

# Eettisen kuluttamisen monet merkitykset

**Maria Pecoraro**

---

## TIIVISTELMÄ

Artikkeli käsittelee eettisestä ruoan kuluttamisesta käytävää keskustelua mediassa tämän päivän Suomessa. Sanomalehtiartikkeleista koostuvaa aineistoa tarkastellaan sosiaalisen konstruktionismin näkökulmasta ja analysoidaan kriittisen diskursianalyysin keinoin. Eettistä ruoan kuluttamista käsittelevästä aineistosta nousee esiin neljänlaisia diskursseja, joita ovat altruistisen välittämisen, terveyden ja turvallisuuden, kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssit. Altruistisen välittämisen sekä terveyden ja turvallisuuden diskurssit ovat yksityisestä elämäpiiristä kumpuavia merkityssysteemejä, kun taas kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssit edustavat viranomaisten, asiantuntijoiden ja liike-elämän julkisen elämämpiirin diskursseja. Kuluttajien, viranomaisten ja talouden diskurssit kamppailevat kielessä toisiaan vastaan eettisen kuluttamisen representaatioista ja niihin liittyistä arvoista ja tavoitteista. Laajasti tarkasteltuna eettisen ruoan kuluttamisen diskurssien mahdollisia seurauksia ovat ruoan ja elintarvikkeiden tuotantoketjun jäljitettävyyden ja yritysten toiminnan läpinäkyvyyden vaatimus sekä kuluttajien informoinnin ja tiedon jakamisen tarve. Yhteiskunnassamme keskustellaan ja pohditaan yhä aktiivisemmin ruoan kulutuksen seurauksiin ja vastuun jakamiseen liittyviä moraalisia kysymyksiä.

## JOHDANTO

Eettisestä ruoan kuluttamiseen liittyvistä teemoista ja aiheista keskustellaan mediassa miltei päivittäin. Keskusteluja leimaa moniäänisyys, jonka voi havaita lukemalla erilaisia mediatekstejä, joiden teemat risteilevät ilmastonmuutoksesta eläinten oikeuksiin tai kehittyvien maiden työntekijöiden ihmisoikeuksia koskeviin aiheisiin.

Kiinnostukseni eettistä kuluttamista kohtaan tutkimusaiheena heräsi ongelmasta, kun en kuluttajan arjessani enää kyennyt tekemään eettisiä ostopäätöksiä, vaikka kartutinkin tietämystäni aiheesta lukemalla tutkimuksia ja seuraamalla aiheelle vihkiytyneitä internet-sivustoja. Todelliseen pulmaan jouduin ruokakaupassa käydessäni, kun yritin puntaroida ostovalintojani eettisin perustein. Arkisen pohdintani seurauksena oivalsin, että tuote kuin tuote voitiin esittää ja nähdä jossain mielessä eettiseksi, vastuulliseksi, tai vaikkapa ympäristöystävälliseksi. Halusin ryhtyä tutkimaan, miten eettistä

kuluttamista voitaisiin ymmärtää ja hahmottaa tieteen näkökulmasta, sillä en ollut ongelmani kanssa yksin.

Eettinen kuluttaminen on laaja kattokäsite, jonka alle mahtuu monenlaisia kuluttamisen periaatteita, arvoja ja käsityksiä. Tutkimuksissa eettinen kuluttaminen on yleensä määritelty ostovalinnoiksi, joissa kuluttaja huomioi kulutuspäätöksensä seuraukset ympäristölle, ihmisille ja eläimille (Carrigan, Szmigin & Wright 2004). Yhteistä moninaisille määritelmille on se, että eettinen kuluttaja on kiinnostunut kuluttamisen aiheuttamista seurauksista ympäröivään maailmaan (Harrison, Newholm & Shaw 2006, 2). Eettinen kuluttaminen vaatii kuluttajilta kiinnostusta, tiedonjanoa ja aktiivisuutta. Eettisiä kuluttajia ei voida niputtaa jaettujen arvojen tai päämäärien perusteella, sillä valinnat voivat kummuta erilaisista poliittisista, henkisistä, ekologisista tai vaikkapa sosiaalisista lähtökohdista (Harrison et al. 2006, 2). Kuluttajien preferenssit ja arvot eivät ole pysyviä, vaan ne muokkautuvat ja elävät tilanteissa ja ovat sosiaalisesti rakentuneita jokapäiväisen elämän rytmissä (Moisander 2001, 92).

Sosiologi Anthony Giddensin (1990) mukaan elämme yhteiskunnassa, jossa traditio ja universaalit ohjenuorat ovat purkautuneet sillä seurauksella, että maailma avautuu yksilöille jatkuvien valintojen mahdollisuutena. Postmoderni valinnanvapaus arkisissa kulutuspäätöksissä velvoittaa siten yksilöitä pohtimaan valintojen perusteita subjektiivisesta lähtökohdista (Giddens 1990, 15-16). Diskursiivinen ja dialogisuutta korostava näkökulma sosiaalisesta maailmasta tarjoaa mahdollisuuden tarkastella eettistä kuluttamista erilaisten tavoitteiden ja arvomaailmojen valossa, missä voidaan huomioida ilmiön moninaisuus ja sirpaleisuus, esimerkiksi moniäänisissä mediakeskustelussa (Beck 1995,50; Giddens 1995, 136. 147).

Keskityn tarkastelussani erityisesti ruoan eettiseen kuluttamiseen. Koska ruoka tulee lähelle jokaista, otaksuin sen nostattaneen keskustelua myös eettisen kuluttamisen piirissä. Aineistoni koostuu Helsingin Sanomissa 1.1.2006 – 30.6.2007 välisenä aikana julkaistuista artikkeleista, jotka käsittelevät eettisen ruoan kuluttamista. Tutkimukseni tavoite on analysoida, mitä eettisellä ruoan kuluttamisella tarkoitetaan, miten sitä esitetään eri näkökulmista ja merkityksellistetään kielessä tämän päivän Suomessa. Pyrin hahmottamaan mediakeskustelusta eettisen kuluttamisen diskursseja ja niiden välisiä suhteita.

## **KRIITTISEN DISKURSSIANALYYSIN NÄKÖKULMA MEDIA-AINEISTOON**

Analysoin eettisestä kuluttamisesta käytävää mediakeskustelua sosiaalisen konstruktionismin ja kriittisen diskurssianalyysin viitekehyksessä, jossa merkitysten ymmärretään rakentuvan sosiaalisessa vuorovaikutuksessa ja saavan jaetut merkitykset ja representaatiot kielessä (Suoninen 2006, 19-20). Erilaiset näkökulmat, arvot ja merkitykset muodostavat diskursseja, joilla eettisestä ruoan kuluttamisesta voidaan puhua.

Eettinen kuluttaminen kulttuurisena ilmiönä muotoutuu sosiaalisen vuorovaikutuksen seurauksena, kun viranomaiset, talouselämän edustajat sekä

yksityiset kuluttajat käyvät julkista neuvottelua aiheeseen liittyvistä teemoista ja määrittelyistä. Eettisen kuluttamisen ilmiö elää, muuttuu ja vaikuttaa ajassa ja paikassa, eikä yksi taho voi yksin vaikuttaa sen representaatioihin ja sisältöihin. Yksittäisen osapuolen ääni ei kuulu kovin kauas, mutta keskustelut muodostavat kokonaisuuden, jolla on heijastuksensa ja seurauksensa (Lehtonen 2004, 23).

