

Vuonna 2022 tehdyt kuntalaisaloitteet, mihin ei ole vastattu

Eettisempää ulkomainontaa Turkuun

14597-2022

Aloitteessa ehdotetaan, että Turun kaupunki alkaisi rajoittamaan omistamillaan mainospaikoilla tapahtuvaa ekologisesti ja eettisesti kestävämpiä mainontaa. Turun on jatkossa rajattava ekologisesti ja eettisesti kestävämmiksi katsottavat tuotteet ja palvelut pois mainos- ja mainoslaittepaikkojen vuokrasopimuksia laadittaessa. Perustelut Ulkomainonnan rajoittaminen on maailmalla kasvava trendi. Esimerkiksi Amsterdamin metroasemilla fossiilituotteiden mainonta on kielletty ja Ranskalaisesta Grenoblen kaupungista tuli ensimmäinen mainostaulut kieltänyt Eurooppalainen kaupunki. Suomessa Helsingin kaupunki on valtuustoaloitteen pohjalta sitoutunut selvittämään keinoja ilmastolle haitallisen mainonnan rajoittamiseksi. Tunnetuin ulkomainonnan kieltäneistä kaupungeista on Sao Paulo, jossa ulkomainonnan kieltänyt laki astui voimaan jo 2007. Lisäksi useat asiantuntijatahot, esimerkiksi kansainvälinen ilmastomuutospaneeli IPCC, painottavat kaikkien sektoreiden ja toimijoiden tekojen merkitystä ilmastotavoitteiden saavuttamiseksi. Mainonnalla on suuri vaikutus siihen, miten ihmiset kuluttavat. Mainonnan pitäisi auttaa tekemään arjessa hyviä päätöksiä eikä päinvastoin. Tieto itsessään ei välttämättä riitä siihen, että ihmiset tekevät kestäviä valintoja. Ohjaamalla kulutusvalintoja pois kestävämmästä kulutuksesta kunta voi vaikuttaa positiivisesti muunlaisiin eläimiin, ihmisiin ja ympäristöön. Vaikka ekologisesti ja eettisesti kestävämmän mainonnan määrittely yksiselitteisesti on haastavaa, on kaupungin omistamista mainospaikoista rajattava pois vähintään seuraavat tuotteet ja palvelut: eläinperäiset tuotteet, fossiiliset energianlähteet, pikamuoti ja ilmastolle haitallinen liikenne. Ehdotetun toimenpiteen kustannukset arvioidaan pieniksi, sillä aloitteella ei ehdoteta ulkomainonnan kategorista kieltämistä, ja täten kaupungin on edelleen mahdollista saada tuloja mainospaikkojen vuokraamisesta. Eläinperäiset tuotteet Eläimet ovat tuntevia yksilöitä ja niillä on tarve elää omaa lajityypillistä elämäänsä. Monilla lajeilla on todistetusti kyky myös tietoisuuteen. Eläimet ovat itseisarvoisia olentoja eikä niiden pitäisi olla tuotannon massaa, jota voidaan hyödyntää raaka-aineen tavoin ihmisten rakentamissa tuotanto-olosuhteissa.(1) (2) (3) Mainonta vääristää rajusti eläintuotannon todellisuutta. Mainonnassa meille halutaan luoda mielikuva kotitilallaan vapaasta, lajityypillisestä ja hyvästä elämästä nauttivasta eläimestä. Todellisuus on jotain muuta. Valtaosa eläimistä ei ulkoile tai laidunna, jälkikasvu otetaan pois emoiltaan heti niiden synnyttyä, lähes kaikki eläimet elävät ahtaissa ja virikkeettömissä oloissa, osa tapetaan taloudellisin perustein heti syntymän jälkeen ja eläimet on jalostettu sairaiksi. Tuotantoeläin elää koko elämänsä vangittuna, täydellisesti kontrollidussa ympäristössä, jossa häneltä on viety vapaus valita mitä syö, milloin ulkoilee ja kenen kanssa asuu tai lisääntyy. Kuitenkin ihmisten lisäksi myös muilla eläimillä on voimakas tarve vaikuttaa omaan elämäänsä. Eläimet haluavat muodostaa oman laumansa, hoivata jälkeläisiään, vaeltaa, paeta, tutkia, etsiä, löytää. Omaan elämäänsä vaikuttaminen on suoraan verrannollista psyykkiseen hyvinvointiin. Nykymuotoinen eläintuotanto ja sen myötä kaikki eläinperäiset tuotteet ovat eettisesti kestävämpiä. On myös muita, todella vahvoja perusteita, miksi eläinperäisten tuotteiden mainonta pitäisi kieltää. Niiden kuluttaminen on ihmiselle ja ympäristölle haitallista monella merkittävällä tavalla: zoonoosit (4) (5), antibiootiresistenssi (6), pandemiat (7) (8), ilmastovaikutukset (9) (10) (11) (12) (13) (14), luonto- ja lajinkato (15) (16) (17) (18) ja terveysongelmat (19) (20). Näistä syistä johtuen kaupungin omistamalla mainospaikoilla ei tulisi enää mainostaa eläinperäisiä tuotteita. Ilmastohaitallinen liikenne Tilastokeskuksen mukaan suomen toteutuneet kokonaispäästöt olivat noin 48 miljoonaa tonnia hiilidioksidia vuodessa vuonna 2020. Liikenteen kartoitettu osuus kokonaispäästöistä oli 10,4 miljoonaa tonnia (21). Traficom on jakanut liikenteen kartoitetut päästöt erilaisiin kategorioihin tie-, vesi- ja rautatieliikenteeseen, sekä kotimaisiin siviililentoihin. Tieliikenne on jaoteltu henkilö-, kuorma-, paketti- ja linja-autoihin, sekä muihin kuten moottoripyöriin. Hieman yli puolet kokonaispäästöistä aiheutuu pelkästään henkilöautoista (22). Euroopan ympäristökeskuksen mukaan liikenteen aiheuttamat päästöt ovat olleet kasvussa vertailuvuodesta 1990 asti, vaikka useilla muilla sektoreilla ollaan onnistuttu vähentämään päästöjä vertailuvuoteen nähden (23). Liikenteen lisääntyneitä päästöjä ollaan perusteltu pääosin automäärän lisääntymisellä, sillä kokonaispäästöt ovat kasvaneet vaikka autojen päästöt ajoneuvoa kohden ovat laskeneet. Lisäksi tieliikenne on merkittävin yksittäinen mikromuovin lähde Suomessa. Lentomatkoilun osalta tiedetään se, että yläilmakehässä tapahtuvat päästöt vaikuttavat ilmastomuutokseen eri tavalla kuin maanpinnan tasolla. Eri lähteistä riippuen lentämisen vaikutuksen katsotaan olevan muutamasta prosentista jopa yli puoleen liikenteen kokonaisvaikutuksesta. Näistä syistä johtuen kaupungin omistamalla mainospaikoilla ei tulisi enää mainostaa ilmastolle haitallista liikennettä. Näihin lukeutuvat lentäminen ja yksityisautoilu. Fossiiliset energianlähteet Fossiilisten polttoaineiden polttaminen on pääsyyllinen ilmastomuutokseen. Kansainvälisen ilmastopaneelin viimeisin raportti kertoo, että fossiilisten polttoaineiden alasajo on aloitettava välittömästi, jotta ilmaston lämpeneminen voidaan rajata 1,5 asteeseen (24). Fossiiliset polttoaineet ovat epäsuorasti osa erilaisia sotia ja konflikteja, joista esimerkkinä Venäjän ja Ukrainan sota ja Jemenin sisällissota (25). Näistä syistä kaupungin omistamalla mainospaikoilla ei tulisi enää mainostaa fossiilisilla

