteiskunnallisena kansalaisliikkeenä yritystoiminnan sijaan ja vastustaen kapitalistiseen rakenteeseen perustuvaa kaupankäyntiä rikkaiden teollisuusmaiden ja köyhyydestä kärsivien Etelän maiden välillä. Toisaalta maailmankauppaliike toimii kuitenkin tuon vastustamansa järjestelmän sisältä käsin.

“Kaikkiällä on valtarakenteita, mutta meidän tehtävämme olisi tehdä niistä näkyviä, terveitä ja tasapainoisia.” (A)

Poliittinen toiminta kohdistuu aina rakenteiden muuttamiseen, minkä maailmankauppatoimijatkin tiedostavat. Uutta aloittava ja taitavan poliittisen arvioinnin sisältävä toiminta on Lappalaisen mukaan mahdollista myös rakenteissa, jotka ovat saattaneet olla pitkäänkin kahlitsevia. Puhutaan rakennemahdollisuudesta tai toimintatilasta, joka koko ajan muokkautuu kunkin toimijan tekemien ratkaisujen vaikutuksesta. (Lappalainen 2002, 68, 71.) Kiistelyn politiikassa käytetään termiä poliittinen mahdollisuusrakenne kuvaamaan niitä järjestelmien piirteitä, jotka joko helpottavat tai vaikeuttavat kollektiivista poliittista toimintaa. Tällöin muutokset järjestelmässä tai vaikkapa sen instituutioissa vaikuttavat toimijoiden mahdollisuuksiin. (Tilly & Tarrow 2007, 49.) Kiistelyn politiikka nousee Tarrow'n näkemyksen mukaan vastauksena muutoksiin poliittisissa mahdollisuuksissa ja uhkissa, kun osallistajat

vastaavat erilaisiin yllykkeisiin. Näitä mahdollisuuksia hyväksikäyttäen ja tunnettuja toiminnan repertoaareja toteuttaen voivat ihmiset, joilla ei ole juurikaan resursseja poliittisessa järjestelmässä toimimiseen, toimia kiistoissa. (Tarrow 2011, 16.) Mahdollisuudet ja uhkat tulisi aina nähdä nimenomaan subjektista lähtöisin, ne eivät voi olla vain objektiivisia rakenteita (McAdam ym. 2001, 43).

Kiistelyn politiikassa poliittista mahdollisuusrakennetta voidaan mitata sen mukaan, onko hallinnon kapasiteetti vaikuttaa vahva vai heikko ja onko järjestelmä demokraattinen vai ei (Tilly & Tarrow 2007, 55). Suomessa kansalaisjärjestöillä ja yhteiskunnallisilla liikkeillä on toimintansa taustalla varsin avoin poliittinen mahdollisuusrakenne, valtionhallinnon kapasiteetti vaikuttaa on korkea ja järjestelmä on demokraattinen. Toiminnalle on siis hyvät mahdollisuudet, mutta toinen kysymys on sitten se, miten vastaanottavainen muutosehdotuksille itse poliittinen järjestelmä on. Kansainvälisen järjestelmän, johon maailmankauppaliikkeen vaatimukset lopulta kohdistuvat, mahdollisuusrakenne on Tillyn ja Tarrowin (ibid., 178) mielestä aktivisteille houkutteleva, sillä kansainväliset institutionaaliset toimijat linkittyvät läheisesti globalisaation uhkiin. Esimerkiksi WTO on heikentänyt kehitysmaiden asemaa kansainvälisessä kaupassa (ibid.). Järjestelmän kapasiteetti hallita on kuitenkin heikko ja demokratian määrä olematon. Tällaisessa järjestelmässä pienen yhteiskunnallisen liikkeen aktuaaliset mahdollisuudet saada muutosta aikaan ovat heikohkot. Mahdollisuusrakenteen uhkiin kuuluu myös se, etteivät auktoriteetit ota kapinallisten viestiä vastaan, mikä ei juurikaan kannusta kiistaan (Tarrow 2011, 32).

Suomessa kansalaisyhteiskunta on siis kuitenkin avoin liikkeille toimia, joten maailmankauppaliikekin on voinut toimia varsin vapaasti. Maailmankauppaliike ja sen myötä koko reilun kaupan liike on joka tapauksessa tarttunut tähän uusille toimijoille avoimeen rakennemahdollisuuteen tai käyttänyt hyväksi poliittista mahdollisuusrakennetta Suomessa, miten asian sitten haluaakin ilmaista. Liike on luonut jotain uutta: eettisen kaupankäynnin mahdollisuuden kapitalistisen rakenteen sisällä. Maailmankauppaliike ei kokonaan kiellä esimerkiksi rahataloutta, sillä ei ole radikaaleja muutosehdotuksia koko markkinatalouden purkamiseksi, joitain yksittäisiä toimijoita lukuunottamatta. Liikkeen toiminta edustaa täten innovatiivista kiistaa: toimintaa, joka ottaa käyttöön

ennennäkemättömiä keinoja (McAdam 2001, 49) esimerkiksi kulutusta politisoidessaan.

Maailmankaupat toimivat markkinataloudessa, mutteivät kapitalismin sääntöjen – tai pikemminkin säätelemättömyyden – mukaan. Ne asettuvat vastustamaan ns. autoritaarista kapitalismia, jossa markkinat sanelevat kaupan ehdot demokraattisen sääntelyn sijaan. Maailmankaupat kieltäytyvät osallistumasta täysin kapitalistiseen järjestelmään, toimien yhdistyksinä sen sijaan, että toimisivat yrityksinä¹⁴ eivätkä ne tavoittele taloudellista voittoa, mikä on kapitalismin perusajatus. Maailmankauppaliike haluaisi kansalaistoiminnasta lähtöisin korjata historian aikaansaamat vääryydet kehitysmaissa niin, että kaikilla osapuolilla olisi tasapuoliset lähtökohdat kansainväliseen kaupankäyntiin. Maailmankauppaliike vaatii oikeudenmukaista palkkaa ja työehtoja kehitysmaiden työntekijöille. Tämä voidaan nähdä radikaalina vaatimuksena, koska toteutuessaan se tarkoittaisi merkittäviä muutoksia teollisuusmaiden elintasossa, voidaan nimittäin katsoa, että suuri osa teollisuusmaiden materiaalisesta vauraudesta perustuu kehitysmaiden työntekijöiden alhaiseen palkkatasoon ja huonoihin työehtoihin.

Osa maailmankauppatoimijoista pitää koko kapitalistista järjestelmää erittäin ongelmallisena ja tuhoisana aiemmin omavaraistalouteen tukeutuneille kehitysmailla. Ihannoidaan yhteisöllisyyttä ja omavaraisuutta. On mielenkiintoista, että Maailmankauppojen toiminta kuitenkin perustuu jossain määrin tälle kapitalistiselle järjestelmälle, jota niin paljon kritisoidaan. Kenties aitoon yhteisöllisyyteen, globaaliin solidaarisuuteen ja markkinatalousjärjestelmästä irtautumiseen perustuva maailmankauppatoiminta on koettu liian haastavaksi, jopa mahdottomaksi, joten välietapiksi tai kompromissiratkaisuksi on otettu järjestelmän sisällä toimiminen.

“Kapitalistisen markkinatalouden ulkopuolella on hyvin vaikea ellei mahdotonta elää. Talousjärjestelmä koskettaa niin monia elämän osa-alueita, että sen ulkopuolelle on lähes mahdotonta päästä. Maailmankauppojen reilussa kaupassa ei pyritä irrottautumaan vallitsevasta järjestelmästä, vaan toimitaan sen sisällä ja pyritään käyttämään sitä lisäämään tasa-arvoa ja vähentämään köyhyyttä.” (D)

Vaiikkei maailmankauppaliike uskokaan markkinatalouteen hyvinvointia luovana

14 Poikkeus sääntöön on Reilun kaupan Tähti, jonka taustalla on osakeyhtiö: Oy A-Star Ab.

järjestelmänä, käytetään sitä kuitenkin hyvinvoinnin lisäämiseen, koska järjestelmästä poispääseminen koetaan mahdottomaksi. Toiminta on jouduttu suhteuttamaan tilanteeseen ideologiasta tinkimällä.

Poliittisesti toimiessa joudutaan aina tekemään ratkaisuja erilaisten “huonojen” vaihtoehtojen välillä, sillä *toteutettavissa* olevien mahdollisuuksien joukossa ei koskaan ole yhtään yksinomaan positiiviseksi arvioitavissa olevaa (Palonen 1979, 126).

“Toisaalta tässä kapitalismin sisällä toimimisessa on myös ongelmansa.” (D)

“[M]aailmanparannukseen ei ole patenttiratkaisuja...” (E)

Osa toimijoista tiedostaa kapitalistisen järjestelmän sisällä toimimisen ongelmat, mutta toimivampaakaan keinoa kehitysmaiden pientuottajien köyhyyden vähentämiseen ei ole keksitty. Maailmankauppatoiminta on kuitenkin lähempänä aitoa yhteyttä Pohjoisen reilun kaupan edistäjien ja Etelän tuottajayhteisöjen välillä eikä se toimi läheskään niin puhtaasti kapitalismin logiikan mukaisesti kuin esimerkiksi kehitysmaiden perinteisiin vientiraaka-aineisiin perustuva Reilun kaupan merkkijärjestelmä “tavanomaisesta” kaupasta puhumattakaan. Haastateltava E muistuttaa silti, että yksin reilulla kaupalla maailmaa ei voi parantaa vaan muutakin toimintaa tarvitaan.

“Lisäksi reilu kauppa on parhaimmillaankin hyvin rajallinen yritys muuttaa maailmaa vähemmän huonoksi...” (E)

Nykyisin liikkeet joutuvat arvioimaan, onko mielekästä turvautua perinteisiin toimintatyyleihin, vai kehiteltävä jatkuvasti uusia, yllättäviä toimintatyylejä (Lappalainen 2002, 98). Kiistelystä politiikan näkökulmasta liikkeet voivat toimia joko hillityssä kiistassa, joka ottaa paikkansa järjestelmän hyväksymässä paikassa ja muodossa tai rajoja rikkovassa kiistassa, joka ylittää nuo hyväksynnän rajat kielletylle tai ennen tuntemattomalle alueelle – liike voi toki yhdistää näitä molempia kiistan muotoja (Tilly & Tarrow 2007, 60). Hillityt kiistan muodot ovat joka tapauksessa yleisimpiä, sillä niissä tarvitaan vain vähän riskinottoa (Tarrow 2011, 111). Maailmankauppaliike on erinomainen esimerkki liikkeestä, joka on kehittänyt uuden, omanlaisensa tyylin toimia tavoitteidensa eteen toimien kuitenkin järjestelmän sisältä käsin täysin laillisin keinoin, se siis yhdistelee eri kiistan muotoja itselleen sopivaan, hillittyyn muotoonsa. Perinteisten yhteiskunnallisten liikkeiden

suosimien repertoarien kuten lehtikirjoittelun, kansalaisadressien, mielenosoitusten ja mediatempausten sijaan maailmankauppaliike on politisoinut kehitysmaiden kanssa käytävän kaupan. Liikkeen kiistelyn tyyli on varsin hillitty, se ei näy äänekkäinä mielenosoituksina tai kansalaistottelemattomuusaktioina kaduilla vaan toimii pikemminkin hiljaisesti omien tavoitteidensa eteen osin radikaaleja vaatimuksiaan hillitysti esittäen. Hillityssä tyyliässä on Tarrow (2011, 99) mielestä etuna sellaisten toimintojen toteuttaminen ja rutiinien rakentaminen, joita ihmiset ymmärtävät ja eliitit hyväksyvät. Tällöin esimerkiksi poliisi ei pysäytä kaikkia kiistan performansseja kadulla, kuten transgressiivisen kiistelyn tyylin kanssa saattaa käydä. Hillityssä tyyliässä on kuitenkin riskinä institutionalisoituminen (ibid., 99), mikä onkin toteutunut esimerkiksi hyvinkin hillitysti toimineen Reilun kaupan merkkijärjestelmän kohdalla.

Tillyn ja Tarrow (2007, 86) mielestä olemassaoleva kiistojen toimintojen repertoari rajoittaa vahvasti sitä, missä muodossa vaatimuksia voidaan tehdä kussakin järjestelmässä¹⁵. Monet yleisesti käytetyt kiistelyn repertoarit ovat tunnettuja, jolloin kiistan kohteena olevat auktoriteetit ja eliitit osaavat niitä odottaa ja vastata niihin. Osin tämän vuoksi vallitsevan järjestelmän haastajat koettavat keksiä uusia kiistan muotoja hämäämään ja yllättämään auktoriteetteja. (Tarrow 2011, 54.) Maailmankauppatoiminnassa korostuu vahvasti oman erityisen toimintatavan, tyylin luominen, poliittinen kansalaistoiminta reilun kaupan erikoisliikkeiden ylläpidon muodossa. Liikkeen tapa tuoda kiistelyn haaste esiin on vallitsevaan markkinatalousmalliin nähden toisenlainen kaupan järjestelmä. Ei tehdäkään niin kuin yleisesti kaupan alalla toimitaan: ei pyritä löytämään halvinta tuottajaa, polkuhintaisia tuotteita vaan luomaan kestävä kaupankäynnin malli, jossa kukaan ei joudu kärsimään. Maailmankauppojen malli on haaste tavanomaiselle kaupalle. Tarrow mukaan muutokset kiistelyn repertoaareissa, uudet keksinnöt liittyen kiistan muotoihin, johtavat lopulta poliittisen kulttuurin muutokseen (ibid., 55). Tämä kehitys on näkynyt siinä, miten maailmankauppaliike on toiminut kulutuksen politisoimisen pioneerinä Suomessa, mikä on omalta osaltaan johtanut kokonaiseen poliittisen kuluttamisen kulttuuriin.

15 Esimerkiksi katumielenosoituksesta tuli yleisesti käytetty kiistan esittämisen muoto vasta, kun joku oli tätä toimintamuotoa kokeillut (Tilly & Tarrow 2007, 84).

Tärkeä merkitys Maailmankauppaliikkeen kuten muidenkin liikkeiden omalle identiteetille ja tyyliille on erottautumisessa. Lappalaisen (2002, 124-125) mukaan kollektiivisen poliittisen toimijan toiminnan muodostumista leimaa erottautumisen tavoittelu. Liikkeen identiteetti muotoutuu muista liikkeistä erottautumalla. (ibid., 124-125.) Maailmankauppaliike, joka toimii niin poliittisen vaikuttamisen, kehitysyhteistyön kuin kaupankin alalla, on erottautunut hyvin monesta eri tahosta omaa muotosisältöään rakentaessaan. Maailmankaupat ovat halunneet erottautua niin Reilun kaupan merkkijärjestelmästä ja kehitysavusta kuin tavallisista marketeistakin. Monen liikkeen tyyli perustuu siihen, millaisesta aiemmasta toiminnasta se haluaa sanoutua irti (ibid., 130). Maailmankauppojen kohdalla tärkeintä on ollut korostaa eroa yksipuoliseen kehitysavun antamiseen. Maailmankaupat ovat luoneet uuden tavan toimia kehitysyhteistyön alalla. Tavanomaisista kaupoista Maailmankaupat ovat erottautuneet leimaamalla ja stereotyyppistämällä marketit epäsuorasti epäeettistä kauppaa käyviksi ja toimimalla itse kauppoina toisin. Reilun kaupan merkkijärjestelmän laajentuessa on maailmankauppaliike katsonut tarpeelliseksi tuoda esiin omaa "erityisen" reilua kauppaansa suhteessa vähän lepsumpaan merkkijärjestelmään.

