



PÄÄKIRJOITUS

KULUTTAJAVALISTUKSEN

AIKA ON KOITTANUT

ISO OSA AIKUISKASVATUKSEN ja -koulutuksen tutkimuksesta keskittyy nykyään ammattitaitojen kehittämiseen ja työllistettävyyden parantamiseen. Kiinnostusta ohjaa ajatus, että ammatillista osaamista ja taitoja parantamalla työntekijä pystyy tuottamaan yhä enemmän. Ei ainoastaan ammatillisen, vaan kaiken aikuiskoulutuksen oikeutus nojaa siihen, miten hyvin se edistää siirtymistä työmarkkinoille, työllistymistä ja tuotannollista kapasiteettia. Tuottavuus on hyve. Aikuiskasvatus haluaa osan tästä hyveestä.

Tuotantoa mitataan bruttokansantuotteella. Se on kansantalouden tilinpidon tärkein mittari ja sikäli neutraali, että siinä kaikki tuotanto on yhtä arvokasta. Kansainvälisissä vertailuissa BKT on taloudellisen suorituskyvyn mitta. Sen mittaamat hyödykkeet on saatava kaupaksi, jotta ”yhteiskunnan pyörät pyörisivät”. Siksi myös kaikki kuluttaminen on BKT:lle hyväksi.

Olemme alkaneet uskoa, että rakennamme itseämme ja identiteettiämme hyödykkeiden avulla. Keräämme ympärillemme tavaroita ja kiinnitämme itseemme merkkejä, jotka viestittävät arvoamme muille. On paradoksaalista, että samalla kun kuluttamisen kautta toteutamme vapauttamme, on kuluttaminen suorastaan pakollista.

PERUSKOULUN kuluttajakasvatuksesta huolimatta tärkein kasvattaja on kaupallinen media. Vanhemmat taas siirtävät lapsille tapojaan mallioppimisen kautta. Nykyään tuntuu jo vähän erikoiselta, että valtiovalta on ominut itselleen ammattitaitojen opettamisen ja työkansalaisen kouluttamisen, mutta luovuttanut yhtälön toisen puolen eli kuluttamisen opettamisen lähes kokonaan pois käsistään. Aivan kuin julkiselle vallalle olisi yhdentekevää, mitä kansalaiset kuluttavat. Pääasia, että kuluttavat: BKT kasvaa ja työllisyysaste on korkealla. Tuotannon lailla kuluttaminen liittyy suuriin globaaleihin kysymyksiin. Miten talouskasvun tavoittelu ja kulutus vaikuttavat luontoon ja ympäristöön, luonnonvaroihin ja elinympäristöihin - ei vain ihmisen elinympäristöön? Eri tuotteiden valmistuksen ja kuljetuksen ilmastokuormasta eli hiilijalanjäljestä on tarjolla yhä enemmän tutkittua tietoa. Ekologiset kriteerit pitäisi ottaa vakavasti kulutusvalintojen perusteeksi, ja siitä on julkisen vallankin kannettava suurempi vastuu.

KAIKKIIEN TÄYTYY SYÖDÄ ja juoda. Siksi ei ole yhdentekevää, millä tavoin tuotettua ja kuljetettua ruokaa pöytäämme kannamme. Ruoan osuus kulutuksen ilmastovaikutuksista on yhtä suuri kuin liikenteen tai

”KUN JULKINEN KOULULAITOS
ON KULUTTAJAKASVATTAJANA
VERRATEN HEIKKO, ON TOIVO
KANSALAISYHTEISKUNNASTA
NOUSEVISSA VALISTAJISSA JA
LIIKKEISSÄ.”

asumisen. Viime vuosikymmeninä on käynyt selväksi, että esimerkiksi eläinperäisen ravinnon tuottaminen on tuhoisaa. Erityisesti naudanlihatuotanto aiheuttaa niin suuren ilmastokuorman, että siihen pitää lähivuosikymmeninä puuttua. Naudanliha on ihmisen proteiinitarpeen tyydyttämiseksi tehotonta eikä suurina määrinä terveellistäkään. Sille pannaan pian haittaverot.

Kotimaan työllisyyden varjelukaan ei riitä kulutusvalintojen perusteeksi. Meitä kehoitetaan suosimaan suomalaista. Samalla pitäisi kuitenkin valistaa, ettei Suomessa kasvihuoneissa kasvatettuja vihanneksia ole viisasta ostaa; jos ostat tomaatteja tai kurkkuja, osta mieluummin espanjalaisia. Lähiruokana markkinoitu ei ole aina ekologisin vaihtoehto. ”Lähiruoka” on mielikuva.

KULUTTAJALLA ON VASTASSAAN tuottajat, jotka koettavat yhä saada kaupaksi sen, mitä osaavat parhaiten tuottaa. Tuottajat pyrkivät kyseenalaistamaan itselleen epäedulliset laskelmat. Kansalaisten on syytä ottaa kuluttajavalistus omiin käsiinsä. Uudet yhteydenpito- ja tiedonlevitysvälineet antavat uudelle kuluttajavalistukselle hyvät edellytykset. Kuten Terhi-Anna Wilska tässä numerossa kirjoittaa, ”kuluttajille itselleen pitäisi antaa suurempi rooli informaalisisessa kuluttajakasvatuksessa sen sijaan, että neuvonta tulisi aina hierarkkisesti ylhäältä alaspäin”. Kun julkinen koululaitos on kuluttajakasvattajana verraten heikko, on toivo kansalaisyhteiskunnasta nousevissa valistajissa ja liikkeissä. Kun kansalaiset itse huolestuvat epäekologisen ja epäeettisen tuotannon tuhoisista vaikutuksista, kasautuu tuottajille painetta muuttaa

tuotantotapojaan, kehittää materiaalejaan ja siirtyä kokonaan toisiin tuotteisiin.

YMPÄRISTÖÄ TUHOAVAN, muiden eläinlajien elinmahdollisuuksista piittaamattoman ja ilmaston lämpenemistä kiihdyttävän tuotannon kyseenalaistaminen on tärkeä osa kulutus kriittistä kasvatusta. Toinen on kulutuksen epätasainen jakautuminen. Maailmanpankin tietojen mukaan (World Bank Indicators -tilasto 2005) maailman rikkaimman kymmenesosan vastuulla on 59 prosenttia ja rikkaimman viidenneksen 77 prosenttia kaikesta yksityisestä kulutuksesta. Köyhemmälle puolikkaalle (3,5 miljardia ihmistä) jää 7 prosenttia.

Miten kulutuseroja tasataan? Maapallohan on kokonaan erilainen paikka kuin teollistumisen alkuaikoina 1700-luvulla. Vuonna 1750 Tellusta asusti noin 800 miljoonaa ihmistä ja 1900-luvun alussakin vain reilu 1 500 miljoonaa. Teollistuminen oli innovatiivisen ihmisjärjen voittokulkua. Ihmisistä tuli palkkatyöläisiä ja kuluttajia.

Planeettamme ei enää kestä samaa kasvua. Eroja ei voi tasata siten, että tähän saakka kulutuksesta osatomiksi jääneet pääsevät naudanlihan ja bensiinin kulutuksessa rikkaimman viidesosan tasolle. Kuluttajavalistuksen on maailmanlaajuisesti suunnattava kärkensä epäekologisiin tuotteisiin ja kestävämmään tuotantoon. Olisiko aikuiskasvatuksella kiinnostusta ottaa osaa tähän hankkeeseen? Rahoitusta siihen ei ole luvassa.

Heikki Silvennoinen