polttoaineilla tuotettua energiaa. Näihin lukeutuvat hiilellä, öljyllä, maakaasulla ja turpeella tuotetun energian kuluttajille suunnatut sopimukset. Pikamuoti Tekstiiliteollisuuden aiheuttamat haitat ympäristölle ovat olleet hyvin tiedossa jo pitkään ja niistä on saatavilla paljon tutkittua tietoa niin globaalisti kuin kansallisesti (26). Yk arvioi alan globaalin päästöosuuden olevan suurempi kuin kansainvälisen lento- ja laivaliikenteen eli noin 8% kaikista kasvihuonepäästöistä (27). Päästöjen lisäksi ala käyttää runsaasti luonnonvaroja, maa-alaa ja vettä. Esimerkiksi yhden puuvillapaidan valmistamiseen kuluu 2700 litraa vettä (28) ja erilaisia sekoitekuituja sisältävien vaatteiden pesemisen myötä maailman vesistöihin valuu arviolta puoli miljoonaa tonnia mikromuovia, mikä on hyvin vaarallista meriekosysteemeille (29). Suomen osalta kotimaisen vaate- ja tekstiilituotannon sekä tuonnin yhteenlasketut elinkaaripäästöt ovat noin 1 689 000 hiilidioksidi tonnia, mikä tarkoittaa 305 kiloa henkilöä kohti (30). Erityisen ongelmallinen osa tekstiiliteollisuutta on pikamuoti; vaatteita ostetaan paljon ja halvalla, mutta käytetään vain lyhyen aikaa. Pikamuodin yleistymisen Suomessa on johtanut tilanteeseen, jossa vaatteita ostetaan vuosi vuodelta enemmän, mutta niihin käytetään vähemmän rahaa (31). Samalla Suomessa syntyy 70 miljoonaa kiloa tekstiilijätettä vuosittain (32). Koska suurin osa tekstiilijätteestä on muovia sisältävää sekoitekuitua, on sen kierrättäminen vaikeaa. Ympäristöhaittojen lisäksi vaateollisuuden liittyy vakavia sosiaalisia ja eettisiä ongelmia. Etenkin pikamuodin kohdalla alhaisen kuluttajahinnan takana on usein ihmisoikeusrikkouksia, kuten elämiseen riittämätön palkkaus, vaaralliset työolosuhteet, ammatillisen järjestäytymisen estäminen ja lapsityövoimaa. Näistä syistä johtuen kaupungin omistamilla mainospaikoilla ei tulisi enää mainostaa pikamuotia. Aloitteen lisätiedot Tätä kuntalaisaloitetta tukee Eläinoikeuspuolue r.p.