Todellisuuden ilmaisut syntyvätkin vuorovaikutuksessa ja ilmenevät keskustelupuheenvuoroissa. Sosiaalisen todellisuuden merkityksenannot rakentuvat arvojen ja näkökulmien varaan, mikä edellyttää näkökulman ottavan toimijan. Arkipuhe, samoin kuin mediassa käytävä keskustelu on täynnä tarinoita ja eri diskurssien sirpaleita. (Fairclough 2002, 66; Sulkunen & Törönen 1997, 27, 34.) Määrittelen diskurssin tutkimuksessani suhteellisen ehyeksi merkityssuhteiden systeemiksi, joka rakentuu sosiaalisissa käytännöissä ja rakentaa samalla sosiaalista todellisuutta (Jokinen, Juhila & Suoninen 2004, 27). Eettisen kuluttamisen erilaiset diskurssit muodostavat merkityskokonaisuuksia, joissa ilmiö representoidaan tietynlaiseksi toiminnaksi. Representaatio tarkoittaa yksinkertaisesti jonkin esittämistä jonkinlaiseksi, mihin sisältyy tiettyjä näkökulmia, arvoja ja vallankäyttöön liittyviä tarkoituksia (Fairclough 2002, 66, 75, 124; Lehtonen 2004, 44-46).

Diskursseissa toimijoille rakentuu erilaisia rooleja tai asemia, joita nimitän analyysissäni subjektipositioiksi. Yhden yhtenäisen minän sijaan yksilö voi liikkua joustavasti monenlaisissa diskursseissa, jolloin subjektipositiotkin vaihtelevat tilanteen mukaan. Toimijat voivat tuottaa keskenään ristiriitaisia versioita asioista nojautuen eri diskursseihin jopa samassa lauseessa, tulkitsemalla merkityksiä eri tavoin ja yhdistelemällä diskursseja eri tavoin. (Fairclough 2002, 238; Jokinen, Juhila & Suoninen 2004, 38-39.) Monifunktionisesta näkökulmasta tarkasteltuna teksteillä on aina kolme yhtäaikaista, toisiinsa erottamattomasti kietoutuvaa tehtävää, joissa ne rakentavat representoinnein tieto- ja uskomusjärjestelmiä, määrittelevät sosiaalisia suhteita ja identiteettejä sekä konstruoivat kirjoittajien ja lukijoiden välisiä suhteita. Tarkastelutavassa tekstit on tulkittava vaihtoehtojen kokoelmaksi. (Fairclough 2004, 29-30, 80.)

Kielitieteilijä Norman Faircloughin (2002, 10, 264) mukaan ajallemme on tyypillistä kulttuurin alueen erityinen näkyvyys yhteiskunnallisessa järjestyksessä ja muutoksessa, missä media tarjoaa julkisen areenan yhteiskunnallisille neuvotteluille, jossa myös eettisen kuluttamisen ilmiötä määritellään. Median valta perustuu kielen diskursiiviseen luonteeseen ja sen rooli on toimia välittäjänä yksityisen ja julkisen elämänpiirin välillä. Diskurssit vaikuttavat sosiokulttuuriseen maailmaan, mutta myös siinä tapahtuvat muutokset heijastuvat puheeseen ja diskursseihin. Diskurssien ja sosiokulttuurisen maailman suhde on siis dialoginen. (Fairclough 2002, 10, 54, 81-82.)

Vaikka keskustelut valikoituvat median aiheiksi monivaiheisessa prosessissa, on se silti tärkeä yhteiskunnallisten ja kulttuuristen muutosten alullepanija ja ylläpitäjä. Media on vahvasti läsnä nykypäivän elämässä, jolloin siellä käyty keskustelu on yhteiskunnan muutosten, valtasuhteiden ja vallitsevien ajatusten herkkä mittari ja osoittaja (Fairclough 2002, 63-66, 73). Siksi myös eettisen kuluttamisen käsitteen ja ilmiön tutkiminen media-

aineiston valossa on perusteltua ja mahdollisesti uudenlaisia näkökulmia avaava.

## **ALTRUISTINEN VÄLITTÄMISEN DISKURSSI**

Altruistisessa välittämisen diskurssissa eettinen kuluttaminen representoituu toiminnaksi, jossa pyrkimyksenä on pyyteettömästi edistää hyvyyden ja oikeudenmukaisuuden toteutumista jokapäiväisessä elämässä. Eettinen kuluttaja ei tavoittele omaa hyötyä, vaan arkisten ostopäätösten tavoitteena on vaikuttaa positiivisesti ympäristön, eläinten ja muiden ihmisten hyvinvointiin. Ruoan kulutustottumukset käsitetään diskurssissa moraalisisina kysymyksinä, joihin on etsittävä puhtaan omatunnon takaavat ratkaisut. Altruistinen välittämisen diskurssi vetoaa voimakkaasti kuluttajiin, sillä se on eräänlainen eettisen kuluttamisen ideaali.

Corral (argentiinalaisen Reilun kaupan järjestelmään kuuluvan hedelmäyhtiön edustaja) kertoo hämmästelevänsä sitä, että Reilun kaupan hedelmät menevät Suomessa kaupaksi yhä paremmin. "Ihailtavaa, että ihmisillä on täällä niin suuri sosiaalinen omatunto, että he ostavat jotakin kalliimpaa auttaakseen ihmisiä, jotka ovat kymmenien tuhansien kilometrien päässä", hän sanoo.

Reilun kaupan myynti kasvoi maailmassa lähes neljänneksellä HS 29.6.2006 (Talous)

Diskurssi kuroo umpeen välimatkaa elintarvikeketjun ääripäissä olevien ihmisten välillä. Eettinen kuluttaminen representoituu altruistisessa välittämisen diskurssissa keinoksi toteuttaa humaaneja arvoja arjessa. Siihen tukeudutaan etenkin mielipideosaston kirjoituksissa ja kuluttajia informoivissa artikkeleissa, joissa esimerkillinen yksilö kertoo eettisistä periaatteistaan, kulutustottumuksistaan tai siitä, kuinka kuluttamalla eettisesti on mahdollista edistää hyvinvointia ja suojella luontoa.

Diskurssissa esiintyvät usein emotiot, ihmisten henkilökohtaiset kokemukset ja tarinat tutkimustiedon ja tilastojen sijaan. Sille on luonteenomaista tarinallisuus ja vetoaminen yksittäisiin kuluttajiin, joten sen voi tulkita edustavan yksityisen, arkikokemukseen perustuvan elämänpiirin diskurssia eettisessä kuluttamisessa.

Altruistinen välittämisen diskurssi nojautuu individualistiseen maailmankuvaan ja ihmiskäsitykseen, sekä eurooppalaisen humanismin perinnölle. Ilmiön taustalla voi tulkita piilevän syyllisyydentunteen hyvinvoinnista samalla kun toinen puoli maapallosta elää köyhyydessä. Eettiseen kuluttamiseen kuuluu myös lähimmäisenrakkauden idea, joka laajenee koskemaan ihmisiä ruoantuotannon alkujuurilla kaukaisissakin maissa. Diskurssissa myös eläimet nähdään itseisarvoisina olentoina, joita ei tulisi kohdella välineellisesti oman hyödyn saamiseksi.

Altruistisen välittämisen diskurssin etiikka nojaa velvollisuuseetiikan imperatiiviseen luonteeseen, joka määrää, kieltää, sallii ja on ehdoton. Sen taustalla vaikuttaa Kantin kategorinen imperatiivi, jonka mukaan ihmisellä on velvollisuus "toimia siten, että hän kohtelee ihmisyyttä aina päämääränä,

eikä koskaan vain keinona” (Yrjönsuuri 1998, 71). Altruistisen välittämisen diskurssissa kuluttajalla on velvollisuuksia, jotka määrittävät tekojen hyvyttä ja eettisyyttä. Toisaalta diskurssin voi tulkita perustuvan myös hyveetiikan mukaiselle ajattelulle, jonka tavoitteena on hyveellinen elämä ja hyväntahtoisuus (Yrjönsuuri 1998, 104).