Vaikka globalisaatio on luonut paljon uhkia, on kansainvälistyminen tarjonnut mahdollisuuksia kansainvälisiä ja globaaleja kysymyksiä haastavaan aktivismin (Tarrow 2011, 249). Ylikansalliset kiistat ja ylikansallinen kollektiivinen toiminta ovat kuitenkin edelleen juurtuneet paikalliselle ja kansalliselle tasolle (Della Porta & Tarrow 2005, 11), mistä hyvänä esimerkkinä on Suomen maailmankauppaliike, joka toimii pitkälti kansalliselta pohjalta globaalien ja kansainvälisten kysymysten parissa. Käsiteltäessä maailmankauppaliikettä yhteiskunnallisena liikkeenä ja omana kiistanaan tulisi myös kiinnittää huomiota laajempaan kehitysmalliin ja reilun kaupan liikkeeseen. McAdam, Tarrow ja Tilly (2001) haluavat korostaa, että kiistoja tutkittaessa ei pitäisi liikaa takertua yhteen toimijaan vaan koko kiistan dynamiikkaan, johon osallistuu muitakin toimijoita kuin vain yksi yhteiskunnallinen liike. Maailmankauppaliikkeen merkitys laajemmassa ja kasvavassa reilun kaupan liikkeessä alkaa vaikuttaa marginaaliselta, mutta sillä on oma erityinen missionsa laajemmassa kiistassa kehitysmaiden asemasta

kansainvälisessä kaupassa ja ratkaisusta siinä. Maailmankauppaliike on toistaiseksi vaatinut enemmän ja ollut siinä mielessä radikaalimpi kuin esimerkiksi Reilun kaupan merkkiä edistävä liike. Koko reilun kaupan projekti onkin RK merkin edistäjien mielestä vasta aluillaan (Bowes, John 2011, 3). Projektin alkuunsaattamisessa Suomessa maailmankauppaliikkeellä on ollut tärkeä tehtävä, mutta vielä on hieman epävarmaa, mikä liikkeen tehtäväksi laajemman reilun kaupan liikkeen sisällä muodostuu jatkossa.

8.2. Maailmankauppaliike poliittisena toimijana

Yksinkertaisimmillaan poliittinen toiminta on jonkin asian määrittämisestä ongelmaksi ja pyrkimystä ratkaista se (Lappalainen 2002, 77). Maailmankauppaliikkeelle tuo ongelma on ollut kehitysmaiden köyhyys, joka johtuu kehitysmaiden heikossa asemassa olevien pientuottajien epätasa-arvoisesta kohtelusta kansainvälisessä kaupassa. Ratkaisu ongelmaan on näiden tuottajien tukeminen reilun kaupan avulla, mistä on muodostunut maailmankauppaliikkeen toimintaa ohjaava policy. Liikkeiden syntyä ja toimintaa voidaan Lappalaisen (ibid., 72) mielestä selittää sillä, että ne ovat politisoineet aiemmin epäpoliittisina pidettyjä asioita. Suomessa maailmankauppaliike on toiminut tällä tavoin politisoiden kuluttamista.

“Tuotteemme ovat sekä tuottajiemme elannonlähde että keino tehdä politiikkaa.”

(A)

Liike on nähnyt kehitysavun sijaan kaupankäynnin tapana tukea kehitysmaiden heikossa asemassa olevia ihmisiä. Maailmankauppaliike on ollut Suomessa poliittisen kuluttajuuden pioneereja. Oikeudenmukaisen palkan ja työehtojen takaaminen kehitysmaiden työntekijöille on sekin poliittista toimintaa, kun se tehdään laajempaa muutosta tavoitellen, asiasta julkisesti kertoen ja muilta kaupan toimijoilta samaa vaatien.

Uusien asioiden politisoiminen on ajankohtaista etenkin yhteiskunnallisten muutosprosessien ollessa uutta suuntaa hakemassa. Maailmankauppaliike ja kehitysmaaliike ovat kokeneet 1970-1980 -luvulla kehitysmaiden köyhien tilanteen olevan kriittisessä vaiheessa. On kenties ajateltu, ettei kehitysapu ole enää riittävä ja oikea tapa

tukea heikossa asemassa olevia maanviljelijöitä ja käsityöläisiä: jotain uutta ja konkreettista, suoraa toimintaa on tarvittu kehitysavun rinnalle, joten on luotu reilun kaupan järjestelmä. Järjestelmä on tosin lähtenyt kehittymään varsin sattumanvaraisella tavalla hyväntekeväisyystyypisistä toiminnasta. Maailmankauppaliikkeen toiminnan muutosta yhä poliittisemmaksi voidaan selittää myös sillä, että kiistelyn politiikka muuttuu läheisessä yhteydessä poliittisen vallan muutoksiin (Tilly & Tarrow 2007, 47). Maailmankauppaliikkeen vaatimukset oikeudenmukaisemmasta kaupasta on esitetty tilanteessa, jossa vallan on koettu siirtyneen yhä vahvemmin parlamentaarisen politiikan ulottumattomiin kasvottomille kansainvälisille markkinavoimille ja kauppajärjestöille. Politisoiden uutta luomalla myös välttämättä aina hajotetaan vanhaa, reilu kauppa on tullut kehitysavun tilalle ja toisaalta taas kapitalistiseen logiikkaan perustuvan kaupan tilalle. Politisoimalla on samalla luotu uusi tapa tehdä politiikkaa sekä oma toimintaa määrittävä policy. Ennakkoluulottomuus on uusien asioiden politisoinnille ominaista.

“[M]aailmankauppaliike on siinä mielessä ruohonjuuritason poliittinen liike, että muutoksen uskotaan lähtevän tavallisten ihmisten omassa elämässään tekemistä pienistä valinnoista.” (D)

Kehitysmaatuotteiden myyntitoiminta on muuttunut kokonaiseksi yhteiskunnalliseksi liikkeeksi, kun pelkän oikeudenmukaisen kaupan harjoittamisen lisäksi toimijat ovat politisoineet kaiken kehitysmaiden kanssa käytävän kaupan sekä sen myötä kauppojen hyllyille päätyvät tuotteet ja niiden kuluttamisen. Politisointi on tapahtunut, kun toimijat ovat ottaneet julkisesti kantaa siihen, minkälaisin ehdoin kaikki kansainvälinen kaupankäynti heidän mielestään tulisi hoitaa. He ovat alkaneet vaatia kuluttajilta poliittista harkintaa eli vastuuta ostopäätöksistään. Poliittiset kuluttajat valitsevat tietyn tuotteen tai tuottajan, koska he haluavat saada aikaan muutoksen institutionaalisissa tai markkinoiden käytännöissä (Stolle ym. 2005, 246). Kaupan toimijoilta taas vaaditaan oikeudenmukaisia pelisääntöjä ja epäsuorasti myös valtioilta ja kansainvälisiltä organisaatioilta puuttumista epäoikeudenmukaisiin kaupan rakenteisiin. Näin maailmankauppaliike on politisoimalla kauppaa myös etsinyt uusia vallan osuuksia, sillä politisoimalla jonkin asian hamuamme aina samalla valtaa muuttaa sitä (Palonen 2003, 184). Maailmankauppaliike haluaa voida vaikuttaa siihen, miten kansainvälinen kauppa toimii, mitä kansalaiset kaupasta ostavat ja

millaiset työehdot kehitysmaiden pientuottajilla on. Politisointi ei voi olla pelkkää poliittiseksi julistamista vaan sen on aina tarjottava uusi tapa toimia. Politisoimalla ennen epäpoliittisena pidetyn asian, on maailmankauppaliike samalla joutunut luomaan itselleen omanlaisensa, erottautuvan tyylin toimia. Politisointi on avannut muutoksen mahdollisuuden kansainvälisessä kauppajärjestelmässä.

Kuvatunlainen aloitteen tekeminen ja parempaan maailmaan pyrkiminen on poliittista toimintaa arendtilaisessa mielessä. Maailmankauppaliikkeen toiminnassa näkyvät muutkin poliittisen toiminnan piirteet. Se toimii selkeästi jotakin vastaan: kapitalistisen logiikan policyn mukaisesti toimivaa kansainvälistä kauppajärjestelmää suuryhtiöineen ja voitonmaksimointeineen. Maailmankauppalyhdistyksissä ja Maailmankauppaliikkeessä toteutuu myös Arendtin vaatimus yhdessä toimimisesta poliittisen toiminnan kriteerinä. Arendtin mukaan kun yksin ei voi toimia poliittisesti, sillä politiikka syntyy aina ihmisten välillä, mielipiteiden ja näkökulmien moninaisuudesta. (Arendt 2007, 93.)

Poliittiselta toiminnalta vaaditaan myös kompromissien teon taitoa. Maailmankauppaliike on joutunut tekemään kompromisseja tavoitteisiinsa pyrkimisessä. Kompromissit ovat politiikassa välttämättömiä, koska joudumme toimimaan yhdessä muiden ihmisten kanssa, joilla on omat omistamme eroavat tavoitteensa. Maailmankauppaliike on mm. markkinataloutta ja kapitalistista järjestelmää vastustaessaan, mutta silti näiden järjestelmien sisällä toimien tehnyt kompromissin, joka tekee liikkeen vaatimuksista vähemmän radikaaleja – ei ehkä aivan sitä, mitä toimijat sisimmässään haluaisivat tavoitella, mutta toisaalta olemassa olevan järjestelmän sisällä toimiminen on kenties helpompi ja nopeampi tapa saada konkreettisesti muutosta aikaan kehitysmaiden ihmisten elämässä. Poliitiikka edellyttää aina omia valintoja päämäärän ja toimenpiteiden suhteen eli toiminnan suhteuttamista kulloiseenkin tilanteeseen (Palonen 1979, 77-78). Maailmankaupat ovat nähneet tavoitteidensa toteuttamisen mahdolliseksi markkinatalouden sisältä käsin toimien.

Poliittisen toiminnan jatkuvuuden kannalta on välttämätöntä, että toiminnan tavoitteita muunnetaan tarpeen mukaan (Palonen 1979, 77). Tällä tavoin maailmankauppaliike on

joutunut luovasti mukauttamaan tavoitteitaan ja toimintatapojaan, luomaan itsensä uudelleen, kun reilun kaupan toimijakenttä on laajentunut ja Reilun kaupan merkkituotteet ovat tulleet myyntiin tavallisissakin marketeissa. Maailmankauppaliike on tällöin ottanut yhä selkeämmin tavoitteekseen nimenomaan kehitysmaiden heikoimmassa asemassa olevat pientuottajat ja käsityötuotannon tukemisen Reilun kaupan merkkituotteiden keskittyessä suuren volyymin perinteisiin vientituotteisiin. Maailmankaupat ovat näin muokanneet policyaan vastaamaan toimijakentässä tapahtuneita muutoksia.

8.3. Maailmankauppatoimijat

Maailmankauppaliikkeen toimijajoukkoon mahtuu monenlaisia näkemyksiä tavoitteista ja etenkin toimintatavoista ja keinoista päämääriin pääsemiseen. Kuten todettua, Maailmankauppojen toimijat ovat enimmäkseen vapaaehtoisia. Joillakin yhdistyksillä on ollut mahdollisuus palkata työntekijä, mutta suurimmaksi osaksi vapaaehtoisten apuna hääriää lähinnä harjoittelijoita työmarkkinatuella sekä tukityöllistettyjä. Haastattelemistani toimijoista useimmat olivat aktiivisia muissakin yhdistyksissä tai yhteiskunnallisissa liikkeissä kuin maailmankauppaliikkeessä. Kiinnostusta tuntui olevan etenkin ympärisöaiheisiin sekä esim. eläinten oikeuksiin, rauhaan ja tasa-arvoon. Aktiivien erilaisista taustoista kertoo paljon se, että yksi vastaaja kertoi olleensa aktiivinen seurakunnan ja partion toiminnassa kun taas toiset aktiivit ovat osallistuneet kadunvaltausten järjestämiseen ja anarkaqueerfeministiseen toimintaan.

Laine (2007, 31-33) on jakanut maailmankauppatoimijat haastattelujensa perusteella kolmeen tyyppiin sen mukaan, miten he ovat toiminnassaan suuntautuneet. *Yrittäjätyyppi* on Laineen mukaan lähestymistavoista uusin. Hän uskoo, että yksilö hoitaa asiat Maailmankaupoissa paremmin kuin vapaaehtoisista koostuva kollektiivi. Yrittäjätyyppi haluaisi, että Maailmankaupat keskittyisivät tehokkaaseen kauppatoimintaan, jotta tuottajat saisivat lisää tilauksia, sillä sitä tuottajat aina pyytävät. Kauppatoimintaan keskittyminen on uusi ajatus ennen tiedotustoimintaan panostaneessa liikkeessä. Yrittäjätyyppin puheessa vilisevät Laineen mukaan sellaiset sanat kuin markkinointi, brändi, mainonta, imago ja tuotekehitys. (ibid., 31.)

Koska Laineen näkökulma koko liikkeeseen eroaa hieman omastani, en löytänyt haastatteluaineistostani niinkään yrittäjätyyppiä vaan *kaupallisesti suuntautuneen, ammattimaistumista* kannattavan toimijatyypin. Tässä kohdin on tosin todettava, etteivät haastatellut suinkaan edustaneet puhtaasti yhtä tyyppiä vaan joidenkin kysymysten kohdalla sama vastaaja saattoi asettua lähemmäs jotain toista toimijatyyppejä. Tälle maailmankauppaliikkeessä vasta viime vuosina esiinnoituneelle tyyppille kauppa on toiminnan ehdottomasti tärkein painopiste ja ongelmana liikkeessä nähtiin vapaaehtoistoiminnasta johtuva amatöörimäisyys ja tehottomuus.

“Toimintamme tärkein painopiste on kauppa. [– –] Reilu kaupankäynti on erityisosaamistamme, jonka näen ehdottoman arvokkaana.” (A)

Reilun kaupan merkkiin tämä tyyppi suhtautuu lähes yksinomaan positiivisesti. Laineen määrittelemän yrittäjätyyppin toiminta ei ole yhteiskunnallisen liikkeen toimintamallin mukainen: yhdistystoiminta haluttaisiin vaihtaa yritystoimintaan. Toiminnan taustalla olevat tavoitteet ovat edelleen poliittiset, mutta toiminnan muoto ei näytä poliittiselta. Omasta aineistostani löytynyt kaupallisesti suuntautunut tyyppi sen sijaan pitää myös poliittisuutta tärkeänä osana liikkeen toimintaa etenkin poliittisen kuluttajuuden edistämisen muodossa. Laineen määrittelemä yrittäjätyyppi ei ole ulospäin näkyvä osa liikettä. Sen ääni ja toiveet muutoksesta liikkeessä eivät näy esimerkiksi analysoimassani internetaineistossa oikeastaan ollenkaan. Samoin on kaupallisesti suuntautuneen tyyppin laita: hänen ajatuksensa eivät ole vielä osa liikkeen viestintää. Ulospäin liike haluaa esitellä enemmän aatteellista, poliittista ja pienimuotoista puolta toiminnastaan (toimitaan vapaaehtoisvoimin, voittoa ei kerätä) eikä niinkään professionaalista tehokkuutta. Kaupallistumista ja ammattimaistumista koskevat ajatukset eivät vielä näy juurikaan liikkeen ulkopuolelle vaan ovat ennemminkin muutostendenssejä liikkeen sisällä.

Järjestötyyppi puolestaan edustaa Laineen mukaan maailmankauppatoiminnan perinteitä: yhdistystoimintaa ja demokratiaa. Järjestötyyppi pitää vahvuutena, että vapaaehtoisista koostuva toimijajoukko edustaa monenlaisia näkemyksiä. Hänelle keskeistä maailmankauppatoiminnassa on tiedotus, solidaarisuus ja yhteistoiminta: yhtä tärkeää kuin reilu kauppa ovat tiedotuskampanjat ja asiakkaille jaettava tieto. Vaikutuskanavana ei

nähdä yksin rahan siirtoa länsimaiden varakkailta kehitysmaiden köyhille reilun kaupan kautta. (Laine 2007, 32.) Sama tyyppi tuli esiin omassa aineistossani: tiedotusta korostava toimija, joka haluaa yhdistää tehokkuusvaatimukset ja vapaaehtoistyön.

