

# **VEGANISMI EPÄPOLITISOITUNA IDEOLOGIANA**

**Retoriset keinot Vegaanihaasteen uutiskirjeissä**

**Nea Manninen**

**Kandidaatin tutkielma**

**Valtio-oppi**

**Yhteiskuntatieteiden**

**ja filosofian laitos**

**Jyväskylän yliopisto**

**Kevät 2018**

## TIIVISTELMÄ

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Tekijä – Author Nea Manninen	
Työn nimi – Title Veganismi epäpolitisoituna ideologiana: Retoriset keinot Vegaanihaasteen uutiskirjeissä	
Oppiaine – Subject Valtio-oppi	Työn laji – Level Kandidaatin tutkielma
Aika – Month and year 5/2018	Sivumäärä – Number of pages 28 sivua + liitteet 231 sivua
Tiivistelmä – Abstract <p>Tutkielmassa analysoin Oikeutta eläimille -järjestön järjestämän Vegaanihaasteen retoriikkaa Aristoteleen klassisen jaottelun ja Roderick P. Hartin kriittisen retoriikan näkökulman avulla. Teoreettisena viitekehyksenä toimii Kari Palosen muotoilu epäpolitisoinnisen käsitteestä. Tutkielman lähtökohtana on 2010-luvun aikana tapahtunut veganismin suosion kasvu, joka eroaa suuresti 1990-luvun eläinoikeusaktivismikontekstista. Aineistona toimii Vegaanihaasteen 31-osainen uutiskirje. Tutkielman kysymyksenasettelu on kaksiosainen: miten Vegaanihaasteen uutiskirjeissä pyritään vaikuttamaan lukijoihin ja millä tavoilla näissä uutiskirjeissä pyritään epäpolitisoidaan veganismia, eli irrottamaan se ideologisesta perustastaan? Tutkielman haasteena oli epäpolitisoinnisen käsitteen monitulkintaisuus. Tutkielmassa osoitan, että vegaanihaasteen uutiskirjeissä tuodaan esiin veganismia osittain poliittisena ja toisaalta epäpoliittisena valtavirtaisena elämäntapana. Veganismia ei epäpolitisoida välttämättömyysretoriikan avulla, vaan korostamalla veganismin arkipäiväisyyttä esimerkiksi reseptien muodossa. Toisaalta uutiskirjeissä ohjataan lukijaa toimimaan eläinten puolesta, tuodaan esiin eläinaktiivisuuden toimintamalleja ja esitellään perusteluja eläinoikeusaktivismille. Veganismia ei kuitenkaan haluta esittää aktivisminä vaan terveellisenä, eettisenä ja ympäristöystävällisenä vaihtoehtoisena elämäntapana.</p>	
Asiasanat – Keywords veganismi, ideologia, eläinoikeusliike, epäpolitisointi, retoriikka	
Säilytyspaikka – Depository	
Muita tietoja – Additional information Ohjaaja: Markku Koivusalo	

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO.....	3
1.1 Eläinoikeusliike Suomessa .....	4
2 VEGANISMI.....	6
2.1 Veganismi ideologiana.....	6
2.2 Politisoiminen ja epäpolitisoiminen.....	7
2.3 Veganismin epäpolitisointi .....	8
3 TUTKIMUSMETODI.....	9
4 AINEISTO: VEGAANIHAASTEEN UUTISKIRJE.....	11
5 RETORISET KEINOT VEGAANIHAASTEEN UUTISKIRJEISSÄ .....	13
5.1 Puhujan luonteeseen vetoaminen.....	13
5.2 Lukijoiden tunteisiin vaikuttava retoriikka.....	15
5.3 Järkeen perustuva argumentoiva retoriikka .....	16
6 IDEOIDEN ANALYYSIN NÄKÖKULMAT .....	20
6.1 Retoriikassa läsnä olevat ja sanomattomat asiat .....	20
6.2 Retoriset kuviot.....	21
6.3 Retorinen äänensävy .....	22
7 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	24

## AINEISTO

## KIRJALLISUUS

## LIITE: VEGAANIHAASTEEN UUTISKIRJEET 1–31/31

# 1 JOHDANTO

Ruoan poliittisuus ja ruokapolitiikka ovat olleet 2000-luvun aikana esillä suomalaisessa julkisessa keskustelussa. On herännyt huoli ruoan turvallisuudesta, terveellisyydestä, ruoantuotannon epäkohdista sekä ilmastonmuutoksen vaikutuksista tulevaisuuden ruoantuotantoon. Lisäaineiden saantiin on kiinnitetty huomiota (Helsingin Sanomat 25.1.2018), ja ruoan halutaan olevan mahdollisimman puhdasta (Kauppalehti 26.12.2017). Ruoasta on tullut ”kuluttajan eettinen valinta” (Helsingin Sanomat 5.3.2017): sen avulla luodaan merkityksiä eri kulttuureissa ja osoitetaan yksilöllistä identiteettiä. Ruoasta on tullut myös poliittista: ruoan kulutuksen kautta voidaan osoittaa epäluottamusta laajempiin rakenteisiin, kuten kapitalismijärjestelmään sekä länsimaiseen kulutuskulttuuriin.