Diskurssista on tulkittavissa lähtökohta oletus, että yksilöiden arkisilla kulu- tusvalinnoilla supermarketissa on suora yhteys laajempaan kehityskulkuun, kuten kulutuksen negatiivisten vaikutusten vähentämiseen. Siksi sen käyt- täjilleen tarjoama subjektipositio on aktiivinen, ja tuottaa hyveellisen ja oi- keamielisen ihmisen identiteetin.

Yksittäisen kuluttajan valinnanvapaudella on kääntöpuolensa: kuluttajalla on henkilökohtainen vastuu valintojensa seurauksista. Varsinkin mielipide- osaston kirjoituksissa vastuu vaihtuu velvollisuudeksi, joka oikeuttaa kärke- vään syyttelyyn muiden kanssakuluttajien vastuuttomista ostotottumuksis- ta. Altruistisen välittämisen diskurssiin kuuluu sen yksilöllisyyttä korostavan luonteen takia myös vahva optimistinen usko siihen, että yksilön valinnoilla on merkitystä ja että ihmisillä on olemassa ratkaisu kuluttamiseen liittyviin erilaisiin ongelmiin – kunhan he vain lakkaavat ajattelemasta itseään ja toimivat toistensa, ympäristönsä ja eläinten parhaaksi.

## **TERVEYDEN JA TURVALLISUUDEN DISKURSSI**

Terveyden ja turvallisuuden diskurssissa eettinen kuluttaminen näyttäytyy sellaisena toiminnan mahdollisuutena, jossa tavoitteena on kuluttajan, niin itsensä kuin muidenkin, turvallisuus, terveys ja erilaisten yhteiskunnassa ja maailmassa vaanivien riskien hallinta. Etenkin luonnonmukaisesti tuotettu- jen elintarvikkeiden ja ruoan puolustuspuheissa nojataan turvallisuuden ja terveellisyyden diskurssiin. Eettistä ruoan kuluttamista käsittelevän aineis- ton perusteella voi hahmottaa, että erityisesti yksityisten kuluttajien turval- lisuuden kaipuu motivoi heitä eettiseksi tulkittuihin valintoihin. Altruistisen välittämisen diskurssin tapaan terveyden ja turvallisuuden diskurssi on ku- luttajien yksityisen elämänpiirin diskurssi sen nojatessa arkikokemuksiin, tuntemuksiin ja henkilökohtaisiin näkökulmiin.

Hullunlehmäntauti oli ihmisen vika. Nyt lintuinfluenssa on kehittynyt ja lähtenyt leviämään suurilta tehdasmaisilta lintutiloilta. Todellinen taudin levittäjä on kansainvälinen siipikarjateollisuus. [...] Tällä het- kellä kulutamme niitä aivan liikaa kansanterveydelliseltä kannalta katsottuna sekä maapallon kantokykyä ajatellen. Lihan, maidon ja munien tuotanto on osa nälkäongelmaa. [...] Ihminen on nostanut it- sensä luomakunnan kruunuksi ja unohtanut olevansa osa luontoa. Kun kohtelemme muita eläimiä ja luontoa kuten kohtelemme, satu- tamme myös itseämme. Luonnon on väkisinkin iskettävä takaisin.

Tehotuotanto syynä eläintautien leviämiseen HS 14.3.2006 (Mielipi- de)

Mielipideosastolla julkaistu kirjoitus kertoo eettiseen kuluttamiseen liittyvien teemojen kietoutumisesta erottamattomasti toisiinsa, sillä se viittaa huoleen ympäristöstä, ihmisten ja eläinten oikeuksista, nälänhädästä sekä kaupan-

käynnin globaalista oikeudenmukaisuudesta. Kun altruistisen välittämisen diskurssissa vaaditaan eläinten kohtelemista itseisarvoisina yksilöinä, niin tässä diskurssissa lihan tehotuotanto aiheuttaa uhan ihmisten terveydelle ja turvallisuudelle eläinsairauksien ja ekosysteemin kestämyyden muodossa. Pelon retoriikkaan kuuluvat uhkakuvien maalailu, uskonnollisesti sävyttyneet toteamukset ja kärkevät mielipiteet syyllisestä.

Terveyden ja turvallisuuden diskurssissa yhdistyvät saumattomasti muiden ihmisten hyöty ja omat edut, mikä ei vähennä tekojen eettisyyttä. Kun ihminen toimii oman etunsa mukaisesti ruokavalinnoissa, tuottaa hän hyötyä myös muille. Terveyden ja turvallisuuden diskurssi perustaa valinnan teleologisen etiikan utilitaristiseen suuntaukseen, jossa eettisyyttä arvioidaan seurausten perusteella. Kun ostopäätös tuottaa mahdollisimman paljon hyvää mahdollisimman suurelle määrälle ihmisiä, on se eettinen (Airaksinen 1987, 136). Diskurssi pyrkii ohjaamaan kuluttajaa sellaisiin kokemuspohjaisiin valintoihin, joita motivoivat niin hänen oma kuin muidenkin etu. Seuraamusetiikan ongelma on se, että tekojen seurauksia ei voida tietää etukäteen, vaan toiminnan perusteet ovat toisinaan hyviä oletuksia. Toinen ongelma syntyy siitä, että jos teon tekee eettiseksi sen seuraus, saattaa tarkoitus pyhittää keinot. (Yrjönsuuri 1998, 62.)

Eettistä kuluttamista käsittelevissä artikkeleissa terveyden ja turvallisuuden diskurssi ilmenee usein mielipidekirjoituksissa, joissa yksilöt esittävät huolensa kuluttamisesta ja sen aiheuttamista riskeistä. Sosiologi Ulrich Beckin (1990) analyysi nyky-yhteiskunnasta ja sen tuottamista uhista ja riskeistä tekee ymmärrettäväksi terveyden ja turvallisuuden diskurssin vahvuuden, vallan ja käyttövoiman.

Kuten altruistisen välittämisen diskurssiin, myös terveyden ja turvallisuuden diskurssiin kuuluu itsestään selväksi muotoutunut oletus yksittäisten kuluttajien mahdollisuudesta vaikuttaa ja hallita kuluttamisesta aiheutuvia ongelmia. Terveyden ja turvallisuuden diskurssin tarjoama subjektipositio on aktiivinen, tiedostava, järkevä ja samalla individualistinen.

## **MARKKINATALOUDEN DISKURSSI**

Talous voidaan yleisesti nähdä ja tulkita reaalisena, ylisosiaalisen rakenteen sijaan puhe- ja ajattelutapana, diskurssina, joka on sosiaalisesti tuotettu ja usein vahvasti esillä julkisessa keskustelussa (Harald 1997, 263). Markkinatalouden diskurssissa eettinen kuluttaminen representoituu kuluttajien tarpeeksi puhdistaa omaatuntoaan ja toisaalta kantaa huolta ympäristöstään, eläimistä ja muista ihmisistä.

Markkinatalouden periaatteen mukaisesti yritysten on vastattava tarpeeseen ja kysyntään tarjoamalla sellaisia tuotteita, jotka tyydyttävät kuluttajia. Ruokakaupassa tehdyt ostopäätökset toimivat signaaleina, joista kuluttajan todellisia tarpeita ja haluja voidaan päätellä. Diskurssi nojautuu käsitykseen suvereenista autonomisesta kuluttajasta, jolla on käytössään oleellinen tieto oman hyödyn maksimoimiseksi ja oikean päätöksen tekemiseksi (Eräranta & Moisander 2006, 17-18, 21). Oikeudenmukaisuus, vastuullisuus

ja eettisyys ovat arvoja ja hyötyjä, joiden välillä kuluttajalla on mahdollisuus puntaroida arkisia valintojaan.