“Tärkeää on toimia sekä perustasolla eli kaupan toiminnalla helpottaa köyhimpien maiden ihmisten elämää ja toisaalta toimia samalla myös politiikan tasolla poistaen kansainvälisen kaupan köyhyyttä ylläpitäviä rakenteita. Tiedotus on keino edistää molempia ja yleistä ymmärrystä näistä asioista.” (F)

Tälle tyyppille kauppa, tiedotus ja poliittinen vaikuttaminen ovat kaikki yhtä tärkeitä toiminnan painopisteitä, vaikka kauppa usein käytännössä nieleekin toiminnan resurssit. Järjestötyypin kädenjälki näkyy selkeimmin Maailmankauppojen verkkosivuilla ja tätä perinteistä kuvaa maailmankauppatoiminnasta esitellään liikkeen ulkopuolelle. Kaupallisuutta ja ammattimaistumista vaativat ajatukset ovat liikkeen piiriin tulleet enenevässä määrin vasta viime vuosina, joten järjestötyypin näkemys liikkeen tavoitteista ja toiminnan perusteista tulee siksi parhaimmin esille viestinnässä. Internetaineistosta piirtyykin esiin kuva vapaaehtoisvoimin toimivasta, tiedotusta harjoittavasta ja erikoiskauppoja ylläpitävästä aatteellisesta liikkeestä.

Kolmanneksi toimijaryhmäksi Laine määrittelee *kapitalismikriittisen tyyppin*, joka haluaa suurempaa muutosta koko kansainvälisen kaupan järjestelmään. Hän ei näe pelkkiin Reilun kaupan kriteereihin tuijottamista ja niiden mukaan toimimista riittävänä, jotta maailmanlaajuiset valtasuhteet muuttuisivat. Tämän tyyppin mielestä reilun kaupan tuotteiden menekin lisääminen kapitalistisen markkinalogiikan mukaan ehkä jopa vakiinnuttaa vallitsevia huonoja käytäntöjä. Hän ihannoit täysin markkinalogiikan ulkopuolella olevaa paikallistaloutta, vaihtotaloutta ja uutta epäkaupallista yhteisöllistä tilaa. Maailman enemmistön elinolojen turvaamiseen ei koeta päästävän kauppaliikkeenä kasvamalla. Tavoitteena olisi lopulta päästä jonkinlaiseen eettiseen ideaaliin eikä vain paikata yksittäisiä ongelmia huonoksi koetussa järjestelmässä. (ibid., 32-33.)

Samaan tapaan ajattaleva vastaaja tuli esiin omassakin kyselyaineistossani. Nimittäisin tätä tyyppiä *kulutuskriittiseksi, epäkaupallisuutta* korostavaksi toimijatyypiksi, koska tyyppin mielipiteissä korostuivat nimenomaan koko kulutuskulttuurin vastustaminen ja

“epäkaupallinen kauppatoiminta”. Tämä tyyppi suhtautuu kaikkein kriittisimmin Reilun kaupan merkkijärjestelmään ja ammattimaistumiseen. Kulutuskriittinen tyyppi kokee, että Maailmankaupan pitämällä ei voida päästä perimmäiseen tavoitteeseen, joka on koko talousjärjestelmän ja globaalin epätasa-arvon murtaminen.

“Niin kauan kuin maailmankaupan ja merkkijärjestelmän toiminta on täysin vallitsevan kapitalistisen markkinatalouden ehtojen sanelemaa, sitä on vaikea nähdä kovinkaan vaikuttavana vaihtoehtona.” (E)

Kulutuskriittisten vastaajien kommentteissa näkyy mitä selkeimmin kiistelyn politiikan vastakkainasettelu tavallisten kansalaisten ja eliittien sekä auktoriteettien välillä (Tarrow 2011, 6), kiistan kohteena on koko kapitalistista markkinataloutta ylläpitävä koneisto, johon kapitalismikriittiset maailmankauppalaiset katsovat kuuluvan niin Reilun kaupan merkkijärjestelmän kuin Maailmankaupatkin. Nämä toimijat tarvitsevat selkeästi toimintamuodoikseen Maailmankaupan pitämisen lisäksi radikaalimpaa poliittista toimintaa. Liikkeessä on siis näkyvillä jo sisäistäkin erottautumista. Sisäiset jaot johtavat Tillyn ja Tarrowin (2007, 98) mukaan eroihin ja polarisaatioon, mitä maailmankauppaliikkeessä onkin tapahtumassa. Polarisaatiolla tarkoitetaan poliittisen ja sosiaalisen tilan laajentumista kiistan vaatimusten esittäjien välillä kohti ääripäitä. Toisinaan polarisaatio täyttää konkreettisimmankin policyn ideologisella sisällöllä, joka saattaa estää kiistan ratkaisemista. (McAdam ym. 2001, 322.) Jos liikkeen organisaatorakenne ei ole kovin tiukka, voivat pienet ryhmät, joilla on radikaali agenda ajautua eri suuntaan kuin muu organisaatio (Tarrow 2011, 139). On silti paljon etuja siinä, ettei liike ole liian tiukasti ja kurinalaisesti organisoitunut, esimerkiksi liikkeen sisäinen diversiteetti (ibid.), josta saattaa olla suurta hyötyä, kun aika ajoin tulee uudistua.

Tämän toimijatyypin ajatuksissa nousee esille anarkistisen filosofian ihanne yhteisöllisyyden ja riippumattomuuden maailmasta.

“Tahtoisin meidän siirtyvän omavaraiseen lähialuetuotantoon ja vaihtotalouteen.”
(E)

Vaaditaan kokonaista paradigmanmuutosta: koko järjestelmä joutaa vaihtoon. Kapitalismia vastustavat maailmankauppatoimijat ovat pelkän kritiikin lisäksi miettineet poistumisstrategioita markkinataloudesta, kuten lähi- ja vaihtotalous. Tällä toimijatyypillä

tuntuisi olevan jopa erilainen käsitys koko toiminnan taustalla olevasta politysta, kuin muilla toimijoilla. Aineistoon kuuluvien verkkosivujen joukosta ainoastaan Maailmankauppa Aamutähden viestintä noudatti pitkälti tätä kulutuskriittistä, epäkaupallista ja kapitalismia kritisoivaa tyyppiä. Tämän tyyppin edustajat toimivat monilla muillakin yhteiskunnallisen toiminnan aloilla kuin maailmankauppaliikkeessä, joten heidän lienee ollut kohtuullisen helppo siirtyä edistämään tavoitteitaan liikkeen ulkopuolella, kun liikkeen ei olla koettu enää olevan oikea paikka toimia. Tästä lisää seuraavassa kappaleessa.

8.4. Maailmankauppaliike murroksessa

Halisen mukaan kehitysmaakauppaliikkeen toiminnan painopiste on siirtynyt alkuaikojen “valistavan” tiedotuksen korostamisesta kaupankäynnin merkityksen korostamiseen. Hänen mielestään kehitysmaakauppaliikettä luonnehtii rakenteellisen muutoksen, eräänlaisen maailmankaupan “vallankumouksen” tavoittelu. Tätä taustaa vasten hän näkee liikkeen merkityksen suuressa määrin symbolisena. (Halinen 2002, 130-131.) Halinen käsittelee tutkielmassaan koko “kehitysmaille oikeudenmukaisen kaupan” toimintaa tavallaan yhtenä liikkeenä, jolloin hän katsoo Reilun kaupan edistämisyhdistyksen toiminnan osaksi samaa liikettä Maailmankauppojen kanssa. Tästä näkökulmasta hän katsoo, että koko liike on latistunut, kun on alettu korostaa vain eettistä kuluttamista (ibid., 135). Halinen on julkaissut tutkielmansa vuonna 2002, jolloin Reilun kaupan edistämisyhdistys on ollut toiminnassa vasta muutamia vuosia. Tästä näkökulmasta on voinut näyttää vahvastikin siltä, että maailmankauppaliike päättyy lopulta osaksi Reilun kaupan “latistunutta” toimintaa. Tällä hetkellä liikkeessä on kyllä näkyvissä vahvasti valtavirtaistumisen ja kaupallistumisen tendenssejä, mutta osaksi Reilun kaupan merkkitoimintaa maailmankauppaliike ei ole ainakaan vielä luisunut.

Reilun kaupan merkkituotteiden lanseeraamisesta lähtien Maailmankauppojen on täytynyt tehdä eroa reilun kaupan liikkeen sisälläkin merkkituotteiden edistämiseen ja perustella uudelleen oma olemassaolonsa kehitysmaiden pientuottajien tuotteita myyvinä reilun kaupan erikoisliikkeinä. Kiista muuttaakin vääjäämättä toimijoita ja toiminnan muotoja

edetessään (McAdam ym. 2001, 57). Kun reilun kaupan toimijakenttä on laajentunut osin maailmankauppaliikkeen kiistelytoiminnan myötä, muuttuvat toimijoiden identiteetit. Maailmankaupat korostavat, että Reilun kaupan merkkituotteet eivät ole aivan yhtä reiluja kuin Maailmankauppojen tuotteet. Myös muualla kaupan alalla tapahtuneen eettisen kaupankäynnin yleistyessä ovat Maailmankaupat menettäneet erityisasemansa eettisen kaupan monopoleina (Laine 2007). Kiista on näin muuntanut liikkeen kollektiivista identiteettiä (McAdam ym. 2001, 62). Maailmankaupat tähdentävät omaa erikoisen reilua rooliaan laajemman reilun kaupan liikkeen ja kasvavan eettisen kaupan buumin sisällä.

“Toivoisin, että maailmankaupat nähtäisiin kokonaisvaltaisesti eettisen kaupan pioneereina.” (A)

Reilun kaupan merkin lanseeraminen Suomessa vuonna 1999 on muuttanut reilun kaupan toimijakenttää radikaalisti. Aikaisemmin lähinnä Maailmankaupoista ja joistain pienistä erikoisliikkeistä saattoi ostaa reilun kaupan tuotteita, mutta Reilun kaupan merkkituotteet levisivät nopeasti myyntiin tavallisiin ruokakauppoihin ja tavarataloihin. Kaupallisesti suuntautuneet toimijat katsovat, että merkin lanseeraamisen asettamaa haastetta maailmankauppaliikkeelle ei ole osattu ottaa vastaan. Maailmankauppojen profiilia ei ole tarpeeksi nostettu. (Laine 2007, 61.) Liikkeen on pitänyt hakea paikkaansa uudelleen, kun toimijakentälle on tullut uusi, erittäin näkyvä ja suuri toimijajoukko¹⁶, joka on syrjäyttänyt Maailmankaupat reilun kaupan monopoliasemastaan – asemasta, johon liikkeen identiteetti ennen perustui. Maailmankauppaliike on myös kokenut, että Reilun kaupan merkkitoiminta on sivuuttanut lähes täysin liikkeen ja sen merkityksen koko reilun kaupan historiassa.

“[M]aailmankauppojen on tartuttava laajemmin kokonaisvaltaisen reiluuden kysymykseen. Juuri se erottaa meidät markettien merkkituotteista ja yhä laajenevasta joukosta muita pieniä eettisen kaupan toimijoita.” (A)

Toimijat jatkuvasti uudelleenneuvottelevat sitä, keitä he ovat, sovittelevat rajojaan ja muuntavat toimintaansa (McAdam ym. 2001, 131) reaktion toimintaympäristössä, mahdollisuusrakenteessa tapahtuviin muutoksiin. Merkkituotteiden tulo markkinoille on

16 Reilun kaupan merkkiä valvova Reilun kaupan edistämisyhdistys ry sekä Reilun kaupan edistämiseen keskittyvä vapaaehtoisuustoimijoiden järjestö Eettisen kaupan puolesta ry (Entinen Reilun kaupan puolesta ry).

asettanut Maailmankaupoille haasteen keskittyä yhä selkeämmin omaan ydinosaamiseensa ja erikoisuuteensa erityisen reilun kaupan edistäjänä. Vaihtoehtona on muuhun reilun kaupan kenttään sulautuminen, joka ei useimpien maailmankauppatoimijoiden mielestä ole toivottavaa.

“Sen sijaan maailmankauppojen olisi pyrittävä säilyttämään suorat ja reilut yhteydet tuottajiiimme, eikä siirrettävä jalostusarvoa esimerkiksi Suomeen.” (A).

Toiset taas näkevät, että Maailmankauppojen toiminnan tavoite on nimenomaan tehdä itsestään tarpeettomia.

“Alkuaikojen tavoitehan oli, että "kehitysmaakaupat" tekevät hyvän tuloksen tekemällä itsensä tarpeettomiksi. Reilut tuotteet tulevat niin yleisiksi tavallisissa kaupoissa, ettei maailmankauppojen pienet volyymit voi kilpailla päivittäiskauppojen kanssa.” (G)

“Enimmäkseen olen edelleenkin sitä mieltä, että maailmankaupat pyrkivät olemaan vain välivaihe siirtymässä kohti kansainvälisen kaupan rakenteiden muuttumista reilumpaan suuntaan. Minkä jälkeen reilun kaupan tuotteet ovat laajasti kuluttajan saatavilla tavallisissa kaupoissa.” (F)

Tällainen tavoitteiden ja vaatimusten osittainen toteutuminen protestin kohteiden fasilitaation myötä voikin Tarrown mukaan johtaa liikkeen demobilisaatioon (Tarrow 2011, 190), onhan politiikan tavoitteena tehdä itsestään tarpeetonta. Monet toimijat eivät kuitenkaan pidä haasteita koko maailmankauppaliikkeen tulevaisuutta uhkaavina, vaan reilun kaupan alan kasvu nähdään positiivisena asiana ja liikkeellä nähdään olevan oma paikkansa alalla tulevaisuudessakin:

“Uskoisin, että reilulla kaupalla on varsin valoisa tulevaisuus. [– –] Kokonaisuutena näen liikkeen tulevaisuuden valoisana, ihmisten kiinnostus eettistä kuluttamista ja reilua kauppaa kohtaan on kasvussa, ja uskon, että tällä on positiivisia heijastusvaikutuksia myös maailmankauppaliikkeeseen.” (D)

“[T]ulevaisuus on hyvä, kauppa on saanut erikoiskaupan maineen.” (G)

Seuraavaksi pohdimme eettisen kaupan toimijakentässä tapahtuneiden muutosten asettamia haasteita: ammattimaistumisen, kaupallistumisen ja valtavirtaistumisen vaatimuksia, joita

liikkeen piirissä on esitetty. Laineen mukaan ammattimaistumisen tarvetta esille tuovat toimijat haluaisivat muuttaa Maailmankaupat yrityslogiikan mukaan toimiviksi (Laine 2007, 52). Omassa haastatteluaineistossani ei esiintynyt aivan näin selkeää intoa yritysmalliin siirtymisestä, mutta haastateltavat toivat ammattimaistumisen haasteen esiin.

“Ongelmana maailmankaupoissa on esimerkiksi tietty amatöörimäisyys. On hieno periaate, että meillä on 'avoimet ovet' kaikenlaisille toimijoille, mutta luo se samaan aikaan melkoiset uskottavuusongelmatkin.” (C)

“Jonkinlainen hallittu tasapaino tarvitaan harrastelijamaisen vapaaehtoistoiminnan ja ammattimaisen toiminnan yhdistämiseksi...” (F)

Kaupallistuminen on varsin yleinen prosessi yhteiskunnallisten liikkeiden elämänkaareissa, mobilisaation päättyessä demobilisaatioon. Kaupallistumisella tarkoitetaan liikeorganisaation muuttumista esimerkiksi palvelualan organisaatioksi tai voittoa tekeväksi yritykseksi (Tilly & Tarrow 2007, 130; Tarrow 2011, 212.)

