

**This is an electronic reprint of the original article.
This reprint *may differ* from the original in pagination and typographic detail.**

Author(s): Pecoraro, Maria

Title: Lektio : Eettinen kuluttaminen kulutuskulttuurissa

Year: 2017

Version:

Please cite the original version:

Pecoraro, M. (2017). Lektio : Eettinen kuluttaminen kulutuskulttuurissa. *Kulutustutkimus.Nyt*, 11(1), 65-69. http://www.kulutustutkimus.net/wp-content/uploads/2017/08/Kulutustutkimus.nyt_1_2017.pdf

All material supplied via JYX is protected by copyright and other intellectual property rights, and duplication or sale of all or part of any of the repository collections is not permitted, except that material may be duplicated by you for your research use or educational purposes in electronic or print form. You must obtain permission for any other use. Electronic or print copies may not be offered, whether for sale or otherwise to anyone who is not an authorised user.

Lektio: Eettinen kuluttaminen kulutuskuulttuurissa

Maria Pecoraro

Kuten monessa asiassa, oma kokemus on se vahvin liikkeelle paneva voima. Se saa kummastelemaan asioita siinä määrin, että siitä syntyy vuosien saatossa jopa väitöskirja. Omalla elämänpolulla kiinnostus eettistä kuluttamista kohtaan kulmineitui vuonna 2007 Etelä-Koreassa vietettyyn puolivuotiseen opintorupeamaan, jonka saatossa sain kokea kuluttamiseen perustuvan kulttuurin kääntöpuolen. Pohjois-Kiinan raskasteollisuuden sylkemä saaste rikki - ja raskasmetallipäästöineen kulkeutui Soulin miljoonakaupungin ylle keltaisena tuulena sumentaen maiseman ja saaden hengittämisen tuntumaan aamulenkin jälkeen kytevältä tulelta keuhkojen uumenissa. Lempää kevätsade kirsikkapuiden kukkiessa muuttui terveyttä uhkaavaksi haposateeksi, jota paikallisetkin pakenivat valkoisen maskit kasvoillaan saateenvarjot suojanaan. Tämä lohduton todellisuus on jo miljoonien ihmisten todellisuutta tänä päivänä.

Tämä on vain yksi välähdyksenomainen kohtaaminen tapahtumaketjussa, johon syynä on kasvanut kulutus ja ihmisen toiminta. Elinympäristöjen ja luonnon saastuminen, liiallinen luonnonvarojen käyttö, ja ilmastonmuutos ajavat ihmisiä ja luontoa yhä ahtaammalle ja köyhdyttäneen ympäristömme monimuotoisuutta. Kulutamme yksinkertaisesti aivan liikaa, eivätkä maapallon tarjoamat luonnonvarat riitä millään elintasomme ylläpitämiseen. Suurinta osaa meistä koskettaa tieto siitä, että vuosi vuoden jälkeen ylitämme maapallon kantokyvyn aina vain aiemmin. Tänä vuonna se oli 8. elokuuta, jonka jälkeen olemme eläneet velaksi. Tiedämme, että tarvitsisimme jo toisen maapallon täyttämään kasvaneet tarpeet. Siihen nähden, kuinka paljon ihmiskunnalla on tietoa kuluttamisen aiheuttamista ongelmista, todellisia tekoja ja muutoksia on tapahtunut suorastaan hämmästyttävän vähän.

Viimekuussa voimaan astunut Pariisin ilmastopöytäkirja on luonut tulevaisuuden uskoa siihen, että muutoksen tarpeeseen on laajasti herätty. Päästövähennystavoitteiden lisäksi sopimuksessa pyritään ohjaamaan rahoitusvirrat kohti vähähiilistä ja ilmastokestävää kehitystä. Meidän tavallisten ihmisten ja kuluttajien näkökulmasta tämä tarkoittaa kulutuksen vähentämistä ja muutoksia monilla elämänalueilla, kuten syömisessä, asumisessa ja liikkumisen tavoissa. Aikamme suurin ja merkittävin haaste on, kuinka saamme maapallon rajatut resurssit riittämään.