Kauppa totesi 1990-luvun lopun luomuhuuman jälkeen varsin pian, että kauppa ei käy. Joten rationaalisena päätöksenä oli supistaa luomutuotteiden tarjontaa. Elintarviketeollisuuden tutkimuksissa on havaittu, että alle prosentti ihmisistä maistaa eron luomun ja muilla tavoin tuotettujen elintarvikkeiden välillä. [...] Kuluttajat kyllä äänestävät lompakollaan kotimaisuuden ja eettisesti tuotetun hyväksyttävän tuotantotavan puolesta ilman luomuakin.

Kotimainen luomutuotanto on pienimuotoista ja pysyy sellaisena HS 9.10.2006 (Mielipide)

Markkinatalouden diskurssi tarjoaa aktiivisen subjektiposition kuluttajalle, sillä elintarvikkeiden ja ruoantuotannon eettisyyden tulkitaan riippuvan hänen valinnoistaan. Valinnan mahdollisuus ja päätösvalta merkitsevät kuluttajalle vastuuta, sillä hänen katsotaan olevan viime kädessä vastuussa suosiensa tuotteiden aiheuttamista seurauksista. Markkinatalouden diskurssissa kuluttaja on ehdoton kuningas valintoineen ja vastuineen. Yritysten rooli on toimia kuluttajien tarpeiden ja toiveiden täyttäjänä, jolloin se ei itse olekaan vastuussa tuotantotavoistaan ja toiminnastaan. Markkinatalouden diskurssissa eettiseen kuluttamiseen liittyy sellainen käsitys, että mikä ei ole taloudellisesti kannattavaa, ei myöskään voi olla eettistä.

”Varakkaat suomalaiset arvostavat luomutuotteita.”

Tutkimus: Varakkaat arvostavat luomutuotteita HS 24.12.2006 (Kotimaa)

Eettinen kuluttaminen ymmärretään diskurssissa myös elämäntyyliin, sosiaaliseen statukseen ja identiteettiin liittyvänä valintana. Koska eettiset elintarvikkeet ja vaihtoehtoisin menetelmin tuotetut raaka-aineet mielletään usein kalliimmiksi kuin tavalliset tuotteet, tulkitaan eettisyys erityisesti keskivertoa varakkaampien ja koulutettujen elämäntyylinä.

Diskurssissa toistuvat sanat looginen, itsestään selvä ja rationaalinen, jolloin tehokkaasti tuotetut elintarvikkeet ja ruoka representoituvat eettisiksi. Diskurssissa toistuvat kuvailevat ilmaisut paljastavat diskursiivisen vallankäytön keinon, tietyn näkemyksen luonnollistamiseen. Kielen valta määritteli asioita piiloutuu naturalisaatioon, jonka avulla ihmiset ohjataan ymmärtämään jokin asia itsestäänselvydeksi (Jokinen & Juhila 2004, 91). Markkinatalouden diskurssiin eivät tukeudu ainoastaan yritysten edustajat, vaan usein myös yksityiset kuluttajat perustellessaan näkemyksiään eettisestä kuluttamisesta.

Markkinatalouden diskurssiin liittyy käsitys, että globaali taloudellinen ja sosiaalinen eriarvoisuus ja köyhyys ovat seurausta taloudellisesta kehittymättömyydestä ja kyvyttömyydestä ohjata taloutta kasvu-uralle. Siinä perätään teknologista edistystä, uusia innovaatioita ja kilpailukyvyn parantamista eettisyyden lisäämiseksi kuluttamisessa. Diskurssissa kuluttaminen käsitetään lähtökohtaisesti yksilön keskeiseksi oikeudeksi ja systeemin toimivuuden kannalta välttämättömyydeksi. Sen tähden kuluttamista sinänsä ei kyseenalaisteta. Diskurssi nojautuu käsitykseen markkinatalouden itseohjau-

tuvuudesta ja toimivuudesta sekä konsumerismiin ihmisten oikeutena ja velvollisuutena.

## **KESTÄVÄN KEHITYKSEN DISKURSSI**

Kestävän kehityksen diskurssissa eettinen kuluttaminen representoituu keinona edistää globaalia kehitystä kohti parempaa tulevaisuutta. Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet (Ollikainen 1992, 101).

Etenkin virkamiehet ja asiantuntijat viittaavat kestävän kehityksen diskurssiin kirjoittaessaan ruoan kuluttamisesta. Kestävän kehityksen diskurssin näkökulma on globaali ja siinä painottuukin maailmanlaajuisen instituutioiden yhteistyön merkitys miltei ainoana keinona vaikuttaa kuluttamisen eettisyyteen maailmassa. Diskurssiin tukeutuvat erityisesti poliitikot, jotka vaativat yhteisiä sääntöjä kansainvälisille yrityksille sekä sitoumuksia eettisistä ja vastuullisista toiminta- ja tuotantotavoista.

Eettisestä kuluttamisesta puhutaan asiantuntijakielellä, jonka erikoissanaston ja käsitteiden viidakossa tavallisten kuluttajien on vaikea ottaa selkoa sen sisällöstä. Siksi tulkitsen kestävän kehityksen diskurssin julkiseen elämänpiiriin lukeutuvaksi diskurssiksi.

Tässä näkökulmassa kuluttajalla ei nähdä olevan mahdollisuutta vaikuttaa kuluttamisesta aiheutuviin ongelmiin, joten diskurssin yksittäiselle kuluttajalle tarjoama subjektipositio on hyvin passiivinen. Kun kuluttajien mahdollisuudet kaventuvat diskurssissa oman hyödyn etsimiseen ruokakaupassa, uskotaan heidän valitsevan viime kädessä halvimmalla tarjolla olevan tuotteen. Kuluttaja tulkitaan olosuhteiden uhriksi, jolla on ainoastaan mahdollisuus valita niistä vaihtoehdosta, joita talouden ja yhteiskunnan kasvottomat valtaapitävät toimijat hänelle tarjoavat. Kestävän kehityksen diskurssissa vastuu kuluttamisen aiheuttamista vahingoista ei palaudu yksittäisille kuluttajille, vaan talouden ja yhteiskunnan instituutioille.

Kuluttajilla ei ole mahdollisuuksia tehdä omaan arvomaailmaansa perustuvia valintoja ja ostaa vastuullisesti valmistettuja elintarvikkeita, koska niistä ei ole saatavilla oikeaa tietoa. Elintarvikeketju ei ole niin läpinäkyvä kuin annetaan ymmärtää, vaikka se olisi ehdoton edellytys luottamuksen aikaansaamiseksi. Kuluttajien tiedontarvetta korostetaan viime kesänä valmistuneessa kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunnan kansallisessa toimenpideohjelmassa.

Vastuullisesti tuotettu ruoka alkanut kiinnostaa kuluttajia HS 19.3.2006 (Vieraskynä)

Viranomaisten näkökulmassa lähtökohdan muodostaa oletus, että kuluttajilla ei ole kylliksi informaatiota ja kykyä eettisten kulutusvalintojen tekemiseksi. Asiantuntijoiden ja viranomaisten nähdään olevan se taho, joka kykenee arvioimaan kuluttamiseen liittyviä seurauksia ja ohjaamaan sitä eettiseen ja vastuulliseen suuntaan. Heidän roolinsa on siis toimia kansalaisten ja kuluttajien palvelijoina koko kansakunnan hyväksi.