Myös Reilun kaupan merkkiorganisaatiossa tiedostetaan valtavirtaistumisen ongelmat. Monet aktivistit ja kampanjoijat ovat Bowesin (2011, 10) mukaan olleet huolissaan siitä, mitä hyppy rajallisesta, mutta eettisesti holistisesta jakeluketjusta eli Maailmankaupoista isojen volyymien valtavirtamarkkinoille on merkinnyt. Joillekin se on ollut verrattavissa vihollisen kanssa vehkeilyyn ja on siten ollut vaikea valinta. Valtavirtaistumista kuitenkin kannattava Bowes toteaaakin kuin kommenttina maailmankauppaliikkeen em. pohdintoihin, että “He voivat asettua virtaa vastaan, mutta niin tehdessään tunnistaa, että heidän oma moraalinen ja eettinen lahjomattomuutensa maksetaan kehitysmaiden köyhien ihmisten kustannuksella. Tai he voisivat hyväksyä muutoksen ja sen, että vaikka he joutuvat tekemään kompromissin henkilökohtaisissa periaatteissaan, reilun kaupan hyödyt voisivat laajentua ja kirjaimellisesti miljoonat epätoivoiset ihmiset voisivat hyötyä.”. (ibid., 10.) RK merkin edistäjille myyntiluvut ovat tärkeämpiä kuin maailmankauppalaisten korostamat tiukat periaatteet. He ovat poliittisessa arvioinnissaan päätyneet suhteuttamaan policynsa tilanteeseen, jossa Reilulla kaupalla on ollut potentiaalia kasvaa konventionaalisten markkinoiden kautta.

Tulevaisuus saattaa olla yhä ammattimaisemmassa ja kaupallisemmassa reilun kaupan

toiminnassa, missä osa maailmankauppatoimijoista näkee riskejäkin:

“[P]elkään maailmankauppaliikkeen (sellaisena kuin itse sen ymmärrän) omaehtoisuuden puolesta, kun kaupat alkavat ottaa aiemmin vieroksumiaan tai peräti vastustamiaan keinoja käyttöön pyrkiessään vastaamaan resursseiltaan huomattavasti vahvempien kaupallisten toimijoiden ja entistä kaupallisemman kulutuskulttuurin haasteisiin.” (E).

Ongelmaton ei Maailmankauppojen muutos yritysmuotoon tulisi olemaan. Ensinnäkin olisi pohdittava, voisivatko yksityisyrittäjän ylläpitämät reilun kaupan erikoisliikkeet edes olla Maailmankauppoja. Tällä hetkellä Maailmankaupat voivat rehellisesti sanoa, etteivät ne kerää voittoa eikä kukaan täällä päässä hyödy reilusta kaupasta. Näin ei voitaisi sanoa, mikäli yrittäjä saisi oman elantonsa reilusta kaupasta.

Maailmankauppaliikkeellä on ollut oma tärkeä pioneeriroolinsa reilun kaupan kehityksessä, mutta järjestömuotoisten, vapaaehtoisvoimin ylläpidettyjen Maailmankauppojen aika saattaa olla pian ohi, jos liike ei löydä uutta puhtia jostain tai ajantasaista toimintamuotoaan, tarkista policyaan. Vapaaehtoisia on vaikea saada sitoutumaan toimintaan, eivätkä amatöörimäisesti hoidetut Maailmankaupat enää välttämättä saavuta suurta suosiota, koska ne ovat menettäneet monopoliasemansa eettisen kaupan kentällä. Kehitysmaiden ihmisten asemasta huolestunut poliittinen kuluttaja voi nykyään suunnata askeleensa muuallekin kuin Maailmankauppaan.

“Jo tällä hetkellä näyttää siltä, että erilaiset yrittäjävetoiset toimijat ovat alkaneet kiinnostua reilun kaupan erikoisliikkeiden ja nettikauppojen perustamisesta. Se on positiivinen, mutta myös pelottava asia.” (C)

Aktivistiryhmät nousevat, kaatuvat ja muuttuvat poliittisen mahdollisuusrakenteen muutosten myötä sekä ohjelmiansa menestyksen tai epäonnistumisen myötä (Tilly & Tarrow 2007, 75–76). Maailmankauppaliikkeen tilanne on perinteisempiin yhteiskunnallisiin liikkeisiin verrattuna sikäli mielenkiintoinen, että sen kilpailijat sijaitsevat monilla eri yhteiskunnan alueilla kansalaisyhteiskunnan järjestökentästä markkinoiden kaupallisiin toimijoihin asti. Kun kilpailijoita on ilmaantunut reilun kaupan alalle, on muutosten aika, jos toiminnan on määrä jatkua. Kiistelystä politiikka on jatkuvaa tasapainoilua kahden toiminnan välillä: vaatimusten esittämisen sekä organisaation

rakentamisen ja resursseihin pyrkimisen (ibid.). Kumpaakin on tehtävä, mutta välillä organisaatiota on uudistettava voimakkaammin ja uusia toimijoita rekrytoitava aktiivisemmin.

Yhden näkökulman Maailmankauppojen tulevaisuuteen kansainvälisesti esittää yhdysvaltalainen reilun kaupan edistäjä Rosenthal (2011, 172), joka kertoo, että sitä mukaa, kun reilu kauppa uppoo Yhdysvalloissa yhtiömaailmaan, alkavat Maailmankaupat yhä enemmän yhdistää toimintaansa ilmastonmuutoksen vastustuksen ja erilaisten köyhyyden vähentämispyrkimysten kanssa. Mikäli Maailmankaupat aikovat selviytyä, tulee näistä reilun kaupan erikoisliikkeistä hänen mukaansa pioneereja vaikeiden kysymysten kysymisessä ja uusien ratkaisujen edistämisessä. (ibid.) Murray (2011, 223) ehdottaa, että nämä 100% reilun kaupan liikkeet muuttuisivat laajemman toiminnan verkostojen keskuksiksi. Liikkeet voisivat tehdä yhteistyötä järjestöjen kanssa sekä koettaa saada “reilun kaupan plus”-mallin ääntä voimakkaammin kuuluville. Tässä voisi olla joitakin mahdollisia tulevaisuuden visioita Suomenkin maailmankauppaliikkeelle.

Maailmankaupassa tuottaja on perinteisesti ollut tärkeämpi kuin asiakas. Tästä on Laineen mukaan seurannut epätasapainoa; jotta kauppa pärjäisi nykyisessä kilpailutilanteessa, tulisi sen kuunnella enemmän kuluttajan tarpeita (Laine 2007, 71). Kuluttajan tarpeilla Laine tarkoittanee tässä ammattimaista kaupanpitoa “vapaaehtoistyöhön perustuvan sähläyksen sijaan, joka saattaa karkottaa asiakkaat epämääräisyydellään” (ibid., 56). Kuluttajan nousu tuottajan edelle Maailmankauppojen toiminnan painotuksissa olisi todella suuri muutos, jota vain kaupallisesti suuntautuneet toimijat kannattavat. Ammattimaistumista kannattavat aktiivit näkevät asiakkaan miellyttämisen myös tuottajan etuna kasvavien myyntien muodossa, mutta toimintafilosofian tasolla policymuutos olisi silti suuri: aatteellisesta yhdistytoiminnasta kohti markkinalogiikan mukaista yritystoimintaa.

Mikäli asiakasta pyrittäisiin miellyttämään vain pinnallisilla seikoilla – ammattimaisesti järjestelty myymälä, koulutettu henkilökunta, länsimaisen kuluttajan näkökulmasta mietitty tuotevalikoima – jäisi toiminnan poliittinen ja aatteellinen puoli vähemmälle. Ammattimaistumisen vaatimukset voivat tehdä lopun koko maailmankauppaliikkeestä.

Jäljelle saattaisi jäädä vain reilun kaupan erikoisputiikkeja, joille liikkeen poliittisilla tavoitteilla tuskin olisi kovin paljon merkitystä. Vaihtoehtona voisi olla asiakkaiden miellyttäminen myös Maailmankauppojen perinteisin keinoin tarjoamalla luotettavaa tietoa tuotteiden alkuperästä sekä puhdasta omaatuntoa oikeudenmukaisin työehdoin tuotettujen tuotteiden ostamisesta, kokonaisvaltaisen reilun kaupan tukemisesta. Tällöin toiminnassa säilyisi kulutuksen politisoimisen perinne. Asiakkaiden parempaa huomioimista olisi myös valvontaan panostaminen, mikä liittyisi “Alkuperä tunnettu”-viestiin. Poliittisen kuluttajaliikkeenkin täytyy joka tapauksessa huomioida aikakauden asettamat haasteet, politiikkaa tuskin tarvitsee silti unohtaa.

8.5. Hajaannus?

“Tässä liikkeessä on hankala löytää suuntaa, jonka kaikki allekirjoittaisivat.” (C)

“Onko edes yhdestä 'liikkeestä' puhuminen mielekäästä?” (E)

Maailmankauppaliike ei ole yhtenäinen liike ja sen tunnistavat toimijat itsekkin. Keskeisimmistä tavoitteista vallitsee yhteisymmärrys, mutta muutoin liikkeeseen on toistaiseksi mahtunut monenlaisia mielipiteitä siitä, miten kehitysmaiden köyhyyttä voisi parhaiten vähentää. Tällaiset erimielisyydet johtavat herkästi sisäisiin jakoihin ja toiminnan polarisoitumiseen eri suuntauksiin (Tilly & Tarrow 2007, 97). Laineen (2007, 82) mielestä maailmankauppaliikkeen nykyolemusta kuvaa sana hajaannus. Liike koostuu itsenäisesti eri paikkakunnilla toimivista ryhmistä, jotka ovat syntyneet toisistaan riippumatta. Maailmankauppojen liitto toimii lähinnä keskustelufoorumina. Muualla maailmassa maailmankauppaliikkeet ovat keskusjohtoisempia, mutta Suomen liikkeen erityispiirre on erillisten, jopa erilaisia toimintamuotoja kannattavien toimijoiden muodostama joukko (ibid., 82). Monet liikkeet ovat Tarrow (2011, 136) mukaan tehneet paikallisjärjestöistä tavallaan franchising-järjestöjä, jotka säilyvät itsenäisinä, mutta käyttävät kansallisen järjestön nimeä. Organisaatiomuodon ollessa löyhä ja autonominen, ovat sen heikkoutena huonot yhdyssiteet keskuksen ja toimintayksiköiden välillä, mikä tekee koherenttien strategioiden ja uudistusten tekemisen johtajille vaikeaksi (ibid., 132).

Hajaannus näkyy liikkeen sisällä etenkin eri toimijatyyppien välisinä näkemyseroina liikkeen suunnasta ja jopa toiminnan tavoitteista. Epäkaupallinen tyyppi kurkottaa paljon pidemmälle tavoitteissaan kuin kaupallinen tyyppi ja järjestötyyppi – hän haluaisi irtautua koko kapitalistisesta talousjärjestelmästä, jopa rahataloudesta. Tämä ajatus eroaa varsin selkeästi kaupallisen tyypin ajatuksesta reilusta kaupasta, joka toimisi vallitsevassa talousjärjestelmässä. Koska liikkeen sisälle mahtuu näinkin erilaisia näkemyksiä Maailmankauppojen reilusta kaupasta, ei voida puhua täysin yhtenäisestä maailmankauppaliikkeestä. Kaikille maailmankauppatoimijoille perimmäisenä tavoitteena on oikeudenmukaisuuden lisääminen kehitysmaiden köyhiä pienviljelijöitä ja pieniä käsityöläisryhmiä reilun kaupan avulla tukemalla. Policyt – tarkemmat tavoitteet ja etenkin realistiset keinot tavoitteeseen pääsemiseksi – aiheuttavatkin liikkeen sisällä erimielisyyttä, vaikka ulospäin esitellään aika yhteneväisiä päämääriä ja yhteistä toiminnan tarkoitusta. Hieman toisistaan eroavia näkemyksiä tavoitteista ja ennen kaikkea keinoista esiintyneen muissakin yhteiskunnallisissa liikkeissä. Eripura saattaa heikentää liikettä, mutta moniäänisyys ei tarkoita, etteivätkö maailmankauppatoimijat Suomessa muodostaisi liikettä, toimintamuoto on kuitenkin sen verran yhteneväinen ja ainoastaan Maailmankaupoille ominainen.

Tulevaisuudessa tosin saattaa olla, että osa toimijoista irtautuu liikkeestä. Todennäköiseltä vaikuttaisi, että joko yrittäjähenkiset toimijat alkavat perustaa reilun kaupan erikoisliikkeitä yksityisyrittäjinä, joko Maailmankaupan lopettaessa tai muutoinkin. Tällöin liikkeellä tai osalla sen toimijoista on edessä Tillyn ja Tarrown (2007, 34) identiteetin vaihdoksi määrittelemä mekanismi, jossa toimijat eivät vaihdu vaan toiminnan tyyppi. Toinen mahdollinen skenaario on, että liikkeen radikaaleimmin kapitalismia vastustavat toimijat siirtyvät toimimaan muulla tavoin poliittisesti kuin Maailmankauppaa ylläpitämällä. Kulutus- ja kapitalismikriittiset toimijat ovat olleet pettyneitä liikkeen nykyiseen suuntaan:

“Ongelmallisimpana näemme kapitalismi- ja kulutusorientoituneen toimintakulttuurin voimistumisen myös maailmankauppaliikkeen sisällä.” (E)

Teollistuneissa yhteiskunnissa on laajemminkin ollut Inglehartin mukaan näkyvissä kasvava kapitalismin ja markkinaperiaatteiden hyväksyntä (Inglehart 1997, 327). Tämä yleinen kehitys näkyy siis kapitalismikriittisten toimijoiden mukaan myös

maailmankauppaliikkeessä. Esimerkkinä näiden kulutus- ja kapitalismikriittisten toimijoiden valinnoista tässä tilanteessa on Turun Maailmankauppa Aamutähden lopettaminen kesäkuussa 2011. Syynä lopettamiseen ei ole yksin liikkeen sisäiset ristiriidat vaan tämän päivän kilpailullinen tilannekaan¹⁷ ei kenties suosi vapaaehtoisvoimin ylläpidettyjä “aktivistikauppoja”. Kaupallisessa kilpailussa eettisistä markkinoista ja poliittisten kuluttajien pennosista pärjäävät paremmin yrityshenkiset, kaupallisemmin suuntautuneet Maailmankaupat.

Useat Maailmankaupat ovat tässä tilanteessa joko lopettaneet toimintansa kokonaan, lopettaneet kaupan pitämisen ja jatkaneet pelkkää yhdistystoimintaa tai Maailmankauppa on muuttunut yksityisen yrittäjän pitämäksi reilun kaupan erikoisliikkeeksi. Tämän tutkielman aineistoon kuuluva Maailmankauppa Aamutähti lopetti 25-vuotisen taipaleensa siis kesällä 2011, mutta kauppaa ylläpitänyt Turun Maailmankauppayhdistys ry jatkaa toistaiseksi toimintaansa muilla tavoilla. Lopettamisen syiksi Aamutähti listaa mm. myynnin negatiivisen kehityksen sekä maailmankauppaliikkeen tilan (Maailmankauppa Aamutähti 2011). Suomen Maailmankauppaliikkeessä on tapahtunut paljon muutoksia viimeisen reilun 10 vuoden aikana. Vuonna 1995 Suomessa oli vielä 50 Maailmankauppaa tai Maailmankauppojen liittoon kuuluvaa kehitysmaayhdistystä, joista vain noin 14 toimii edelleen (Saloranta 2011).