Kulutustutkimus.Nyt (10) 1/2017 ISSN 1797-2345 (painettu) ISSN 1797-1985 (Verkkolehti)

Kuluttamisen kytköksen kautta kuluttajat tulevat linkittyneeksi osaksi maailmanlaajuista monimutkaista tuotannon ja kuluttamisen verkostoa. Yhtäällä ihmiset kuluttavat tavalla, joka aiheuttaa vahinkoa toisaalla. Tähän tapahtumien ja kytkösten ketjuun liittyy myös eettinen kuluttaminen, halu ja toive tehdä kuluttamisesta sellaista, joka kärsimyksen sijaan lisää ihmisten ja luonnon hyvinvointia.

Väitöskirjani kolme tutkimusta tarkastelevat eettistä kuluttamista kuluttajien näkökulmasta käsin ilmiönä, joka määrittyy ja rakentuu osana vallitsevaa kulttuuria. Kulttuuri vaikuttaa ihmisten ja yhteisöjen toimintaan, ajatuksiin sekä arvoihin usein varsin huomaamattomalla, mutta keskeisellä tavalla. Kulttuuri määrittää ihmisten elämäntapoja: se ohjaa normeineen, tarinoineen, symboleineen ja perinteineen lähes kaikkia ihmisten valintoja. Väitöskirjan tutkimuksissa paneudutaan eettisen kuluttamisen moninaisuuteen, niihin tulkintoihin ja merkityksiin, joita ilmiö saa kielessä ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa osana tilallista ja materiaalista maailmaa.

Akateemisen tutkimuksen piirissä eettistä kuluttamista on etsitty ja määriteltä monin tavoin. Yleensä eettinen kuluttaminen käsitetään tiedostaviksi kulutusvalinnoiksi, joissa kuluttaja pyrkii huomioimaan valintansa sosiaaliset ja ekologiset seuraukset. Kaiken kattavan määritelmän muodostaminen on osoittautunut perin hankalaksi, sillä eettinen kuluttaminen ei todellisuudessa muodosta arvoiltaan tai ideologialtaan yhtenäistä liikettä tai käytännöiltään yhdenmukaista toimintatapaa, vaan näyttäytyy pikemminkin eräänlaisena spektrinä monenlaisille vaihtoehtoisen kuluttamisen suuntauksille.

Aiempaa tutkimusta on leimannut vahvasti yksilökeskeisyys ja vankka usko tietoon. Tutkimuksissa onkin usein päädytty pohtimaan sitä, miksi ihmeessä ihmiset käyttäytyvät eri tavalla kuin puhuvat. Yksilöön tarkentuvan tutkimuksen oletuksia on kritisoitu etenkin kulttuurisen kulutustutkimuksen piirissä, johon tämäkin tutkimus asemoituu. Kulttuurinen kulutustutkimus korostaa paikan, tilan ja ajan merkitystä, ja näkee kuluttajan hieman häilyväneenä, jolle toisessa tilanteessa eettisyys on tärkeää ja toisessa tilanteessa ei. Sama ihminen voi omata useita, jopa vastakkaisia piirteitä - hän voi toisaalta olla irrationaalinen, tunteellinen, epäjohdonmukainen, ja toisinaan taas rationaalinen, suunnitelmallinen ja järjestelmällinen. Sellaisia kuin me arjen elämän kuluttajat usein olemmekin. Väitöskirjatutkimuksen fokus tarkentuu yksilön mielenliikkeiden sijaan ympäröivään kulttuuriin, elämäntapaan, arjen käytäntöihin ja itsestänselvyyksinä pidettyihin asioihin. Tämä ei ole ollut ensisijainen lähtökohta eettisen kuluttamisen tutkimusagendalla, ja siksi tämä tutkimus täydentää aiempaa aiheesta tehtyä tutkimusta.