Länsimaisen kuluttajan näkökulmasta ruoalla on kulttuuristen merkitysten lisäksi identiteettiä luova tarkoitus. Kulutusvalinnoilla voidaan viestiä omasta asemasta yhteiskunnassa ja samalla erottua muista kuluttajista, sekä ottaa kantaa vaikkapa elintarviketeollisuuden epäkohtiin. Onkin ehdotettu, että kansalaisen ja kuluttajan roolit ovat lähentyneet toisiaan. Siten kulutus voidaan nähdä osana poliittista toimintaa. (ks. esim. Hilton & Daunton 2001.)

Myös ilmastonmuutos ohjaa väistämättä ruokapolitiikkaa. Se asettaa rajat ja toimintamahdollisuudet veden ja muiden luonnonvarojen sekä maan käytölle, kasvihuonekaasujen tuottamiselle ja koko elintarviketuotannon rakenteelle. Samaan aikaan on sopeuduttava muuttuviin ja arvaamattomiinkin sääolosuhteisiin, jotka voivat muuttaa merkittävästi tietyn alueen ruoantuottamismahdollisuuksia. Muutoksen negatiiviset vaikutukset näkyvät eniten kehittyvien maiden elinolosuhteissa, sillä maatalous on niiden merkittävin elinkeino (Tapio-Biström & Silvasti 2012, 79). Ruoka- ja ilmastopoliittisten ratkaisujen tarve on suuri.

Osana ruoan politisoitumista ja kulutuksella vaikuttamisen ilmiötä on myös nähty uusien elämäntapojen, kuten veganismin suosion kasvu. Uuden elämäntavan omaksumisella ja aktiivisella toteuttamisella pyritään vaikuttamaan siihen, mitä tuotteita yritysten on kannattavaa tuottaa ja mille tuotteille ei enää löydy kysyntää. Yksilön kulutusvalinnoilla nähdään olevan vaikutusta esimerkiksi ekologisten tuotteiden saatavuuteen ja eläinoikeuksien toteutumiseen.

## 1.2 Eläinoikeusliike Suomessa

Eläinoikeusliike on ollut suurin toimija, joka on tuonut ruoan poliittisuuden näkökulmaa julkiseen keskusteluun Suomessa. On vaikeaa määritellä eläinoikeusliikkeelle yhtä ainoaa syntymisajankohtaa, sillä se on kehittynyt vähitellen ajan kuluessa läpi 1800- ja 1900-lukujen. (Peltokoski 2003, 91.) Yleisesti kuitenkin ajatellaan, että Suomessa vuonna 1995 tapahtuneet radikaalin eläinoikeusliikkeen iskut turkistarhoille tekivät eläinoikeusliikkeen toiminnasta julkista, ja siten eläinoikeusliike vakiinnutti asemansa suomalaisessa kontekstissa. (Konttinen & Peltokoski 2004, 7–11.) Samoihin aikoihin eläinten oikeuksien tilaan kyllästyneet yksilöt ja ryhmittymät mobilisoituivat ja muodostui esimerkiksi Oikeutta Eläimille -järjestö (Oikeutta Eläimille 2018).

Suomalaisen eläinoikeusliikkeen teemat ja toimintatavat on omaksuttu ulkomaisilta vastaavanlaisilta liikkeiltä (Konttinen & Peltokoski 2004, 8). Eläinoikeusliikkeen tavoitteisiin kuuluu eläinten hyvinvoinnin ja oikeuksien turvaaminen, ja liikkeen alkuaikoina keinot huomion saamiselle ovat olleet radikaalimpia kuin nykyään liikkeen vakiinnutettua yhteiskunnallisen asemansa. Eläinoikeusliikkeen merkittävin saavutus Suomessa on ollut eläinoikeuskysymysten politisoiminen ja keinojen tarjoaminen eläinten oikeuksien ja hyvinvoinnin parantamiseen. Esa Konttinen ja Jukka Peltokoski (2004) pitävät eläinoikeusliikettä ympäristöliikkeen tärkeänä osana, vaikka ympäristönäkökulmat eivät olekaan liikkeen keskiössä. Peltokoski (2003, 102, 107) liittää suomalaisen veganismin myös radikaaliin ympäristöaktivismiin, jonka kautta veganismi elämäntapana on politisoitu.