Muitakin muutoksia on viime vuosina tapahtunut: Hämeenlinnan Maailmankauppa Kirahvi siirtyi kaupanpidosta tori- ja messumyyjäksi; sekä Helsingin Maailmankauppa Uusituuli että Kuopion Maailmankauppa Elämänlanka lopettivat kauppatoimintansa ja kaupanpito jatkui yksityisen yrittäjän voimin. Monissa muissakin Maailmankaupoissa pohditaan tulevaisuutta: onko kauppaa enää 10 vuoden päästä olemassa? Monilla kaupoilla lopettamispäätökseen on vaikuttanut se, ettei tekeviä käsitä ole tuntunut löytyvän tarpeeksi. Tilly ja Tarrow puhuvat “kollektiivisen toiminnan ongelmasta”, kun ihmiset, joilla olisi vaatimuksia, jättävät ne mieluummin sellaisten ihmisten ajettaviksi, joilla on vahvempi

¹⁷ Eettisen kaupan alalle on syntynyt yhä enemmän yrityksiä, jotka kilpailevat osin Maailmankauppojen kanssa samoista asiakkaista. Esimerkiksi useita uusia eko-kauppoja on perustettu kaupunkeihin eri puolilla Suomea ja niissä myydään myös Reilun kaupan tuotteita. Aikaisemmin Maailmankaupat olivat ainoita kauppoja, joista saattoi ostaa niin eko-, reilun kaupan kuin ns. etnotuotteita.

motivaatio aiheeseen, mobilisaatio ei tällöin onnistu (Tilly & Tarrow 2007, 90). Tällaista on ollut näkyvillä yhä enemmän viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tarvitaan vahvaa organisaatiota, vahvaa johtajuutta tai uusien mahdollisuuksien ja uhkien sopivaa tilannetta, jotta tavalliset ihmiset pääsevät yli tästä ongelmasta ja motivoituvat osallistumaan kollektiiviseen poliittiseen toimintaan (ibid.). Onko reilun kaupan erikoisliikkeiden tulevaisuus yksityisissä yrityksissä vapaaehtoistyöhön perustuvien Maailmankauppojen sijaan? Suomen maailmankauppaliikkeen tulevaisuus saattaa olla toisaalta samanlainen kuin Keski-Euroopassa, jossa suuret Maailmankaupat (Worldshops) jatkavat toimintaansa eettisen kaupankäynnin kentällä tapahtuneista muutoksista huolimatta.

Mikäli maailmankauppaliike on jatkava liikettään, tulee edellä käsitellylle valvontakysymykselle tehdä jotain ja kauppojen täytyy kenties varustautua eettisen ja reilun kaupan kilpailuun tehostamalla toimintojaan. Tämän ei kuitenkaan tarvitse välttämättä tarkoittaa Maailmankauppojen muuttamista yksityisyrittäjiksi. Voidaan harkita myös osaavan henkilökunnan palkkaamista sekä tuottajien tukemista tuotekehittämissä ja markkinoinnissa:

“Uskon, että jatkossa pärjäävät sellaiset vahvat maailmankaupat, joilla on mahdollisuus palkata työvoimaa. Vapaaehtoiset ovat silti tärkeä voimavara ja pidän hyvänä järjestelmää, jossa maailmankauppaa pyörittää yhdistys, jolla on sekä vapaaehtoisia että palkattua työvoimaa.” (D)

Mikäli toiminta on jatkuva maailmankauppatoimintana, olisi pidettävä kiinni suorista yhteyksistä kehitysmaiden tuottajiin ja valittava heidän joukostaan eniten tukea kaipaavat. Maailmankauppojen pienimuotoisuus on mahdollistanut yhteistyön tekemisen nimenomaan pienten, syrjäisten ja heikkojen tuottajaryhmien kanssa (Laine 2007, 85). Tässäkin on toki omat ongelmansa:

“Näen kuitenkin myös riskin suorien yhteyksien ylläpitämisessä. Pienet tilaukset ja pienet tuotantomäärät pitävät toiminnan aina pienimuotoisena ja sillä tavalla vähentävät sen merkitystä.” (A).

Maailmankauppatoimintana jatkaakseen olisi toiminnan myös perustuttava vapaaehtoisuuteen ainakin siten, että toiminta on yhdistysmuotoista. Toki

maailmankauppaliikkeen piiristä voi nousta esiin myös innokkaita reilun kaupan yrittäjiä, mikä olisi poliittisen kuluttajuuden ilmiön kannalta sinänsä positiivista kehitystä, mutta Maailmankauppoja nämä yritykset eivät voisi olla. Saattaa olla, että tulevaisuudessa maailmankauppaliike sulautuu muuhun reilun kaupan liikkeeseen, jolloin ei enää ole olemassa paikkaa “erityisen reilulle” pientuottajien tuotteita myyvälle kaupalle vaan luisutaan Reilun kaupan merkkijärjestelmään. Liike voisi ehkä vahvistaa itseään myös selkeyttämällä poliittista viestiään ja erottautumalla yhä vahvemmin muusta reilun kaupan toiminnasta korostamalla toiminnan poliittisia piirteitä sekä “kokonaisvaltaista reiluutta” yhä selkeämmin.

Järjestömuotoisuuden ja kaupallisen toimintalogiikan voisi myös koettaa yhdistää; tällöin tosin ne toimijat, jotka suhtautuvat kriittisesti koko kapitalistiseen järjestelmään siirtyisivät luultavasti toimimaan maailmankauppaliikkeen ulkopuolella. Turun Maailmankauppa Aamutähti oli erityisesti suuntautunut “epäkaupalliseen” toimintaan – jos *Maailmankaupasta* nyt näin voidaan sanoa – sekä kapitalismin kritiikkiin. Turun maailmankauppayhdistyksen päätös lopettaa kaupan pitäminen saattaa kertoa siitä, että epäkaupallisimmat ja koko kapitalistisen markkinatalouden järjestelmään kielteisesti suhtautuvat maailmankauppatoimijat irtautuvat hiljalleen liikkeestä. Epäkaupallisesti ja kulutuskriittisesti suuntautuneet toimijat kuvaavat aivan eri tavoin kuin muut sitä, mihin reilua kauppaa ylipäättään tarvitaan:

“...kapitalismi- ja kulutuskriittisen toiminnan välineeksi ihmislajin sisäistä ja ulkoista solidaarisuutta unohtamatta.” (E)

Solidaarisuus on keskeinen osa kiistelyn politiikkaa ja yhteiskunnallisten liikkeiden konsensuksen mobilisointia (Tarrow 2011, 11). Näille toimijoille Maailmankauppojen reilu kauppa on väline, jolla he vastustavat kapitalismia ja kulutuskulttuuria sekä puolustavat solidaarisuutta. Muulle maailmankauppaliikkeelle kapitalismi ja kulutuskulttuuri sen sijaan tuntuvat olevan ikäviä, mutta välttämättömiä toiminnan kehyksiä.

Jo yksin kulutuskriittisten toimijoiden retoriikka eroaa vahvasti muiden toimijoiden käyttämästä tyylistä ja sanavalinnoista. Siinä missä kaupallisesti suuntautuneet toimijat puhuvat *kuluttajista*, puhuvat epäkaupalliset toimijat *ihmisistä* ja mm. käyttävät

lainausmerkkejä puhuessaan “*asiakkaista*”. Myös koko toiminnan polity tuntuu epäkaupallisesti suuntautuneilla toimijoilla olevan erilainen kuin muulla liikkeellä, mistä näkökulmasta ei tarvitse ihmetellä, että toimijat ovat katsoneet, ettei maailmankauppaliike ole heille ehkä sittenkään enää sopiva paikka toimia. Tällä tavoin suuntautuneet Maailmankaupat eivät kenties enää tämän päivän muuttuneessa poliittisen kuluttajuuden kulttuurissa ja eettisen kaupan kilpailutilanteessa sekä vapaaehtoistyön muuttaessa muotoaan pysty mielekkäästi jatkamaan toimintaansa. Kapitalismikriittiset toimijat eivät löydä myöskään ajatuksilleen vastakaikua yhä kaupallistuvammassa maailmankauppaliikkeessä. Radikaaleimpien maailmankauppatoimijoiden paikka saattaa siis tulevaisuudessa olla jossain muussa toiminnassa, jos he eivät jaksakaan toimia liikkeen sisällä vastarannan kiiskinä. Haastatteluaineistoni perusteella näyttää epätodennäköiseltä, että Maailmankauppaliike kokonaisuudessaan omaksuisi radikaaleja, kapitalismikriittisiä ajatuksia.

Liikkeessä on nähtävillä merkkejä hajaannuksesta. Kiistan vaatimusten esittäjät – tässä tapauksessa maailmankauppatoimijat – saattavat hajaantua, kun ovat saaneet vaatimuksistaan tarpeeksi toteutettua tai pettyessään surkeisiin vaikutusmahdollisuuksiinsa, tällöin on kyseessä demobilisaatio (Tilly & Tarrow 2007, 97). Maailmankauppatoimijat ovat muodostaneet liikkeen ja liike on ollut aktiivinen ja yhteneväinen etenkin 1980-luvulla ja 1990-luvun alussa (Halinen 2002). Liike on kohdannut haasteita toimintaympäristössään ja kansalaisyhteiskunnan kentässä. Toisaalta liike on saavuttanut erään merkittävän tavoitteen Suomessa: reilun kaupan tuotteita saa nykyisin tavallistenkin kauppojen hyllyiltä, mikä on ollut kehitysmaakauppojen tavoite alusta lähtien. Turhautumista ja pettymystäkin on varmasti saatu kokea valtavien markkinakoneistojen edessä.

Tällä hetkellä vaikuttaisi siltä, että liike on kenties liikkeenä tulossa eräänlaiseen tienristeykseen, josta osa toimijoista jatkaa toimintaa liikkeen ulkopuolella tai lopettaa kokonaan. Liike saattaa hajota Maailmankauppojen verkostoksi, johon voisi kuulua monenlaisia toimijoita, joilla ei välttämättä kuitenkaan olisi yhtenäistä poliittista agenda ja tavoitteita. Saattaa olla, että kun osa toimijoista siirtyy toimimaan muilla tavoin tai lopettaa, jäljelle jääkin entistä yhtenäisempi toimijajoukko, joka voi aktivoitua jälleen

liikkeeksi. Toisaalta entistä kaupallisemmat virtaukset näyttävät saavan yhä enemmän jalansijaa Suomen maailmankauppatoiminnassa, minkä seurauksena liikkeen poliittiset tavoitteet saattavat jäädä tehokkaan myyntitoiminnan jalkoihin käytännön vapaaehtoistyön arjessa. Kaupallisemman logiikan mukaan toimivat Maailmankaupat tuskin voisivat muodostaa varsinaista yhteiskunnallista liikettä, vaan ennemmin poliittisen kuluttajuuden ja kehitysmaiden köyhien tuottajien tukemiselle perustuvan kauppojen verkoston tai löyhästi määritellyn toimijaryhmän.

9. MAAILMANKAUPPALIIKKEEN POLIITTISET TAVOITTEET

Maailmankauppatoimijoiden tavoitteet voidaan jakaa kahteen osaan. Ensinnäkin ovat julkiset tavoitteet, jotka luetellaan esitteissä, kerrotaan lehtihaastatteluissa ja kauppojen internetsivuilla. Toiseksi olemassa on myös tavoitteita, joita toimijoilla on, mutta joita he eivät varsinaisesti julkisesti mainosta, joko koska ne saattaisivat aiheuttaa ristiriitaisia ajatuksia asiakkaissa tai olisivat vaikeita ymmärtää. Nämä tavoitteet tulevat esiin syvällisemmissä keskusteluissa maailmankauppatoimijoiden kanssa ja ne ovat yleensä myös niitä, joista liikkeen sisällä esiintyy erimielisyyksiä. Käsittelemme ensin verkkosivuilla esiteltyjä tavoitteita.

“Toiminnallaan Maailmankaupat pyrkivät poistamaan epätasa-arvoa köyhien ja rikkaiden maiden väliltä.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Maailmankauppojen tavoitteena on kaupankäynti, jossa kaikki kansakunnat ovat samanarvoisessa asemassa.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

“Yhdistyksen tavoitteena on toimia kehitysmaiden kansojen hyväksi, maailmassa vallitsevan epäoikeudenmukaisuuden poistamiseksi ja edistää ekologisesti kestäväää kehitystä.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

“Yhdistyksen toiminnan tavoitteena on edistää sosiaalista ja taloudellista tasa-arvoa maailmanlaajuisesti.” (Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Tässä kiistan objekteja ei ole yksilöity, tavoitteita ei olla esitetty vaatimusten vaan pyrkimysten ja päämäärien muodossa. Yhteiskunnallisten liikkeiden toiminta perustuu

yhteisille tarkoituksille (Tarrow 2011, 10–11), jotka tässä on koottu yleisiksi, yhteisiksi tavoitteiksi. Nähdään, että kokonaiset *valtiot* tai *kansakunnat* ovat jo lähtökohdiltaan eriarvoisessa asemassa toisiinsa nähden kansainvälisessä kaupassa – mm. teollisuusmaiden maksamien tuotantotukien, vientitukien ja tuontitullien vuoksi – eikä asiantilaa nähdä luonnollisena tai oikeutettuna vaan pyritään globaaliin tasa-arvoon. Aamutähti on listannut myös kestävän kehityksen tavoitteeksi. Tässä tavoitteet on muotoiltu aika laajasti, yleistasolla. On käytetty partitiivimuotoa ilmaisemaan sitä, että tällä toimilla *tavoitellaan tasa-arvoa* sen verran kuin sitä pystytään luomaan ja tiedostetaan, että oma toiminta ei tee koko maailmasta tasa-arvoista ja köyhyydestä vapaata paikkaa.

“Yhdistyksen tavoitteena on edistää tasa-arvoisempaa kaupankäyntiä Suomen ja kehitysmaiden välillä sekä tukea kehitysmaiden ihmisten elinolojen pysyvää paranemista.” (Maailmankauppa Mango 2008)

“Pitkäjänteisellä, aktiivisella toiminnalla tavoittelemme muutosta.”
(Maailmankauppa Mango 2008)

Korostetaan elinolojen *pysyvää* paranemista. Kyse ei ole tietyn rahamäärän siirtämisestä kuluttajalta välikäsien kautta tuottajalle - olkoonkin, että tuo rahamäärä olisi suurempi kuin tavanomaisessa kaupankäynnissä - tarkoitus on aikaansaada pysyvä muutos kehitysmaiden köyhien ihmisten elinoloihin, saada aikaan jotain kestäväää. Tämän tason tavoitteissa muutoksen tavoittelu on hyvin selkeästi poliittista toimintaa, vaikei siihen pyritäkään perinteisillä poliittisen toiminnan keinoilla. Tarkoituksena on muuttaa nyt epäoikeudenmukaisina ja epätasa-arvoisina nähtyjä valtasuhteita ja rakenteita, jotka ylläpitävät köyhyyttä. Kiistan muutosvaatimuksen objektina on tässä myös Suomen valtio, jolla viime kädessä on valta päättää alueellaan tapahtuvasta kaupankäynnistä. Näkemykset siitä, mitä nuo muutettavat rakenteet ovat, ovat muutoin yhteneväiset, mutta Aamutähti määrittelee tavoitteekseen myös kapitalismin vastustuksen.

“Pyrimme luomaan kokonaisvaltaisen vaihtoehdon – tai monien vaihtoehtojen sikermän – kapitalistiselle yhtiövallalle ja siihen kytkeytyvälle kulutuskulttuurille.” (Maailmankauppa Aamutähti 2011)

Tässä kiistan kollektiivinen haaste kohdistuu koko kapitalistista järjestelmää ja suuryhtiöiden hallitsemaa markkinataloutta kohtaan. Valtiot ja kapitalismi ovatkin kaksi

kiistelyn politiikan pääkohdetta Tarrow (2011, 71) mukaan. Kapitalismia vastustavat maailmankauppatoimijat tuovat esille selkeän, jopa räikeän me-he erottelun oman oikean toiminnan ja kapitalististen markkinoiden väärän toiminnan välillä. Me-he rajat ovat ratkaisevia kiistoissa (Tilly & Tarrow 2007, 78), niitä käytetään omaa sanomaa korostamaan.

“Yhdistys pyrkii lisäämään teollisuusmaiden ja kehitysmaiden välisen kaupankäynnin oikeudenmukaisuutta ruohonjuuritasolla sekä syventämään kuluttajien tietämystä kehitysmaista ja vaihtoehtoisista kulutustavoista.”