Kestävän kehityksen diskurssin eettisyys nojaakin teleologiseen ja erityisesti utilitaristisen etiikkaan. Yleensä utilitarismissa lähtökohtana on, että kukin yksilö saa itse määritellä sen, mikä on hänen arvojensa kannalta hyödyllistä. Kestävän kehityksen diskurssin utilitarismi perustuu asiantuntijoiden "objektiivisiin" arvioihin, jotka määrittyvät riippumatta yksilöiden kokemuksesta. Näkökulma kumpuaa oletuksesta, että ihmiset eivät itse kykene ymmärtämään ja toimimaan omaksi parhaakseen.

Kestävän kehityksen diskurssin valta kytkeytyy asiantuntijuuteen ja viranomaisten hallitsevaan asemaan, jossa he voivat määritellä käsitteitä, ohjata taloutta erilaisin keinoin ja välittää tuotantoon ja kuluttamiseen liittyvää tietoa eri mittausmenetelmin ja todennäköisyyksiin pohjautuvin arvioin. Viranomaisten asiantuntijuuteen nojautuva normatiivinen valta legitimoituu kuluttajien luottamuksesta heitä ja heidän edustamiaan instituutioita kohtaan, mikä puolestaan syventää kuluttajien riippuvuutta asiantuntijoista. Niin kauan kuin kuluttajat luottavat ja uskovat viranomaisten ja asiantuntijoiden toimivan pääasiassa heidän parhaakseen, on sitaatissa viitatulla "virallisuudella" luottamusta herättävä konnotaatio. (Beck 1995, 50; Giddens 1990, 27, 88-92.) Kestävän kehityksen diskurssissa termi eettinen kuluttaminen on korvattu usein käsitteillä vastuullinen tai kestävä kuluttaminen.

Kestävän kulutuksen ja tuotannon saavuttaminen edellyttää hyvin monisyistä talouden, ympäristön ja yhteiskunnan vuorovaikutusta. Erityisesti pitää pureutua sääntöihin ja toimenpiteisiin, jotka muovaavat ostokäyttäytymistä.

Kestävä tuotanto ja kulutus vaativat uutta politiikkaa HS 11.3.2006 (Vieraskynä)

Kestävän kehityksen diskurssista voi tulkita kirjoittamattoman taustakäsityksen, että yhteiskunnan kilpailukyvyyn ylläpitäminen ja siihen liittyvä taloudellinen kasvu voidaan yhdistää saumattomasti eettisyyteen kuluttamisessa. Kestävän kehityksen diskurssissa uskotaan teknologisten innovaatioiden mahdollistavan taloudellisen kasvun, varmistavan yhteiskunnan kilpailukyvyyn kiristyvillä globaaleilla markkinoilla ja tarjoavan eettisiä ratkaisuja kuluttajien arkeen. Kestävän kehityksen diskurssissa usein viljeltyjä termejä ovatkin kilpailukyky, innovaatio, talouskasvu ja poliittinen ohjaus.

Diskurssi sisältää moniaineksisuudessaan myös hyvinvointivaltion idean, jossa valtio on vastuussa kansalaisistaan ja viranomaisten ja asiantuntijoiden nähdään omaavan tarpeellinen tieto ja taito kokonaiskehityksen ohjaukseksi kaikille suotuisampaan suuntaan. Kestävän kehityksen diskurssissa viranomaiset ja tutkimuslaitokset representoivat kuluttajien edun vartijoiksi, joiden päämääränä on tarjota kuluttajille tietoa ostopäätösten helpottamiseksi. Kuluttajien informointi, koulutus ja neuvonta ovat viranomaisten velvollisuuksia, mutta ne toimivat samalla tehokkaina tapoina vahvistaa diskurssin tulkintaa eettisestä kuluttamisesta.

## **EETTISEN KULUTTAMISEN DISKURSSIEN VÄLISET SUHTEET**

Diskurssit ilmenevät teksteissä ja puheissa pieninä palasina ja viitteinä, ja ne ovat usein myös kietoutuneita toisiinsa. Toisinaan diskurssit kamppaile-

van toisiaan vastaan kilpailussa ilmiöiden merkityksistä (Jokinen, Juhila & Suoninen 2004, 24-29.) Fairclough (2002, 77) nimittää tätä diskurssien verkostoa diskurssijärjestykseksi, joka on käsite, minkä avulla voi hahmottaa diskurssien välisiä suhteita. Kun diskurssien sisäisiä ja keskinäisiä rajoja määritellään uudelleen erilaisissa neuvotteluissa, esimerkiksi mediassa, on se merkki kulttuurisesta ja sosiaalisesta muutoksesta.

Eettistä ruoan kuluttamista käsittelevistä artikkeleista on tulkittavissa, että altruistisen välittämisen sekä terveyden ja turvallisuuden diskurssit asettuvat usein tukemaan toisiaan, samoin kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssit. Diskurssit käyvät toisiinsa liittoutuneina valtakamppailua hallitsevien merkitysten ja arvojen asemasta eettisessä ruoan kuluttamisessa. Altruistisen välittämisen ja terveyden ja turvallisuuden diskurssit ovat yksityiseen elämänpiiriin kuuluvia merkityssysteemejä. Altruistisen välittämisen diskurssi tosin ilmenee vain harvoin itsenäisesti, sillä siihen ei kuulu oman edun tavoittelua, mikä tekee siitä idealistisen.

Moni meistä ei liikoja mieti, mitä suuhunsa mättää. Inna Somersalo edustaa toista ääripäätä. Vegaanina hän ei syö lainkaan eläinkunnan tuotteita. Oikulle on perusteensa: ympäristön ja eläinten etu sekä oma hyvinvointi.

Kasvissyöjä tekee ympäristöteon lautasellaan HS 30.10.2006 (Nimiä tänään)

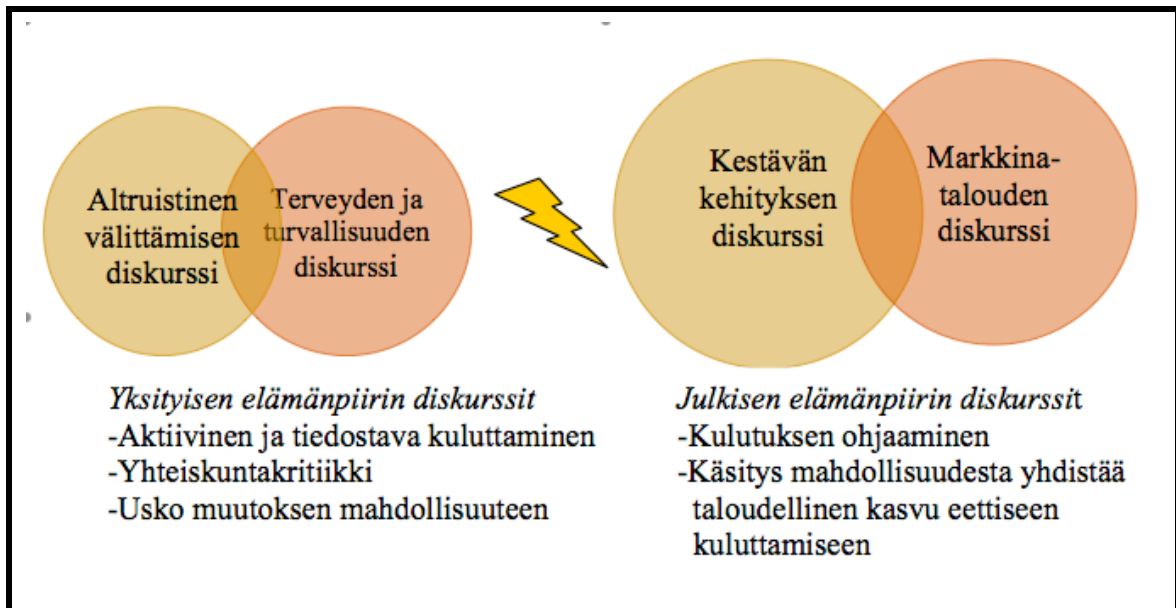
Kun puheessa viitataan myös terveyden ja turvallisuuden diskurssiin sekä omaan hyötyyn, tulee eettisestä kuluttamisesta yksilölle houkuttelevampi vaihtoehto. Yhdessä diskurssit tuottavat representaation harkitsevasta ja tiedostavasta kuluttajasta, jonka keskeisinä pyrkimyksenä on henkinen ja fyysinen hyvinvointi. Samalla yksityisen elämänpiirin diskurssit sitovat eettisen kuluttamisen tavallisiin ihmisiin ja arkikokemuksiin. Koska molemmissa diskursseissa yksittäiselle kuluttajalle avautuu aktiivinen subjektipositio, liittyy niihin vahva usko muutoksen mahdollisuuteen arkisten ruokavalintojen kautta. Altruistisen välittämisen sekä terveyden ja turvallisuuden diskurssien muodostamista teksteistä ilmenee myös yhteiskuntakriittinen näkökulma. Kuluttajien eettisten ostopäätösten merkityksellistäminen, usko muutoksen mahdollisuuteen ja yhteenkuuluvuuden tunteen luominen kuuluvat diskurssien teksteihin. Humaanit ja inhimilliset arvot sekä tavoitteet ovat universaaleja, eikä niitä vastaan käydä kamppailua, sillä kukapa haluaisi vastustaa oikeudenmukaisuutta, reiluuutta ja ihmisten välistä tasa-arvoa.