Ensimmäisessä tutkimuksessa ilmeni, eettisen kuluttamisen tulkinnat ovat hyvinkin venyviä, ja taipuvat monenlaisten arvomaailmojen taakse erilaisissa konteksteissa. Tutkimus osoitti, että eettisen kuluttamisen yksilölliset merkitykset - hyvän ja tasapainoisen elämän tavoittelu - sekä maailmanpelastamiseen tähtäävät kollektiiviset merkitykset kietoutuivat arjen elämässä erottamattomasti toisiinsa. Ne kiinnittyvät arjesta tuttuihin asioihin, muodostaen monitahoisuudessaan kulttuurista kumpuavia jännitteitä. Eettisen

kuluttamisen ristiriitaisuudet liittyvät paitsi vallan ja vastuun kysymyksiin, mutta myös kulutuskulttuurin kritiikkiin. Kuluttajat eivät kuitenkaan hädäkähdä ristiriidoista, vaan ratkovat näitä erilaisin tavoin ja merkityksellistävät abstrakteja arvoja arkielämästä tuttuihin konkreettisiin asioihin, kuten vaihtoehtoisen ruoantuotannon ja jakelun suosimiseen, kasvisruokavalion noudattamiseen, liiallisen kuluttamisen vähentämiseen ja palveluiden suosimiseen tavaroiden sijaan.

Eettisestä kuluttamisesta puhutaan yleensä varsin abstraktina ilmiönä, vaikka todellisuudessa se saa muotonsa aina jossain tietyssä tilassa ja paikassa, joka on usein melko etäällä eettisen pohdiskelun tai taloudellisen rationalisoinnin maailmoista. Markkinapaikoilla, erilaisissa kaupoissa, eettinen kuluttaminen kietoutuu kaupallisiin impulsseihin, jotka puolestaan muokkaavat edelleen kuluttajien käsityksiä ilmiöstä. Väitöskirjan toisessa ja kolmannessa tutkimuksessa eettisen kuluttamisen rakentumista tarkasteltiin osana kuluttajien kokemusta ympäristöissä, joissa ostaminen varsinaisesti tapahtuu, eli kaupan tiloissa. Tuloksista ilmeni, kuinka materiaallinen ja sosiaalinen ympäristö, kaupan tila sekä tyyli, vaikuttivat siihen, millä tavalla vastuullisuus kulloinkin miellettiin.

Viimeinen tutkimus valotti eettisen kuluttamisen, kokemuksellisuuden ja esteetiikan välistä yhteyttä nostamalla esteettisen tietämisen rationaalisen tietämisen rinnalle. Kulttuurinen kulutustutkimus on tuonut jo vuosikymmeniä sitten esille, että kulutus ei ole silkkää perustarpeiden tyydyttämistä, vaan siihen liittyvät moniaistiset kokemukset, mielikuviutus, leikki, mielihyvä, symbolit ja erilaiset tunteet - siis koko inhimillisen kokemusmaailman kirjo. Väitöskirjatutkimus syvensikin tämän osalta ymmärrystä osoittamalla, että aiemmin ilmiöön liitettyjen piirteiden, kuten rationaalisuuden, poliittisuuden ja tiedostamisen lisäksi siihen liittyy yhtäläillä kokemuksellisia, huolenpitoon liittyviä ja hedonistisia puolia. Tutkimuksen mukaan eettinen kuluttaminen tuotti kuluttajille aisteihin liittyvää, henkistä, sosiaalista ja esteettistä mielihyvää. Tieto tuotteiden kestävästä tuotantotavasta ohjasi kohti esteettistä kokemusta ja tuotti mielihyvän tunnetta oikein tekemisestä.

Tutkimus edustaa tulkitsevaa ja ymmärrykseen tähtäävää kulttuurista lähestymistapaa, mutta taustalla häilyy ajatus tarpeesta muuttaa vallitsevia kulutustottumuksia. Kulutusyhteiskunnassa ihmiset ovat ensisijaisesti kuluttajia, jotka määrittelevät itsensä kuluttamisen kautta ostamalla uusia tavaroita, palveluita ja kokemuksia. Tällainen kulutukseen perustuva kulttuuri ei kuitenkaan sovi rajalliselle maapallollemme, jonka ekosysteemit heikkenevät ja luonnonvarat vähenevät päivä päivältä. Ihminen ja luonto ovat kaikkina aikoina olleet yhteydessä toisiinsa, mikä määrittää edelleen keskeisellä tavalla taloutta, kulttuuria ja politiikkaa, ja ihmisten tekemisiä.