(Maailmankauppa Juuttiputiikki 2008)

Juuttiputiikki on aineiston ainoa, joka käyttää käsitettä “ruohonjuuritasolla”. Käsite kuvaa osuvasti sitä, miten konkreettisesti toiminta vaikuttaa tuottajayhteisöjen jäsenten elämään kehitysmaissa. Pyritään luomaan suoraa mikrotason vaikutusta kehitysmaissa. Poliittisen kuluttamisen tavoitteena ei aina ole kansallisen lainsäädännön muuttaminen, sillä kansallisilla hallituksilla ei ole mahdollisuutta säännellä kansainvälisiä työkäytänteitä onnistuneesti (Stolle ym. 2005, 251). Lisäksi tässä korostuu oikeudenmukaisuus liikkeen keskeisenä tavoitteena, ruohonjuuritasolla.

“Maailmankaupan ensisijaisena tavoitteena on Reilun kaupan edistäminen.”

“Maailmankauppojen kunnianhimoisena tavoitteena on paitsi maksaa reilu hinta tuotteidensa tekijöille ja varmistaa näiden hyvät työskentelyolosuhteet, myös muuttaa kansainvälisen kaupan rakenteita niin, että reilusta kaupasta tulee yleinen käytäntö.” (Maailmankauppojen liitto 2008)

Maailmankauppojen liitto yksilöi kansainvälisen kaupan tasa-arvon tavoitteen tällä tavoin. Poliittiseen kuluttajuuteen liittyy keskeisesti ajatus valtavirtaistamisesta. Kuluttajakansalaisten ja järjestöjen paineen toivotaan saavan suuryhtiöt kehittämään eettisen kaupankäynnin menetelmiä (Micheletti 2003, 116), mitä onkin jo paljon tapahtunut. Yhdelläkään aineistoon kuuluvalla Maailmankauppojen nettisivustolla ei tätä “reilusta kaupasta yleinen käytäntö”-tavoitetta ole mainittu, ja Juuttiputiikki piti tätä ennemminkin Reilun kaupan merkkijärjestelmän tavoitteena. Lieneekö syynä se, etteivät yksittäiset Maailmankaupat halua ottaa näin suurta ja kunnianhimoista tavoitetta

kontolleen, vaan tämä on koko Maailmankauppaliikkeen ja maailmanlaajuisen reilun kaupan liikkeen yhteinen tavoite. Työsarkaa siis riittää toistaiseksi. Tarrow muistuttaa, että toisinaan liikkeet näkevät mahdollisuuksia myös siellä, missä niitä ei ole (Tarrow 2011, 164), toiveikas voi toki olla, mutta voiko tavoite toteutua, sen näyttää vain aika. Tällaisia pitkäntähtäimen poliittisia muutoksia tavoittelevat Inglehartin mielestä nimenomaan postmaterialistit, jotka ovat kiinnostuneita toiminnan lopullisista päämääristä. Länsimaisissa yhteiskunnissa on alettu painottaa arvojen muutoksen myötä yhä enemmän pidemmän tähtäimen päämääriä ja lopputuloksia kuin välitöntä tarpeiden tyydyttämistä. Postmaterialistit, joihin maailmankauppatoimijat lukisin, painottavat yhä kaukaisempia tavoitteita. Pitkälle tähtäävät tavoitteet vaikuttavat pakollisilta tilanteessa, jossa kaikella on vaikutusta kaikkeen. (Inglehart 1977, 62, 65, 371.)

Lappalaisen mukaan liikkeiden on nykyään arvioitava entistä tarkemmin, miten laajoja tai suppeita tavoitteita milloinkin on järkevää esittää (Lappalainen 2002, 98). Poliittisilta toimijoilta edellytetään kykyä arvioida toimintamahdollisuudet joissakin tietyissä rakenteissa: taitoa nähdä, mitä rakenteissa on mahdollista saada aikaan, ja mitä tästä seuraa (ibid., 115). Kenties onkin loogista, että yksittäiset maailmankaupat listaavat tavoitteikseen hieman pienempiä, saavutettavampia ja konkreettisempia asioita, kuten tasa-arvoisemman kaupan edistämisen yms. Kun taas yhteistyöjärjestö Maailmankauppojen liitto voi isompana toimijana asettaa itselleen laajempia tavoitteita. Arendt taas voisi muistuttaa meitä siitä, että niin kauan kuin ihmiset pystyvät toimimaan, pystyvät he myös saavuttamaan sen, mikä on epätodennäköistä ja ennustamatonta (Arendt 2007, 114). “Mahdottomia” kannattaa tavoitella, muutoin muutos jää pieneksi.

Toisaalta tämä ero verkkosivuille kirjatuihin tavoitteisiin voi kertoa myös siitä, mitä maailmankauppatoimijatyyppejä edustavia henkilöitä on ollut toimijoina liitossa. Vaikuttaisi siltä, että liitto edustaa verkkosivuilleen kirjattuine näkemyksineen enemmän epäkaupallista, kapitalismiin kriittisesti suhtautuvaa tyyppiä sekä järjestötyyppejä kuin esimerkiksi uudempia virtauksia edustavaa kaupallista tyyppiä. Maailmankauppojen liitto ei toki itsekään usko saavuttavansa yksin tavoitettaan kansainvälisen kaupan rakenteiden muuttamisesta sellaisiksi, että reilusta kaupasta tulisi yleinen käytäntö. Ennemmin se

näkee maailmankauppaliikkeen yhtenä niistä toimijoista, jotka ovat tekemässä tuosta tavoitteesta todellisuutta. Maailmankauppaliike on merkittävä oikeudenmukaisen kaupan edistäjä Suomessa. Sen arvo on osin symbolinen. Maailmankaupat näyttävät konkreettisella esimerkillään, kuinka kansainvälistä kauppaa tulisi hoitaa oikeudenmukaisesti. Toimintasarkaa riittää niin pitkään, kunnes kaikesta kaupasta tulee reilua.

Haastatteluaineistosta piirtyy esiin monimuotoisempi kuva liikkeen tavoitteista. Esiin tuli näkemyseroja liikkeen yhteisistä tavoitteista, minkä seurauksena on ollut hieman hajaannusta liikkeessä. Kaikkein keskeisimmissä ja tärkeimmissä pääpointeissa yhteisymmärrys tavoitteista silti vallitsee ja tästä syystä voidaan puhua yhdestä liikkeestä. Ytimekkään yksinkertaistetusti on kyse tästä:

“Maailmankauppojen tärkein periaate on tasa-arvo köyhien ja rikkaitten maiden välillä.” (D).

Keskeisenä tavoitteena näyttäytyy maailman talous- ja kauppajärjestelmien muuttaminen, sillä yksityisen voitontavoittelun, ekologisesti kestävä kehityksen sekä demokratian välillä nähdään tällä hetkellä ratkaisemattomia ristiriitoja:

“Rikkaitten maiden kauppapolitiikka on itsekästä ja vahingollista ja maailmankauppaliike haluaa siihen muutoksen.” (D)

“Toivoisin avoimempaa toimintaa ja demokraattisuutta. Todellinen valta on laajemmin siirtynyt talousmaailmalle ja kauppajärjestelmille. Sen takia olisi tärkeää saada systeemi selkeäksi – ja eettiseksi. Taloudessa tulisi olla selkeät pelisäännöt...” (A).

Haastatteluissa nousi esille se, miten globalisaation uhat ja kansainvälistymisen mahdollisuudet ovat suunnanneet aktivistien huomion kotimaan järjestelmästä kansainväliseen systeemiin ja kotimaan vastustajista ylikansallisiin yhtiöihin (Tilly & Tarrow 2007, 178). Poliittisen päätöksenteon ulkopuolelle liukunut talousjärjestelmä, joka kuitenkin on hyvin poliittinen, haluttaisiin siirtää poliittisen päätöksenteon piiriin. Kansainvälinen kauppa ja ylikansallisten yhtiöiden toiminta haluttaisiin saada demokraattisen kontrollin alaisuuteen. Teivainen (2000, 19-20) kuvaa termillä *economism* sitä, miten taloudesta on tullut globaalissa maailmassa poliittisen päätöksenteon

ulkopuolella oleva alue, jolla “neutraalit” asiantuntijat käyttävät valtaa. Koko talouselämän koetaan elävän parlamentaarista vastuusta riippumatonta, omaa kasvua tahkoavaa elämäänsä, jossa eettisillä kysymyksillä ei ole mitään sijaa. Bennettin mukaan liikkeiden toiminnan tuloksellisuuden kannalta olisi tärkeää kehittää vaikuttavia poliittisia suhteita protestin kohteiden kanssa muutosten aikaansaamiseksi (Bennett 2005, 208), mutta kuinka luoda minkälaisia suhteita jättiläismäisten yhtiöiden ja kauppajärjestöjen kanssa? Tässä tilanteessa Maailmankaupat ovat suunnanneet huomionsa yksityisiin kansalaisiin, kuluttajiin.

Kehitysmaille haluttaisiin enemmän valtaa päättää omasta taloudestaan ja etenkin omien raaka-aineidensa kaupasta:

“Kehitysmaat eivät olisi vain raaka-ainetarastoja, josta länsimaat saavat ammentaa pohjattomasti rikkauksia omaan rikastumiseensa.” (C)

“Kehittyvillä talouksilla pitäisi myös olla enemmän valtaa päättää, millä hinnoilla ne myyvät raaka-aineensa maailmanmarkkinoille. Kehitysmaille pitäisi olla mahdollisuus korottaa kotimaassa tuotettujen hyödykkeiden jalostusastetta.” (D)

“Äänivaltaa enemmän köyhille maille, kilpailurajoituksia ja suojatulleja sallittava oman elintarviketuotannon sallimiseksi, tuotantotuet pois rikkailta mailta.” (G)

Rikkaiden maiden maataloustukien poistaminen nostaisi maataloustuotteiden hintoja. Tämä hyödyttäisi kehitysmaiden köyhimpiä eli pienviljelijöitä, mutta haittaisi kuluttajia. Hyötyjiä olisivat kuitenkin kaikkein heikoimmassa asemassa olevat, joten muutos olisi Stiglitzin ja Charltonin (2005, 69) mielestä kokonaisuudessaan positiivinen.

Kaivataan sääntelyä, joka suojaisi kehitysmaiden köyhiä talousjärjestelmän epäoikeudenmukaisuudelta:

“Mielestäni lainsäädännöllä pitäisi säätää tuotantotavoille normit, jotka ovat eettisesti kestäviä, ja yritysten tulisi noudattaa näitä normeja.” (D).

Nämä haastatteluvastauksista poimitut kommentit ovat kiistelyn politiikan teoriassa ohjelmavaatimuksiksi kutsuttuja. Niissä vaaditaan kiistan objekteja – tässä tapauksessa koko kansainvälistä kauppajärjestelmää, valtioita ja kauppajärjestöjä – toimimaan tietyllä, halutulla tavalla. Niitä vaaditaan muuttamaan policyaan. (Tilly & Tarrow 2007, 82.)

Siirtomaa-aikoihin asti juontuviin kaupan rakenteisiin tavoitellaan muutosta. Kehittyviä talouksia haluttaisiin suojata epätasa-arvoiselta kansainväliseltä kilpailulta ja poistaa teollisuusmailta kilpailua vääristäviä tuotantotukia. Tässäkin kohdin tulee näkyviin, miten Maailmankaupat omalla esimerkillään näyttävät, miten kehitysmaiden tuottajille on annettu enemmän sananvaltaa rakaa-ainekaupassa ja raaka-aineiden jalostusarvoa alkuperämaassa on nostettu maailmankauppojen tuotteissa.

Ohjelmavaatimusten tehokkuus riippuu Tillyn ja Tarrowin mielestä osaltaan ryhmän identiteetistä: onko tämä tunnistettava, tunnustettu, uskottava toimija, jolla on oikeus esittää tällaisia vaatimuksia. Kannattaa myös pohtia, voisiko ja pystyisikö vaatimusten kohde ylipäättään tekemään ohjelmavaatimusten vaatimat muutokset? (Tilly & Tarrow 2007, 86.) Tässä tapauksessa vaatimusten kohteet kyllä pystyisivät muutokset toteuttamaan, jos tahtoa löytyisi, mutta melkoisen monimutkainen ja vaikea prosessi se ilmiselvästi olisi. Liikkeiden vaatimukset taitavatkin näin isoissa kysymyksissä yleensä kaatua siihen, ettei piskuista toimijaa pidetä tarpeeksi merkittävänä uhkana, jotta vaatimuksiin kannattaisi taipua. Pienten toimijoiden kohdalla tärkeäksi nousevatkin liittolaiset. Maailmankauppaliikkeen lisäksi näitä samoja asioita vaativat monet muutkin liikkeet ja järjestöt, jolloin vaatimusten vaikutusvalta onkin paljon suurempi.

Kulutuskriittisten ja epäkaupallisesti suuntautuneiden toimijoiden näkemykset tarvittavista muutoksista maailman talousjärjestelmään eroavat vahvasti muiden vastauksista. Haluttaisiin nähdä:

“Enemmän paikallis- ja aluetalouksia, muiden kuin nykyiseen rahatalouteen kytkettyjen vaihdannan muotojen lisääntyminen, pakotetun ulkomaankaupan väheneminen, talouden ja tuotannon järjestäminen yhteisöllisemmäksi.” (E)

Tässä esitetään tavoitteita, jotka eivät perustu laisinkaan nykyiseen talousjärjestelmään, haluttaisiin jopa irrottautua rahataloudesta ja siirtyä kohti yhteisöllisempää elämää. Tavoitteet ovat anarkistiluontoisia eikä niille selkeästi ole ollut tilaa murrosta läpikäyneessä maailmankauppaliikkeessä. Toimijat ovat siirtyneet vaikuttamaan muilla tahoilla, koska eivät ole saaneet näkemyksilleen vastakaikua muista liikkeen toimijoista. Kiistan ytimessä on Tarrowin (2011, 101) mukaan kuitenkin aina valta hajottaa. Mikäli

halutaan rakentaa ja luoda uutta, on entistä aina hajotettava. Jos halutaan luoda oikeudenmukainen ja tasa-arvoinen talousjärjestelmä, on entinen järjestelmä purettava.

Myös elonkehän suojeleminen on osa liikkeen poliittista sanomaa. Se, miten syväekologisia tavoitteita ovat, riippuu toimijasta:

“Kauppaa voidaan käydä myös ympäristöä ja ihmistä kunnioittaen.” (C)

“Tärkein prioriteetti on kaikkien ihmisten perustarpeiden tyydyttäminen tavalla, joka tuhoaa ympäristöä ja kaikkien eliölajien elinolosuhteita mahdollisimman vähän.” (E).

Ympäristönsuojelu on myös elämän ja ihmisten suojeleminen ja siinäkin mielessä hyvin yhteensopiva tavoite liikkeen peruseräarvojen kanssa. Perimmäisenä tarkoituksena toiminnassa on useimmilla haastatelluilla kuitenkin ihmisoikeus- ja kehitysyhteistyö.

“Ihmisarvoinen elämä ja toimeentulo, se tuottajille että kuluttajille.” (F)

“[M]aailmankauppa haluaa edistää kehitysyhteistyötä köyhien ja rikkaiden maiden välillä.” (D)

“Ihmisoikeudet kuuluvat kaikille.” (C)

Ihmisoikeuksien vaatiminen edustaa Inglehartin määrittelemää postmaterialismia, jolle on tyypillistä korostunut moraalinen herkkyyden ja tarve löytää perimmäisiä arvoja (Inglehart 1977, 371). Toiminnan taustalla vaikuttaa peruseräarvona ihmisoikeuksien kunnioitus.

Tarkemmin ihmisoikeuksien toteutumisen tavoitetta kehitysmaissa kuvattiin tähän tapaan:

“Muutoksia, jotka antavat heille [kehitysmaiden ihmisille – EM] mahdollisuuden elää ja kasvattaa lapsensa arvokkaasti ilman nälkää ja epäoikeudenmukaisuutta.” (F)

“Toivon, että reilulla kaupalla voidaan vähentää epätasa-arvoa, köyhyyttä ja kaikkia niiden mukanaan tuomia kurjuuksia.” (D).