Myös kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssit käyvät usein tukemaan toisiaan artikkelien teksteissä. Kun kestävän kehityksen diskurssin taustalla ovat yhteiskunnan valtaapitävät toimijat, asiantuntijat, virkamiehet sekä poliitikot, sisältyy markkinatalouden diskurssiin puolestaan liiketoiminnan näkökulma.

Kestävää tuotantoa ja kulutusta edistetään koko tuotantoketjussa. Näin syntyy uusia liiketoimintamahdollisuuksia, ympäristöinnovaatioita ja työpaikkoja. Samalla hyvinvointi lisääntyy.

Kestävä tuotanto ja kulutus vaativat uutta politiikkaa HS 11.3.2006 (Vieraskynä)

Kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssien perusolettamuksiin kuuluu jaettu näkemys siitä, että taloudellinen kasvu ja eettinen kuluttaminen voidaan yhdistää teknologisella kehityksellä ja uusilla innovaatioilla. Siksi diskursseissa elää nykypäivään sovitettu kehitysusko, jonka mukaan tiede ja tekniikka auttavat ihmiskuntaa ratkaisemaan kuluttamiseen liittyviä ongelmia. Näiden diskurssien väliseen liittoon kytkeytyy yhteiskunnallinen, poliittinen ja taloudellinen valta, mikä tuottaa epätasapainon yksityisten kuluttajien asioita ajavien diskurssien kanssa. (Kuvio 1) Ne jäävät altavastaa-jiksi kestävän kehityksen ja talouden vankasti vallankahvassa olevalle diskurssimuodostelmalle taistelussa eettisen ruoan kuluttamisen merkityksistä.



**Kuvio 1 Eettisen ruoan kuluttamisen diskurssien väliset suhteet**

Kun viranomaisten ja markkinatalouden diskurssit perustelevat näkemyksiään tutkimuksin, joissa viitataan muun muassa mittauksiin tuotteiden hiilivaikasta tai tuotannon ekotehokkuudesta, ei yksityisillä kuluttajilla ole mahdollisuuksia kyseenalaistaa niitä. Sitä vastoin kuluttajien puheessa haastetaan vallalla olevia julkisen elämänpiirin diskursseja vetoamalla inhimillisiin ja yksityisen kuluttajan arkea lähellä oleviin näkökulmiin. Toisaalta tällaisiin humaaneihin ja emotionaalisiin aspekteihin ei turvauduta julkiseen elämänpiiriin kuuluvissa diskursseissa.

Eettisen kuluttamisen diskursseista kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssit nousevat muita vahvemmin esille esiintyessään toisiaan tuken, mutta niidenkään intressit eivät aina palvele samoja tavoitteita. Edellä mainitut diskurssit eroavat toisistaan paitsi arvomaailmojen, myös niiden subjektipositivien kautta, joita ne toimijoille tarjoavat. Kestävän kehityksen diskurssissa kuluttajalla ei nähdä juurikaan olevan mahdollisuuksia edistää eettistä kuluttamista pienin teoin, kun taas markkinatalouden diskurssissa valta ja vastuu palautuvat nimenomaan kuluttajalle. Mediateksteissä rivien välistä voi lukea asiantuntijoiden valta-aseman pönkittämissä keinon: viranomaisen esitetään tahona, joka valitsee kuluttajan puolesta objektiivisesti parhaimman vaihtoehdon, koska hänellä on siihen tarvittavat

resurssit, kun taas yrityksillä ja kolmannen sektorin toimijoilla on vaakaku-  
pissa myös omien etujensa ajaminen.

Luotettavat ympäristömerkit ovat pakkausten merkkiviidakossa hieno  
apu ostajalle. [...] Virallisuus tarkoittaa, että viranomaiset valvovat  
merkin käyttöä ja merkin saa käyttöönsä vertailujen ja tutkimusten  
jälkeen.[...] Epävirallisia kotimaisia ja ulkomaisia ympäristömerkkejä  
on lukuisia, sillä yritykset käyttävät niitä myös vihreän imagon luomi-  
seen ja ympäristöjärjestöt varainkeruuseen. Koska epäviralliset mer-  
kit ovat usein jonkin järjestön myöntämiä, niitä voi hiukan epäilläkin  
– mutta ei liikaa.

Luotettavat merkit ovat ostajan apu. HS 11.1.2006 (Hinta & Laatu)

Toisinaan viranomaisten tarjoama yhteinen etu ja yksittäisten kuluttajien  
etu eivät kohtaa, jolloin kuluttajien vastustus asettaa myös kestäväen kehi-  
tyksen diskurssin näkemykset kyseenalaisiksi. Silloin diskurssien välistä jär-  
jestystä koetellaan, kun vaihtoehtoiset diskurssit haastavat kestäväen kehi-  
tyksen diskurssin tulkinnan eettisestä kuluttamisesta. Kuluttajien halutto-  
muus hyväksyä viranomaisten ajamia uudistuksia saattaa uhata vallitsevia  
valtasuhteita myös eettisen kuluttamisen alueella.

Yksikään tekninen, lainsäädännöllinen tai teknologinen ratkaisu ei voi  
tuottaa pitkäkestoista ja todellista tulosta, elleivät ihmiset tiedä, mis-  
tä on kyse ja seiso sen takana. Muutos vaatii ihmisiltä oikeata asen-  
netta ja valmiutta toimia uudella tavalla.

Ympäristökasvatus avuksi ilmastonmuutoksen hillintään HS  
19.6.2007 (Mielipide)

Kaikkien diskurssien tavoitteena on edistää eettistä kuluttamista, mutta nä-  
kemykset keinoista ja toimintatavoista vaihtelevat, samoin kuin kieli ja sii-  
hen liittyvät representaatiot. Toisinaan eri diskursseihin nojaavat tekstit ei-  
vät vaikuta keskustelevalle toistensa kanssa johtuen erilaisista lähtökohdista,  
käsitteistä sekä arvoista ja merkityksistä.

## **POHDINTA EETTISEN KULUTTAMISEN DISKURSSIEN MAHDOLLISISTA SEURAUKSISTA**

Teksteillä ja puheilla voi olla laajoja seurauksia, jotka liittyvät diskurssien ja  
vallan yhteenkietoutumiseen (Jokinen et al. 2004, 41-44). Eettisen kulut-  
tamisen diskurssien seuraukset voivat heijastua esimerkiksi kulutuskäyttäy-  
tymiseen, viranomaisten kuluttajapolitiikan linjauksiin tai yritysten vastuul-  
listen toimintatapojen yleistymiseen.