Kulutuskulttuurin tutkijat ovat esittäneet, että kuluttajat ovat lähtökohtaisesti hyvään pyrkiviä ja eettisesti ajattelevia – harva haluaa tieteen tahtoen tuhota ympäristöä tai kohdella toisia kaltoin. Tässä kuluttajakuvassa häviää tarve muuttaa ihmiset jollain tapaa eettisemmäksi, mikä on monen tutkimuksen ja eettistä kuluttamista edistävän kampanjan lähtökohta. Keskeistä kampanjoissa ja markkinoinnissa olisikin painottaa sellaisia näkökulmia ja merkityksiä, jotka resonoisivat kuluttajien käsitysten kanssa ja liittäisivät laajat globaalit ongelmat osaksi kuluttajan henkilökohtaista kokemusho-

risonttia. Tarpeesta koskettaa ihmisten mieliä syvällisemmällä tavalla kertoo myös se, että vaikka lisääntynyt tieto kuluttamisen negatiivisista seurauksista onkin tullut kuluttajien tykö, se ei ole muuttanut kuluttamisen tapoja kestävämmäksi. Kuluttajien puhuttelemisen vaatisi toisenlaista lähestymistä ja keinovalikoimaa. Toisinaan keskustelussa eettisen kuluttamisen mahdollisuuksien edistämisestä on unohtunut kuluttajien altruististen ja egoististen pyrkimysten yhteen kietoutuminen. Eettisen kuluttamisen henkilökohtaisia ja ehkä itsekkäitäkin motiiveja ei ole syytä ylenkatsoa, sillä ne lujittavat kuluttajien tahtoa kuluttaa kestävästi ja sitouttavat sen mukaisiin valintoihin. Kuten väitöskirjan viimeisessä tutkimuksessa ilmeni, eettiseen kuluttamiseen liittyy olennaisella tavalla dialoginen huolenpito, esteettiset kokemukset ja itselle jäävä mielihyvä oikein tekemisestä.

Näihin ulottuvuuksiin kiinnittymällä eettistä kuluttamista koskeva viestintä puhuttelisi kuluttajia syvällisemmin kuin silkkä tiedonjakaminen. Markkinoijien on hyvä myös muistaa, että kuluttajat harvemmin uskovat, että heidän pienillä valinnoillaan marketissa olisi sinänsä vaikutusta maailmanmenoon. Eettisen kuluttamisen mukaiset valinnat ovat ehkä enemmän tapa etsiä sopusointua ympäröivän maailman kanssa ja pitää omatunto puhtaana. Vaikka yksittäisen kuluttajan valinnoilla olisikin vaikea nähdä globaaleja vaikutuksia, silti yksilöiden toimilla voi olla merkittäviä diskursiivisia seurauksia. Kuluttajien eteen olisi hyvä piirtää kuva myös niistä konkreettisista tuloksista, joita eettisen kuluttamisen keinoin on voitu saavuttaa. Tulosten näkeminen ja niistä kertominen voi olla eettiselle kuluttajalle palkitsevaa, tuoda osallisuuden tunnetta ja sitouttaa vastuullisiin valintoihin.

Tutkimuksessa ilmeni, että kuluttajat kaipaavat vaihtoehtoja ja keinoja valita eettisesti. Olisi ensiarvoisen tärkeää, että kuluttajien ulottuvilla olisi helppoja käytännön tapoja toteuttaa eettistä kuluttamista ja elämäntapaa. Esimerkiksi lähellä kuluttajaa olevat vaihtoehtoiset ruoan tuotannon muodot sekä jakamiseen, yhteisomistamiseen, lainaamiseen, kierrättämiseen ja vaihtamiseen liittyvät ratkaisut voisivat tarjota tällaisia arjessa toteutettavia toiminnan mahdollisuuksia. Resursseja säästävän, oikeudenmukaisen kulutuskulttuurin edistäminen tarjoaa myös innovoinnin ja liiketoiminnan mahdollisuuksia uudella tavalla ajatteleville yrityksille. Väitöskirjan tuottamaa kuluttajaymmärrystä voidaan hyödyntää uusia tuotteita ja palveluita kehitettäessä sekä markkinoinnin suunnittelun tukena. Eettisen kuluttamisen ilmiön kuluttajakeskeistä ymmärrystä voivat hyödyntää myös ne yhteiskunnan toimijat ja instituutiot, joiden tavoitteena on edistää kestävästä kuluttamisesta.