Käytännössä tavoitteet näkyvät toiminnassa näin:

“Tärkeimpänä pidän tällä hetkellä kuitenkin keskittymistä siihen, mihin oikeasti voimme vaikuttaa: tuottajiemme työoloihin ja tilausten määriin.” (A)

Pitkätavallisten rakenteellisiin muutoksiin liittyvät tavoitteet eivät käytännön kaupanpidossa ole välttämättä samalla tavalla mielenpäällä kuin tuottajat, joihin pidetään

yhteyttä ja joiden hyvinvointia koetetaan parantaa tilausmäärien kasvattamisella eli myymällä tehokkaasti tuotteita.

9.1. Erot tavoitteissa liikkeen sisällä

Verkkosivuaineistosta esiinnousut, liikkeen yhteinen tavoite on oikeudenmukaisuus köyhyyttä poistamalla, reilun kaupan ja kulutuksen politisoimisen kautta. Maailmankauppa Aamutähden verkkosivuilla tavoitteeksi on listattu myös vaihtoehdon luominen kapitalistiselle yhtiövallalle ja kulutuskulttuurille, Aamutähden toimijat katsovat, ettei maailmassa vallitsevaa epäoikeudenmukaisuutta voida poistaa ilman, että irtaudutaan kapitalistisesta rakenteesta. Liikkeen piiristä osa toimijoista suhtautuu koko kapitalistiseen järjestelmään erittäin kriittisesti kun taas osan mielestä se on ainoa realistinen kehys toiminnalle, joten sitä ei kannata kyseenalaistaa vaan muuttaa järjestelmää sisältä päin reilun kaupan avulla. Kaupallisesti suuntautuneet toimijat tavoittelevat muutosta kehitysmaiden ihmisten elämään ensisijaisesti kauppaa kehittämällä politiikan jäädessä muille järjestöille. Tavoitteet nähdään poliittisina, mutta niitä halutaan edistää vain myymällä mahdollisimman paljon reilun kaupan tuotteita, jolloin mahdollisimman moni kehitysmaan köyhä hyötyisi reilusta kaupasta mahdollisimman paljon. Järjestötyyppi puolestaan tavoittelee Maailmankaupalle asemaa tiedonvälittäjänä. Aika pitkälti tällainen vaikutelma lyhyen tähtäimen tavoitteista syntyy myös, kun tarkastelee kauppojen verkkosivuja. Epäkaupallisen, kulutuskriittisen tyyppin tavoitteet ovat selkeimmin poliittisia ja tätä tyyppiä edustavat maailmankauppalaiset haluaisivat lyhyelläkin tähtäimellä vaikuttaa poliittisesti. Liikkeen sisällä vallitsee siis pitkälti yhteisymmärrys pitkäntähtäimen tavoitteista, mutta erimielisyyttä esiintyy etenkin siitä, miten tavoitteisiin olisi parasta pyrkiä. Kapitalismiin kriittisimmin suhtautuvat toimijat tosin saattavat siirtyä hiljalleen muihin liikkeisiin, mitä pohdimme jo kappaleessa 8, jolloin jäljelle jäävän liikkeen tavoitteet saattavat yhtenäistyä.

Keinot haastaviin tavoitteisiin pääsemiseksi eroavat toisistaan kovastikin liikkeen sisällä. Kaupallisesti suuntautuneilla toimijoilla ei ole mitään sitä vastaan, että Maailmankaupat toimisivat vallitsevan kapitalistisen järjestelmän puitteissa suunnaten resurssinsa

kaupankäynnin kehittämiseen tuotekehityksen avulla sekä osaavaa henkilökuntaa palkkaamalla. Kaupallisesti suuntautuneet toimijat katsovat kyllä, että laajempi poliittinen vaikuttaminen olisi tärkeää, mutteivät pidä sitä varsinaisesti Maailmankauppojen tehtävänä, Maailmankauppojen resurssit kun ovat rajalliset. Resurssit tosin ovat varsin rajalliset suurin piirtein kaikessa järjestötoiminnassa. Mikä taho sitten paikkaisi maailmankauppaliikkeen jättämää aukkoa kehitysmaiden pientuottajien asemasta tiedottamisessa, jos liike keskittyisi vain ja ainoastaan kauppaan, tähän kaupallistumista kannattavilla toimijoilla ei ole vastausta.

Järjestötoimintalähtöiset maailmankauppalaiset pitävät niin kaupankäyntiä, tiedotusta kuin poliittista vaikuttamistakin toisiaan tukevinä tehtävinä. Samoin ajattelevat epäkaupallisesti suuntautuneet toimijat:

“[K]auppa on poliittiseen vaikuttamiseen tähtäävää tiedotustoimintaa.” (E)

Järjestötyyppiä edustavat toimijat eivät kannata keinovalikoiman muuttamista vaan tyytyvät nykyisin käytettyihin tapoihin pyrkiä tavoitteisiin; he luottavat perinteisiin. Näin ajattelevat toimijat saattavat jarruttaa liikkeen tavoitteiden edistymistä, sillä he eivät huomaa yhteiskunnan muuttuneen liikkeen ympärillä. Nykyisetkin keinot varmasti ovat toimivia, mutta ehkä voisi harkita, josko välillä voisi tarkistaa toimintatapoja ja ottaa mukaan uusia painotuksia, jotta liike säilyisi elinvoimaisena, pysyisi *liikkeessä*. Kulloistakin poliittisen mahdollisuusrakenteen tilannetta olisi tärkeää osata käyttää hyväksi. Palosenkaan mielestä policyja ei tule määritellä apriorisesti pysyvästi vaan niitä pitäisi muuttaa jatkuvasti tarpeen mukaan. Tästä seuraisi johdonmukaisuutta ja jatkuvuutta ylläpitävää toimintaa. (Palonen 2003, 176.)

Kapitalismiin kriittisesti suhtautuvat toimijat haluaisivat Laineen mukaan nähdä Maailmankaupat poliittisempina toimijoina, koska heidän mielestään vain politiikassa on mahdollista saada mitään merkittävää aikaan (Laine 2007, 38). Tässä politiikalla tarkoitetaan kapean, vanhan politiikkäkäsityksen mukaista ajatusta politiikasta jonain, mitä tapahtuu lähinnä poliittisessa järjestelmässä. Laajemman politiikkäkäsityksen mukaanhan Maailmankauppojen myyntitoimintakin voidaan nähdä poliittisena vaikuttamisena, koska jo pelkästään tuotteiden markkinointiperusteet ovat poliittisia. Samaa intoa toimia

vahvemmin poliittisesti muutoinkin kuin poliittisen kulutuksen kautta esiintyi myös omassa haastatteluaineistossani niin epäkaupallisen, kuluskriittisen tyyppin mielipiteissä kuin myös muiden toimijatyypin näkemyksissä. Erona eri tavalla suuntautuneiden toimijoiden välillä oli lähinnä se, kuinka realistisena poliittiseen vaikuttamiseen resurssien suuntaaminen nähtiin. Kaupallisemmin ja järjestölähtöisesti suuntautuneet toimijat katsoivat, etteivät resurssit riitä käytännössä juuri muuhun kuin kaupan ylläpitämiseen ja siinä ohessa tiedottamiseen; hyvä jos näiden toimintojen kehittämiseen.

Epäkaupalliset, kuluskriittiset toimijat halusivat joka tapauksessa vaikuttaa vahvemmin poliittisesti luomalla uusia kaupallisuudesta vapaita sosiaalisia ja kulttuurisia tiloja sekä vaihtotaloutta kehitysmaiden kanssa. Laine (2007, 42) näpäättää tätä kapitalismikriittiseksi kutsumaansa tyyppiä liian epärealistisista tavoitteista ja toteuttamiskelvottomista keinoista: “Jos toiminnan ydin on yhteiskuntateorioissa, pohdinnat kaupan arjen järjestymisestä tuntuvat ehkä vähemmän olennaisilta”. Tyyppi kun ei Laineen mukaan ota juuri kantaa konkreettisiin käytännönkysymyksiin liikkeen murrosvaiheen ongelmista, joihin Laineen työ keskittyy. Laine näkee kapitalismikriittisen tyyppin idealistisena haihattelijana, jonka kannattama keinovalikoima ei saa aikaan todellista muutosta. (ibid., 39.) Poliittisen arvostelukyvyn kannalta tiukat ideologiat, jotka määrittelevät ennakolta suhtautumisen jokaiseen vastaantulevaan muutostendenssiin ovat ongelmallisia (Arendt 2007, 102). Tälle toimijatyypille olisi myös tärkeää kiinnittää huomiota tuotteiden jalostusarvoon ja tuotantolaitosten omistukseen. Työntekijöiden tulisi tyyppin mielestä itse saada omistaa elinkeinotoimintansa ja osallistua päätöksentekoon elannonhankkimisensa suhteen. Ihanteena olisi, ettei esimerkiksi maailmanmarkkinahinnoista tarvitsisi välittää, kuten RK järjestelmässä tehdään. (ibid., 40.)

Kuluskriittisten ja kaupallisesti suuntautuneiden maailmankauppatoimijoiden keinot eroavat toisistaan vielä enemmän kuin tavoitteet. Ensin mainitut halusivat siis luoda epäkaupallisen kaupan ja viimeksi mainitut taas mahdollisimman kaupallisen kaupan. Järjestötyyppi asettuu mielipiteissään jonkin näiden kahden ääripään välille kannattaen hienoista toimintojen tehostamista. Selkeimmin haastatteluaineistosta kumpusi joka tapauksessa tarve ammattimaistumiselle, valvonnan tehostamiselle sekä liikkeen

tavoitteiden yhtenäistämiselle.

10. LOPUKSI

Jos poliittinen toiminta ei saavuta tavoitettaan, ei se muutu silti yht'äkkiä merkityksettömäksi (Arendt 2007 193). Arendt toteaa (ibid., 194), että: “Jos olisi niin, että politiikan onnistumista pitäisi mitata lopputulosten perusteella, lakkaisi poliittinen toiminta heti, kun tavoitteet on saavutettu. Ja jos vain lopputuloksilla on väliä, tulee väkivallalla aina olemaan suuri rooli [politiikassa]”. Poliittisessa toiminnassa on siis tärkeää erottaa toisistaan tavoitteet ja lopputulokset. Tavoitteet ovat muuntuvaisia ja ottavat kulloisenkin tilanteen mahdollisuudet huomioon. Lopputulokset taas ovat sitä, mitä toiminnalla on saatu aikaan, oli se sitten täysin tavoitteiden mukaista tai erinäisin kompromissein aikaansaatu. Maailmankauppatoiminta on monille liikkeen aktiiveille kompromissiratkaisu ideaalisen toiminnan ja vallalla olevien poliittistaloudellisten rakenteiden välillä. Poliitikka on jatkuvaa kompromissien tekoa. Muutos on hidasta ja siihen on maailmankauppatoimijoidenkin ollut tyytyminen. Mitä suuremmat tavoitteet, sitä enemmän vaaditaan malttia.

“Toimiminen [Maailmankaupassa -EM] on myös kouriintuntuvalla tavalla opettanut, että asioita ei voi muuttaa hetkessä ja vaaditaan pitkäjänteistä työtä jossa onnistuminen ei ole etukäteen varmaa.” (E)

Liikkeet harvoin saavuttavat juuri sitä, mitä tavoittelevat (Tilly & Tarrow 2007, 128). Esimerkiksi taistelu poliittisia instituutioita ja rakenteita vastaan tuottaa hitaasti tulosta (Tarrow 2011, 220). Maailmankauppaliikkeen perimmäiset tavoitteet liittyen esimerkiksi kansainvälisen kaupan rakenteisiin ovat sen verran laajat ja kokonaisvaltaiset, että pienen liikkeen on niitä melkoisen vaikea saavuttaa.

Yhden tavoitteensa maailmankauppaliike on jo saavuttanut, kun Suomeen on liikkeen aloitteesta luotu Reilun kaupan merkkijärjestelmä ja sitä kautta reilun kaupan tuotteet ovat tulleet päivittäistavarakauppojen ja tavaratalojen valikoimiin. Näissä molemmissa

konkreettisissa policy-tavoitteissa (Tilly & Tarrow 2007, 128) on onnistuttu, vaikkei merkkikriteereihin liikkeen piirissä ollakaan täysin tyytyväisiä. Kuten todettua, osa maailmankauppatoimijoista on ajatellut, että toiminta saavuttaisi tavoitteensa ja tekisi itsensä tarpeettomaksi reilun kaupan tuotteiden saatavuuden laajennuttua marketteihin. Toiminta ei silti ole loppunut vaan pikemminkin tuo saavutus on innostanut toimintaan entistä suuremmalla tarmolla ja omaa tehtävää koko reilun kaupan kentällä on tarkennettu kohdistamalla fokus tarkemmin nimenomaan kehitysmaiden pientuottajien tukemiseen. Koska aktivismi ylipäättään perustuu pitkälti yhteenkuulumisen tarpeeseen, ei se Inglehartin mukaan katoa, vaikka tavoitellut asiat saavutteisiin. Sen sijaan saatetaan siirtyä uusiin aiheisiin. (Inglehart 1977, 290.)

Tarrowlle (2011, 220) tärkeää on huomioida myös liikkeiden kontribuutio muutoksiin poliittisessa kulttuurissa. Maailmankauppaliike onkin muuttanut poliittisen toiminnan kulttuuria toimien kulutuksen politisoinnin pioneerina Suomessa. Liike on tuonut kiistelytoiminnan repertoaariin uuden tavan toimia. Myös asioiden saaminen poliittiselle agendalle voi olla liikkeelle iso saavutus (ibid., 217). Liiketoiminnan ja poliittisten tulosten välistä yhteyttä on kuitenkin vaikea jäljittää yhden tietyn liikkeen toimintaan. Poliittisiin muutoksiin vaikuttavat sen verran monet tekijät – kuten muut liikkeet – osin epäsuorasti (ibid., 217). Tärkeä tavoite kehitysmaiden pientuottajien köyhyyden vähentämisestä on onnistunut ainakin mikrotasolla, niiden ihmisten elämässä, jotka saavat elantonsa Maailmankaupoissa myytävistä tuotteista. Ei pidä myöskään unohtaa vaikutuksia osallistumisesta kiistan vaatimusten tekoon aktivistien itsensä elämään (Tilly & Tarrow 2007, 128):

“Merkityksellistä on myös yhdistyksen omien vapaaehtoisten, harjoittelijoiden ja työntekijöiden maailmankuvan muuttuminen ja heidän omat elämänvalintansa ja kulutusvalintansa. Uskon, että vapaaehtoisten käyttäytymisellä on usein huomattava vaikutus myös heidän lähipiirinsä maailmankuvaan, mielipiteisiin ja kulutusvalintoihin.” (D).

Yhteiskunnallisten liikkeiden jäsenet osallistuvat myös Tarrow (2011, 8) mukaan itsensä kehittämiseen, millä saattaa olla epäsuoria pitkäjänteisen poliittisia vaikutuksia poliittiseen sosialisointiin ja esimerkiksi tulevaan aktivismiin (ibid., 220). Tämän

tutkielman tarkoituksena ei kuitenkaan ole mitata liikkeen onnistumista tavoitteissaan myyntilukujen tai muun vastaavan tilastoaineiston avulla vaan keskittyä selvittämään tavoitteiden poliittisia piirteitä ja merkityksiä. Vasta tulevaisuudessa tiedämme, miten tämän hetken tavoitteet ovat toteutuneet.