Nopean tiedonvälityksen ansiosta maailma on pienentynyt, talous globali-  
soitunut sekä yritysten, ihmisten ja instituutioiden riippuvuus toisistaan on  
lisääntynyt (Giddens 1995, 134-136; 1990, 6, 64). Eettistä ruoan kulutta-  
mista käsittelevät tekstit ovat kuroneet tuotantoketjun päissä olevien ihmis-  
ten maantieteellistä ja ajallista välimatkaa, kun kuluttajat ovat alkaneet  
pohtia kulutus päätöksensä seurauksia. Kahvintuotannosta kertovassa artik-  
kelissa viitataan suoraan tähän kytkökseen.

”Länsimainen päivittäinen elämäntapa liittyy läheisesti ihmisten elämään kehitysmaissa.”

Mustan kullan kuningasmaa köyhtyy HS 26.1.2007 (Kulttuuri)

Eettisestä kuluttamisesta käytävästä keskustelusta kumpuava mahdollinen käytännöllinen seuraus on ruoan tuotantoketjun jäljitettävyyden ja yritysten toiminnan läpinäkyvyyden vaatimus. Yhteiskunnan eri toimijoiden, kuluttajien, viranomaisten ja kansalaisjärjestöjen kasvanut vaatimus vastuullisista toimintatavoista ja läpinäkyvimmistä tuotantoketjuista on voinut lisätä yritysten tarvetta etsiä vastuullisia käytäntöjä ja toimintamalleja esimerkiksi panostamalla tuotteiden ekologisuuteen, sosiaaliseen kestävyyteen, eläinten oikeuksien kunnioittamiseen tai ylipäättään puhtauteen. Tuskin yksikään yritys haluaisi mainettaan tahrattavan seuraavanlaisella lausumalla.

”Katkeaako lasten sormia myös Fazerin sinisen vuoksi? Sitä ei Cloetta Fazerilla tiedetä, sillä yritys osaa nimetä Afrikasta vain maat, joista se kaakaonsa saa: viljelmille asti yrityksen tietolonkerot eivät ulotu.”

Sinisen salaperäinen tie HS 24.1.2007 (Hinta & Laatu)

Yrityksille tuotantoketjun läpinäkyvyyden lisääminen ja tuotetietojen välittäminen kuluttajille eivät ole ainoastaan altruistisesta auttamisen halusta versovaa toimintaa, vaan yhtä lailla maineen- ja riskienhallintaa (Adams & Zutshi 2005, 208-209). Kuluttajien ostopäätöksiin vaikuttavien maailmankatsomusten, arvojen ja eettisten periaatteiden moninaisuus on asettanut vaatimuksensa tarjonnalle.

Asiantuntijoiden ja viranomaisten tehtävänä on jakaa tietoa kuluttajille kulutusvaihtoehtojen eettisyydestä, antaa ohjeita kulutustottumusten vastuullisuuden lisäämiseksi ja valvoa yhteiskunnan eri instituutioiden kautta suositusten ja lakien noudattamista.

Ilman tietoa kuluttajilla ei ole kykyä valita eettisesti ruokakaupassa, saati vaatia yrityksiltä eettisempiä tuotantotapoja. Myös yritysten ja viranomaisien kasvanut velvollisuus informoida kuluttajia raaka-aineiden alkuperästä, käytetyistä lisäaineista ja haittavaikutuksista ovat mahdollisia seurauksia eettisen kuluttamisen ilmiön myötä nousseista vaatimuksista.

Eettisen ruoan kuluttamisen diskurssit ovat osaltaan vaikuttaneet instituutioiden tarpeeseen valvoa yritysten toiminnan eettisyyttä, kuten työntekijöiden oikeuksien toteutumista, ympäristöystävällisten tuotantotapojen noudattamista ja eläinten eettistä kohtelua maataloustuotannon piirissä. Viranomaiset kehittävät jatkuvasti erilaisia ympäristömerkkejä sekä eettisyyttä valvovia ja mittaavia standardeja ruoantuotannon läpinäkyvyyden parantamiseksi, yritysten eettisten toimintatapojen edistämiseksi ja kuluttajien valintojen helpottamiseksi. On kuitenkin syytä muistaa, että viranomaisten määritelmät, mittarit ja standardit ruoan ja elintarvikkeiden eettisyyden varmistamiseksi ovat samalla omiaan vahvistamaan asiantuntijoiden representaatiota ja diskurssia kuluttamisen eettisyydestä (Giddens 1990, 29).

Eettisen kuluttamisen puheella saattaa toisinaan olla myös poliittisia seurauksia, kun kuluttajat kyseenalaistavat vallitsevien yhteiskunnallisten tai ta-

loudellisten toimintatapojen mielekkyyden. Kyseenalaistaminen, itsestään-selvyyksien purkaminen ja reflektio ovat alituisessa muutoksessa olevan nyky-yhteiskunnan leimaa-antavia elementtejä, kun traditio ei enää ohjaa ihmisten käsityksiä 'totuudesta' (Giddens 1990, 39.) Toisinaan selonteoissa saatetaan kyseenalaistaa markkinatalous ja nykyinen elämänmeno.

Kuitenkin samaan aikaan on esille noussut vakava uhka, ilmastonmuutos, jonka eteneminen riippuu viime kädessä yksityisten ihmisten kulutuksesta. Älytön kuluttaminen ei edes lisää onnellisuutta. Sitä lisää vain kuluttamisen vähentäminen. Voimme asua hieman vaatimattomammin, syödä vähemmän ja ostaa vähemmän.

Vähäisempi kuluttaminen voisi lisätä onnellisuutta HS 26.2.2007 (Mielipide)

Sosiologi Anthony Giddens (1990) viittaa nyky-yhteiskuntaa luotaavassa teoksessaan *The Consequences of Modernity* yksilön vapautteen ja toisaalta pakkoon valita yksilöllisessä kulttuurissa omaan elämään sopivin vaihtoehto ja siten toteuttaa omaa elämänpolkua. Eettisen kuluttamisen yksi keskeinen piirre on yksilöllinen refleksiivisyys, sillä siihen liittyvät pohdinnat ovat niin moniulotteisia, että ongelmiin on mahdotonta löytää universaaleja ratkaisuja. Eettinen kuluttaminen on kuluttajalle joukko hetkissä avautuvia valintoja, joissa hänen on päätettävä itse perusteista ja päämääristä, joiden mukaan hän haluaa kussakin tilanteessa toimia ja tavoitella päämääriään. Nykymaailman yksilöllisyyttä korostava kulttuuri vaatii kuluttajalta pohdintaa, joka lisää moraalista tietoisuutta ja henkilökohtaista velvollisuutta ottaa vastuuta ympäröivässä maailmassa tapahtuvista asioista (Bauman 1996, 43). Sosiologi Zygmunt Baumanin (1996, 43) mukaan yhteiskunnan yksilöllisyys tuottaa "postmodernin tilanteen eettisen paradoksin", kun kuluttajan valinnan tueksi ei löydykään universaalia ohjenuoraa, vaan vaihtoehtojen moninaisuus, joka johtaa eettiseen hämmennykseen moraalisien valintojen edessä samalla kun vaikutusmahdollisuuksista ei ole varmuutta.