Eettinen kuluttaminen on tuonut yhteiskunnalliseen tietoisuuteen ja yleiseen keskusteluun monia tärkeitä teemoja ja näkökulmia. Sen yleistyminen laajoja kuluttajaryhmiä puhuttelevaksi ilmiöksi ja osaksi kulutuskulttuuria on mahdollistanut pienessä mittakaavassa varallisuuden jakamisen tasapuolisemmin myös niille kehitysmaiden viljelijöille ja työntekijöille, joiden ulottuvilla riittävä palkka ja hyvinvointi ei ole aiemmin ollut. Uudenlaiset tavat jakaa hyvinvointia myös kaukaisille toisille voivat toimia esimerkkinä mahdollisuudesta rakentaa tuotanto ja talous vaihtoehtoisella, reilummalla tavalla kuin tänä päivänä.

Eettinen kuluttaminen kuluttajien keinona ilmaista arvojaan ja preferenssejään on saanut myös yritykset huomaamaan kuluttajien kaipuun sosiaaliin, ekologiseen ja psykologiseen kestävyteen ja tuomaan kuluttajien ulottuville tuotteita ja palveluita, joiden valmistamisessa on huomioitu eettisiä näkökulmia. Kuluttajat ovat ryhtyneet organisoimaan esimerkiksi pienimuotoista ruoantuotantoa vaihtoehtoisin tavoin, löytäneet vertaiskaupan ja tavaroiden jälkimarkkinat, sekä alkaneet tarjoamaan toisilleen palveluja ja resurssien yhteiskäyttöä jakamistalouden ja kiertotalouden periaatteita noudattaen. Vaihtoehtoiset, ympäristöystävälliset ja inhimillisesti kestävät tuottamisen ja kuluttamisen tavat orastavat ruohonjuuritasolla.

Oikeudenmukaisen ja ekologisesti kestävä kulutuksen saavuttaminen edellyttää, että kuluttamiseen keskittyvä elämäntapamme muuttuisi nopeasti. Tämänhetkiset merkit eivät ole kovin rohkaisevia. Vaikka eettinen kuluttaminen on ollut mediakeskustelun kestoaihe, siitä huolimatta kestävä kultuskulttuuri on vielä kaukana laajamittaisesta toteutumisestaan. Tieto, lähitulevaisuuteen sijoittuvat uhkakuvat kulutuksen aiheuttamista globaaleista seurauksista, arvot, asenteet, uskomukset tai aikomukset eivät ole saaneet meitä muuttamaan elämäntapojamme, uudistamaan rakenteita, vähentämään kulutusta, saati tinkimään saavutetusta elintasosta.

Keskeisimmät eettisen kuluttajuuden ja kestävyden edistämiseen liittyvät haasteet löytyvät kulttuurisen alueelta, sillä kulttuuriin juurtuneita tottumuksia ei muuteta kovinkaan helposti. Elämäntapoja koskevien uudistusten läpivieminen edellyttää aina myös kulttuurista muutosta, ennen kuin uudenlainen ajattelu, arvot, toimintatavat käytäntöineen juurtuvat luontevaksi osaksi ihmisten arkea. Kulttuuri on kaiken inhimillisen toiminnan taustalla, jolloin sillä on keskeinen rooli myös eettisten kuluttamisen tapojen ja laajemmin kestävä elämäntavan omaksumisessa ja ylläpidossa. Kulttuuriton ta ihmistähän, saati kuluttajaa, ei ole olemassakaan. Kulttuurinen ymmärrys tässä prosessissa auttaa paitsi hahmottamaan muutosta, antaa myös avaimia ja lähestymistapoja välttämättömän muutoksen vauhdittamiseksi. Väitöskirjan tutkimusten pohjalta voisikin pohtia, kuinka kulttuuri voisi toimia eettisen kuluttamisen, ekologisen kestävyden ja ihmiskunnan hyvinvoinnin edistäjänä nyt ja tulevaisuudessa.

Kauppätieteiden tohtori, filosofian maisteri Maria Pecoraron markkinoinnin alaan kuuluva väitöskirja "Eettinen kuluttaminen kulutuskulttuurissa" tarkastettiin 9.12.2016 Jyväskylän yliopistossa.

Email: maria.pecoraro@jyu.fi; maria.pecoraro@jooli.fi