Ongelma, johon maailmankauppaliike haluaa toiminnallaan puuttua on tiivistettynä äärimmäinen köyhyys kehitysmaissa, minkä nähdään johtuvan kehitysmaiden alisteisesta asemasta maailmankaupassa. Surkeat palkat ja työehdot sekä lapsityövoiman käyttö ovat asioita, joihin liike ajaa muutosta. Suuryhtiöiden toiminnassa nähdään paljon ongelmia: ne siirtävät tuotannon sinne, missä palkat ja työehdot ovat huonoimmat ja hallitsevat maailmankauppaa. Kansainvälisen kaupan rakenteita haluttaisiin muuttaa niin, että kehitysmailla olisi enemmän valtaa päättää kaupastaan itse. Toisaalta rakenteet haluttaisiin muuttaa sellaisiksi, etteivät teollisuusmaiden tuotantotuet omalle teollisuudelleen ja maataloudelleen sekä vastaavasti tuontitullit kehitysmaiden tuotteille vääristäisi kilpailua maailmankaupassa. Maailmankaupat vaativat ihmisoikeuksia, ihmisarvoista elämää kaikille kansallisuuteen katsomatta. Kehitysavun sijaan ratkaisuna ongelmiin on nähty oikeudenmukainen kauppa teollisuusmaiden ja kehitysmaiden välillä. Kehitysmaiden köyhille ihmisille halutaan luoda mahdollisuus hankkia elanto omalla työllä, kestävän kehityksen mukaisesti. Maailmankaupat etsivät kauppakumppaneikseen pieniä, heikossa asemassa olevia tuottajaryhmiä ja tilaavat niiltä tuotteita, jotta tuottajat voisivat elää vapaana kurjuudesta ja laittaa lapsensa kouluun.

Jos poliittinen toimija nostaa poliittiselle näyttämölle jonkin ongelman ja kykenee konkreettisella toiminnallaan ratkaisemaan tuon ongelman, saavuttaa toimija valtaa (Lappalainen 2002, 56). Maailmankaupat toiminnallaan konkreettisesti näyttävät esimerkkiä siitä, miten oikeudenmukaista kauppaa kehitysmaiden ja teollisuusmaiden välillä tulisi käydä. Maailmankauppojen hyllyillä olevat tuotteet, joiden tekijät ovat saaneet oikeudenmukaisen palkan työstään, ovat eräänlainen poliittinen manifesti muulle yhteiskunnalle: tämä on oikeudenmukaista ja reilua kaikkia kaupan osapuolia (tuottajat, vähittäiskauppa, kuluttajat) kohtaan, muidenkin kauppojen tulisi toimia näin ja kuluttajien tulisi vaatia tällaista reilua muissakin kauppoissa kuin maailmankaupoissa.

Arendtille (2007, 113) poliittinen toiminta aloittaa aina jotain uutta, tekee aloitteen. Maailmankaupat ovat olleet Suomessa ja muuallakin teollisuusmaissa eettisen ja reilun kaupan pioneeriasemassa, luomassa uusia tapoja vaikuttaa kehitysmaiden köyhyyteen. Ne ovat olleet myös ensimmäisiä kulutusta Suomessa politisoineita toimijoita. Tällaisen toiminnan vaikutuksia ei voida euroissa mitata, vaan tulokset näkyvät siinä, miten valtavasti eettisen kaupan ala on kasvanut viimeisen 15 vuoden aikana ja miten monisyiseksi kulutustavaroiden politisoituminen on muuttunut. Maailmankauppaliikkeen tavoitteena on, että ihmiset tunnistaisivat kehitysmaista tulevien tuotteiden todellisen arvon ja tuotteisiin sisältyvän politiikan. Kulutuksemme teollisuusmaissa ei voi perustua köyhyyteen kehitysmaissa. Poliittisia piirteitä on tänä päivänä löydettävissä melkein pä tuotteesta kuin tuotteesta. Maailmankauppaliike on ollut merkittävässä asemassa tällaisen ajattelun aikaansaamisessa problematisoiden esimerkiksi suomalaisille sotien jälkeen niin itsestäänselväksi muuttuneen kulutustavaran, kahvin, taustan. Politisointi mahdollistaa yleisesti hyväksytyjen totuuksien vastustamisen (Palonen 1993, 40), mistä esimerkiksi käy halvan kahvin ja kehitysmaiden alisteisen aseman maailmankaupassa kyseenlaistaminen.

Vaatimukset voidaan kiistelyn politiikassa suunnata muuallekin kuin valtioille, vaikka Tillyn & Tarrow (2007, 6) mielestä valtiot yleensä ovat niitä tahoja, jotka asioista lopulta päättävät. Maailmankaupat suuntaavat vaatimuksensa epäsuorasti monille tahoille: valtioille, kansainvälisille elimille ja suuryhtiöille. Vaikka kansallisvaltioilla toistaiseksi lieneekin parhaat mahdollisuudet muuttaa kansainvälisen kaupan rakenteita, näkee maailmankauppaliike epätodennäköisenä, että valtiot tuota valtaansa haluaisivat tähän tarkoitukseen käyttää. Liike katsoo, että valta on valunut yhä vahvemmin kansainvälisille kauppajärjestöille ja suuryhtiöille. Maailmankaupat kanavoivat vaatimuksensa kuitenkin aika pitkälti vetoamalla tiedotuksessaan yksityisiin kansalaisiin – kuluttajakansalaisiin – mobilisoidakseen nämä mukaan reilua kauppaa vaativaan poliittiseen kuluttaja- ja kehitysmaaliikkeeseen. Samantyylliset vaatimukset tulivat esiin niin verkkomateriaalissa kuin toimijoiden haastatteluissakin. Suora yhteydenpito poliitikkoihin, suuryhtiöihin yms. on jätetty muille järjestöille keskityttäessä erityisen reilun kaupan käymiseen ja kansalaisten mobilisointiin – resurssit eivät riitä kaikkeen.

Kiistelyn politiikassa esiintyy vaatimusten esittäjien, median ja massojen välistä interaktiota, jonka määrän nousu on mobilisaatiota ja lasku demobilisaatiota (Tilly & Tarrow 2007, 92). Suomen Maailmankauppaliikkeessä saattaa olla meneillään hidas demobilisaation vaihe, vaikka muu reilun kaupan toiminta onkin aktiivista, mobilisaatiovaiheessa olevaa. Maailmankauppaliikkeen tulevaisuus voi tuoda mukanaan niin kaupallistumista kuin involuutiotakin, toiminnan surkastumista vapaaehtoisorganisaatioiksi (ibid., 130), jollei toimintakulttuurissa tapahdu muutoksia. Jatkossa olisi mielenkiintoista seurata, miten maailmankauppaliikkeen toiminta muuttuu, voimistuuko kaupallistumisen trendi ja miten erilaiset yrittäjävetoiset reilun kaupan erikoisliikkeet vaikuttavat Maailmankauppojen asemaan. Tästä näkökulmasta olisi kiinnostavaa, kuinka muuttuva toimintaympäristö, muutokset poliittisessa mahdollisuusrakenteessa edelleen vaikuttavat liikkeen tavoitteisiin. Ovatko tavoitteet jatkossakin selkeästi Reilun kaupan merkkijärjestelmästä erottuvia, vai sulautuuko liike lopulta muuhun reilun kaupan liikkeeseen. Koko reilun kaupan kenttää ja sen tavoitteita Suomessa voisi myös tutkia yhteiskuntatieteellisestä näkökulmasta.

LÄHTEET JA AINEISTO:

Internet-aineisto:

Lohjan Maailmankauppa (2008): Saatavissa <www.lohjanmaailmankauppa.sivut.fi>, luettu 24.4.2008.

Maailmankauppa Aamutähti (2011): Saatavissa <www.aamutahti.net>, luettu 22.6.2011.

Reilun kaupan edistämisyhdistys ry (2011): Saatavissa <<http://www.reilukauppa.fi/index.php?52>>, luettu 31.8.2011.

Maailmankauppa Elimu (2008): Saatavissa <www.maailmankauppaelimu.org>, luettu 24.4.2008.

Maailmankauppa Juuttiputiikki (2008): Saatavissa <www.juuttiputiikki.fi>, luettu 24.4.2008.

Maailmankauppa Mango (2008): Saatavissa <www.maailmankauppamango.net>, luettu 25.4.2008.

Maailmakauppojen liitto (2008): Saatavissa <www.maailmakaupat.fi>, luettu 25.4.2008.

Reilun kaupan TÄHTI (2008): Saatavissa <www.reilunkaupantahti.fi>, luettu 24.4.2008.

Lähteet:

Arendt, Hannah (1978): *The Life of the Mind. Vol II: Willing*. Harcourt Brace Jovanovich, New York.

Arendt, Hannah (2007): *The Promise of Politics*. Schocken Books, New York.

Beck, Ulrich (2000): *What is Globalization?*. Polity Press, Cambridge.

Beck, Ulrich & Beck-Gernsheim, Elisabeth (2002): *Individualization. Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*. Sage, London.

Bennett, W. Lance (2005): *Social Movements Beyond Borders: Understanding Two Eras of Transnational Activism*. Teoksessa: Della Porta, Donatella & Tarrow Sidney (toim.) (2005): *Transnational Protest & Global Activism. People, Passions and Power*. Rowman & Littlefield Publishers inc, Lanham.

Black, Maggie (1992): *A Cause for Our Times. Oxfam the First 50 Years*. Oxfam, Oxford.

Bowes, John (2011): *Introduction: A Brilliant Idea*. Teoksessa: Bowes, John (toim.) (2011): *The Fair Trade Revolution*. Pluto Press, London.

Brown, Michael Barratt (1993): *Fair Trade: Reform and Realities in the International Trading System*. Zed Books: London & New Jersey.

Carrigan, Marylyn & Attalla, Ahmad (2001): *The Myth of the Ethical Consumer: Do Ethics Matter in the Purchase Behaviour?* *The Journal of Consumer Marketing* 18, (7), 560-577.

Della Porta, Donatella & Tarrow, Sidney (2005): *Transnational Processes and Social Activism: An Introduction*. Teoksessa: Della Porta, Donatella & Tarrow Sidney (toim.) (2005): *Transnational Protest & Global Activism. People, Passions and Power*. Rowman & Littlefield Publishers inc, Lanham.

Eetti ry (2011): Saatavissa <<http://www.eetti.fi/mika>>, luettu 20.9.2011.

Halinen, Saana (2002): *Marginaalista valtavirtaan. Kehitysmaille oikeudenmukaisen kaupankäynnin edistäminen Suomessa 1970-luvulta 2000-luvulle*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, Yhteiskuntahistorian laitos.

Holzer, Boris (2006): *Political Consumerism Between Individual Choice and Collective Action. Social Movements, Role Mobilization and Signalling*. *International Journal of Consumer Studies*. 30, (5), 405-415.

Ilmonen, Kaj & Siisiäinen, Martti (toim.) (1998): *Uudet ja vanhat liikkeet*. Vastapaino, Tampere.

Ilmonen, Kaj (2007): *Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Vastapaino, Tampere.

Iglehart, Ronald (1977): *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton University Press, New Jersey.

Inglehart, Ronald (1997): *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press, New Jersey.

Koponen, Juhani (2009): *Development Aid at the Heart of Development Policy*. Teoksessa: Perkiö, Mika (toim.) (2009): *Perspectives to Global Social Development*. Tampereen Yliopistopaino, Tampere.

Laine, Eeva (2007): Maailmankauppaliike murroksessa – Reilun kaupan pioneerin rooli muuttuvassa toimintaympäristössä. Pro gradu -tutkielma. Yhdyskuntatieteiden laitos, Tampereen yliopisto.

Lapintie, Anastasia (2009): Tieto on avain muutokseen. Maailmankauppalehti 2009, (3), 6-7.

Lappalainen, Pertti (2002): Poliittisen tyylin taito. Vastapaino, Tampere.

Maailmankauppojen liitto (2011): Saatavissa
<<http://www.maailmankaupat.fi/liitto/index.html>>, luettu 20.9.2011.

McAdam, Doug & Tarrow, Sidney & Tilly, Charles (2001): Dynamics of Contention. Cambridge University Press, New York.

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

Murray, Robin (2011): Raising the Bar or Directing the Flood. Teoksessa: Bowes, John (toim.) (2011): The Fair Trade Revolution. Pluto Press, London.

Nygren, Anja (2009): Environmental Certifications, Fair Trade and Social Justice. Teoksessa: Perkiö, Mika (toim.) (2009): Perspectives to Global Social Development. Tampereen Yliopistopaino, Tampere.

Palmujoki, Eero (2009): Trade Rules and Development. Teoksessa: Perkiö, Mika (toim.) (2009): Perspectives to Global Social Development. Tampereen Yliopistopaino, Tampere.

Palonen, Kari (1979): Mitä politiikka on? Luonnos politiikan tutkimuksen perusteiksi. Jyväskylän yliopisto, valtio-opin laitos, Jyväskylä.

Palonen, Kari (1983): *Politics as a Dramatic Action Situation*. Teoksessa: Palonen, Kari (2007): Lindroos, Kia (toim.): *Re-thinking Politics. Essays from a quarter-century*. Yliopistopaino, Jyväskylä.

Palonen, Kari (1988): *The Study of Politics as a Project and as an Institution*. Teoksessa: Palonen, Kari (2007): Lindroos, Kia (toim.): *Re-thinking Politics. Essays from a quarter-century*. Yliopistopaino, Jyväskylä.

Palonen, Kari (1993): *Introduction: From Policy and Polity to Politicking and Politicization*. Teoksessa: Palonen, Kari (2007): Lindroos, Kia (toim.): *Re-thinking Politics. Essays from a quarter-century*. Yliopistopaino, Jyväskylä.

Palonen, Kari (2000): *Two Concepts of Politics, Two Histories of a Concepts?* Teoksessa: Palonen, Kari (2007): Lindroos, Kia (toim.): *Re-thinking Politics. Essays from a quarter-century*. Yliopistopaino, Jyväskylä.

Palonen, Kari (2003): *Four Times of Politics: Policy, Polity, Politicking and Politicization. Alternatives: Global, Local, Political*. 28, 171-186.

Palonen, Kari (2007): *Postscript: Why Does Politics Still Fascinate Me?* Teoksessa: Palonen, Kari (2007): Lindroos, Kia (toim.): *Re-thinking Politics. Essays from a quarter-century*. Yliopistopaino, Jyväskylä.

Rosenthal, Jonathan (2011): *The Greatest Challenge*. Teoksessa: Bowes, John (toim.) (2011): *The Fair Trade Revolution*. Pluto Press, London.

Saloranta, Tuija (2011): *Yksityinen tiedonanto "Liiton jäsenet 1995"*, 4.7.2011.

Scholte, Jan Aart (2000): *Globalization. A Critical Introduction*. St. Martin's Press, New York.

Shah, Dhavan ym. (2007): Political Consumerism: How Communication and Consumption Orientations Drive “Lifestyle Politics”. *Annals of the American Academy of Political and Social Science* (May 2007), 217-235.

Stiglitz, Joseph & Charlton, Andrew (2005): *Fair Trade For All. How Trade Can Promote Development*. Oxford University Press, Oxford.

Stolle, Dietlind & Hooghe, Marc & Micheletti, Michele (2005): Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation. *International Political Science Review* 26 (3), 245-269.

Swantz, Marja-Liisa (2009): *What Is Development? Teoksessa: Perkiö, Mika (toim.) (2009): Perspectives to Global Social Development*. Tampereen Yliopistopaino, Tampere.

Tervola, Marjut (2005): *Reiluus on kaupan*. Helsingin Sanomat. Saatavissa <<http://www.hs.fi/omaelama/artikkeli/Reiluus+on+kaupan/HS20051026SI1AU01b8x>>, luettu 26.10.2005.

Tarrow, Sidney & McAdam, Doug (2005): *Scale Shift in Transnational Contention*. Teoksessa: Della Porta, Donatella & Tarrow Sidney (toim.) (2005): *Transnational Protest & Global Activism. People, Passions and Power*. Rowman & Littlefield Publishers inc, Lanham.

Tarrow, Sidney (2011): *Power in Movement. Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge University Press, New York.

Teivainen, Teivo (2000): *Enter Economy, Exit Politics. Transnational Politics of Economism and Limits to Democracy in Peru*. FPSA, Helsinki.

Tilly, Charles & Tarrow, Sidney (2007): *Contentious Politics*. Paradigm Publishers, Boulder.

WFTO (2011): Saatavissa <<http://www.wfto.com/>>, luettu 20.9.2011.