## PÄÄTÄNTÖ

Eettistä ruoan kuluttamista käsittelevistä artikkeleista hahmottamieni diskurssien valossa voi ymmärtää ilmiön moniulotteisuuden ja hetkessä elävän dialogisuuden. Eettisen kuluttamisen taustalla ei ole yhtenäistä jaettua arvomaailmaa ja representaatiota, vaan moninaisten merkitysten verkosto. Mediassa käytävää moniäänistä eettisen kuluttamisen keskustelua voi jäsentää analysoimieni altruistisen välittämisen, terveyden ja turvallisuuden, kestävän kehityksen ja markkinatalouden diskurssien näkökulmista. Ilmiötä tuotetaan jatkuvasti puheissa ja teksteissä, ja sen merkitykset, arvot ja suhteet elävät dynaamisesti ajassa ja paikassa. Eettisen ruoan kuluttamisen diskurssien potentiaalisia seurauksia voivat olla ruoan ja elintarvikkeiden tuotantoketjun jäljitettävyyden ja yritysten toiminnan läpinäkyvyyden vaatimus, kuluttajien informoinnin ja tiedon jakamisen tarve sekä ruoan kuluttamisen seurausten vastuun jakamiseen liittyvä moraalinen pohdinta.

Kuluttajat tukeutuvat tilanteittain olemassa oleviin "totuuden" versioihin, "kirjautuvat" eri diskursseihin tehdessään ympäröivää maailmaa ja omaa toimintaansa ymmärrettäväksi ja perustelluksi. Diskurssianalyttinen jäsen-

nys eettisen ruoan kuluttamisen ilmiöstä mahdollistaa sosiaalisen maailman rikkauden huomioimisen sen kaikessa kompleksisuudessa. Yhteiskunnassa esiintyviä ilmiöitä leimaa alituinen muutos, joten diskurssitkaan eivät ole stabiileja, vaan muotoutuvat uudelleen sosiaalisessa maailmassa, muuttuen, uusiutuen ja yhä uudelleen järjestyen. Samoin myös esittämäni tutkimustulos eettisen ruoan kuluttamisen diskursseista on sidottu aikaansa ja kulttuuriseen kontekstiinsa.

## LÄHTEET

- Adams, Carol A. & Zutshi, Ambika (2005) 'Corporate Disclosure and Auditing', Teoksessa Harrison Rob, Newholm Terry & Shaw Deirde (toim.) *The Ethical Consumer*. Wiltshire: SAGE Publications Ltd, 207-217.
- Airaksinen, Timo (1987) *Moraalifilosofia*. Juva: WSOY.
- Bauman, Zygmunt (1996) *Postmodernin lumo*. Jyväskylä: Vastapaino.
- Beck, Ulrich (1990) *Riskiyhteiskunnan vastamyrryt*. Organisoitu vastuuttomuus. Tampere: Vastapaino.
- Beck, Ulrich (1995) 'Politiikan keksiminen: kohti refleksiivisen modernisaation teoriaa' Teoksessa Beck, Ulrich, Giddens, Anthony & Lash, Scott (toim.) *Nykyajan jäljillä*. Tampere: Vastapaino, 11-82.
- Carrigan, Marylyn, Szmigin, Isabelle & Wright, Joanne (2004) 'Shopping for better world? An interpretive study of the potential for ethical consumption within the older market', *Journal of Consumer Marketing* 21 (6), 401-417.
- Eräranta, Kirsi & Moisander, Johanna (2006) 'Miten kuluttajaa hallitaan markkinoilla ympäristöpoliittisena toimijana?' Teoksessa Massa, Ilmo & Ahonen, Sanna (toim.) *Arkielämän ympäristöpolitiikka*. Helsinki: Gaudemus, 17-32.
- Fairclough, Norman (2002) *Miten media puhuu*. 2. painos. Tampere: Vastapaino.
- Giddens, Anthony (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, Anthony (1995) 'Elämää jälkitraditionaalisessa yhteiskunnassa', Teoksessa Beck, Ulrich, Giddens, Anthony & Lash, Scott (toim.) *Nykyajan jäljillä*. Tampere: Vastapaino, 83-152.
- Harald, Kennet (1997) 'Pakottava talouspuhe' Teoksessa Sulkunen, Pekka & Törrönen, Jukka (toim.) *Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys*. Helsinki: Gaudemus, 263-278.
- Harrison, Rob, Newholm, Terry. & Shaw, Deirde (2006) 'Defining the Ethical Consumer', Teoksessa Harrison Rob, Newholm Terry & Shaw Deirde (toim.) *The Ethical Consumer*. Wiltshire: SAGE Publications Ltd, 1-8.
- Jokinen, Arja & Juhila, Kirsi (2004) 'Valtasuhteiden analysoiminen', Teoksessa Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.) *Diskurssi-analyysin aakkoset*. 3. painos. Jyväskylä: Vastapaino, 75-108.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (2004) 'Diskursiivinen maailma teoreettiset lähtökohdat ja analyttiset välineet', Teoksessa Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.) *Diskurssi-analyysin aakkoset*. 3. painos. Jyväskylä: Vastapaino, 17-47.
- Lehtonen, Mikko (2004) *Merkitysten maailma*. 5. painos. Tampere: Vastapaino.

- Moisander, Johanna (2001) Representation of Green Consumerism: A Constructionist Critique. Helsinki School of Economics and Business Administration. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis A-185.
- Ollikainen, Marketta (1992) 'Kestävä kehitys: talouden ekologisointi eettisten ja taloustieteellisten periaatteiden nojalla', Teoksessa Järvelä Marja & Uurtimo Yrjö (toim.) Yhteiskunta ja ympäristö. Ympäristöpolitiikan arvo-ongelmia. Tampereen yliopisto: Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos Julkaisuja 2/1992, 101-125.
- Suoninen, Eero (2006) 'Näkökulma sosiaalisen todellisuuden rakentumiseen', Teoksessa Teoksessa Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero (toim.) Diskurssianalyysi liikkeessä. 3. painos. Tampere: Vastapaino, 17-37.
- Sulkunen, Pekka & Törrönen, Jukka (1997) 'Todellisuuden ymmärrettävyys ja diskurssianalyysin rajat ' Teoksessa Sulkunen, Pekka & Törrönen, Jukka (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Helsinki: Gaudeamus, 13-54.
- Yrjönsuuri, Mikko (1998) Hyvän olemus johdatus etiikkaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

## **TUTKIMUKSEN EMPIIRINEN AINEISTO**

- Helsingin Sanomat 1.1.2006- 30.6.2007
- Luotettavat merkit ovat ostajan apu. 11.1.2006. Hinta & Laatu
- Kestävä tuotanto ja kulutus vaativat uutta politiikkaa. 11.3.2006. Vieraskynä
- Tehotuotanto syynä eläintautien leviämiseen. 14.3.2006. Mieli pide
- Vastuullisesti tuotettu ruoka on alkanut kiinnostaa kuluttajia. 19.3.2006. Vieraskynä
- Reilun kaupan myynti kasvoi maailmassa lähes neljänneksellä. 29.6.2006. Talous
- Kotimainen luomutuotanto on pienimuotoista ja pysyy sellaisena. 9.10.2006. Mieli pide
- Kasvissyöjä tekee ympäristöteon lautasellaan. 30.10.2006. Nimiä tänään
- Sinisen salaperäinen tie. 24.1.2007. Hinta & Laatu
- Vähäisempi kuluttaminen voisi lisätä onnellisuutta. 26.2.2007. Mieli pide
- Mustan kullan kuningasmaa köyhtyy. 26.1.2007. Kulttuuri
- Ympäristökasvatus avuksi ilmastonmuutoksen hillintään. 19.6.2007. Mieli pide

## **KIRJOITTAJATIEDOT**

Kirjoittaja Maria Pecoraro on Markkinoinnin jatko-opiskelija Jyväskylän yliopistossa. Sähköposti: maria.g.pecoraro(at)jyu.fi