Suomessa eläinoikeusliike muodostuu monista eri toimijoista, jotka ovat kuitenkin usein sidoksissa toisiinsa. Pienempien eläinsuojelujärjestöiden aktiiveista muodostui järjestö Oikeutta Eläimille vuonna 1995. Oikeutta Eläimille -järjestö ajaa eläinten oikeuksia ja pyrkii edistämään kasvisyöntiä Suomessa. (Oikeutta Eläimille 2018.) Toisen eläinten oikeuksia ajavan järjestön, Eläinoikeuspuolueen, rekisteröityessä puolurekisteriin vuonna 2016 eläinoikeuskysymykset politisoituivat myös puoluepolitiikan tasolla. Eläinoikeuspuolueen tavoitteena on muuttaa yhteiskuntaa niin, että jokaiselle eläimelle taataan oikeudet lajityypilliseen elämään. Taustalla niin Oikeutta Eläimille -järjestön kuin Eläinoikeuspuolueenkin toiminnassa on ajatus siitä, että eläinten hyötykäyttö ruuaksi, viihdykkeenä ja asusteina on moraalisesti väärin. Lisäksi varsinkin Eläinoikeuspuolue ottaa huomioon myös eläinten tehotuotannon haitallisuuden ympäristölle. (Eläinoikeuspuolue 2018.) Kolmas Suomen kontekstissa tunnettu eläinten oikeuksien puolestapuhuja on Vihreän

liiton jäsenjärjestö Vihreät vegaanit, jonka tavoitteena on tuoda esiin vegaanista näkökulmaa suomalaiseen puoluepolitiikkaan (Vihreät vegaanit 2018a, 2018b). Näiden kolmen järjestön lisäksi vuonna 1993 eri eläinsuojelujärjestöjen jäsenet perustivat Vegaaniliiton, jonka tavoitteena on ”edistää kasvisyöntiä ja veganismia, elämäntapaa, jossa vältetään eettisistä, ekologisista ja terveydellisistä syistä kaikkia kokonaan tai osittain eläinkunnasta peräisin olevia tuotteita sekä eläinten tarpeettomaan hyväksikäyttöön perustuvia palveluita” (Konttinen & Peltokoski 2004, 16; Vegaaniliitto 2018).

Veganismi on ollut eläinoikeusliikkeen alkuaajoista lähtien yksi tärkeimmistä ajetuista asioista eläinten hyväksi, ja liike toikin käsitteen Suomen kontekstiin. Eläinoikeusliikkeen veganismin tavoitteena on olla tukematta eläinteollisuutta ja tehotuotantoa (Konttinen & Peltokoski 2004, 106.)

## 2 VEGANISMI

### 2.1 Veganismi ideologiana

Veganismi ei ole uusi tai länsimainen idea, vaan sillä on pitkä historia yhdessä vegetarisminkin kanssa (Stephens Griffin 2017, 6). Vaikka veganismin käsitettä on käytetty jo paljon aikaisemmin (Wright 2015, 3), sen on virallisesti tehnyt tunnetuksi Vegan Societyn perustaja Donald Watson vuonna 1944 (Stephens Griffin 2017, 6). Veganismi tarkoittaa kokonaisvaltaista elämäntapaa, jossa pyritään välttämään eläinperäisten elintarvikkeiden tai tuotteiden käyttöä. Veganismi koskee niin ruokaa kuin vaatteita, kosmetiikkaa ja muita hyödykkeitäkin. Tärkeää on huomata edellä mainitun määritelmän sanamuoto, jossa korostetaan pyrkimystä välttää kyseisiä tuotteita: usein on mahdotonta tietää tarkkaan tuotteissa käytetyt ainesosat, kuten väri- ja lisäaineet. (Stephens Griffin 2017, 6.) Siksi ei ole aina mahdollista välttää kyseisiä ainesosia, ja edellä mainitun määritelmän mukaan pyrkimys tähän riittää. Käytännössä veganismi kyseenalaistaa lihansyönnin ja eläinten riistämisen normiston ja pyrkii muuttamaan näitä normeja boikotoimalla eläinperäisiä ainesosia sisältäviä tuotteita.

Ideologian käsitteen sisällöstä ei ole olemassa laajaa yksimielisyyttä. Erään määritelmän mukaan ideologiassa on kyse nykyisen ja ideaalisen yhteiskunnan ristiriidasta sekä tavoista, joilla nykyisen yhteiskunnan sosiaalinen ja poliittinen järjestys olisi muutettavissa ideaalisen yhteiskunnan mukaiseksi (MacKenzie 2003, 2). Michael Freeden (2003) puolestaan määrittelee ideologian arvoiksi, uskomuksiksi ja näkemyksiksi sekä erittelee ideologialle ominaisia piirteitä: ne ovat poliittisten kilpailevien ryhmien ylläpitämiä arvojärjestelmiä, joiden tavoitteena on oikeuttaa tai muuttaa jollain tapaa politiikan suuntaa tai yhteiskunnallista järjestystä (Freeden 2003, 32).

Veganismi sopii ideologian määritelmään ensinnäkin pyrkimyksellään määritellä ideaalinen yhteiskunta ja toimimalla muuttaakseen nykyisen vallitsevan eläinten tehotuotantoon perustuvan järjestyksen tämän ideaalisen yhteiskunnan mukaiseksi. Veganismi on myös yhteiskunnallisten toimijoiden ylläpitämä arvojärjestelmä, joka pyrkii muuttamaan käsitystä eläinten oikeuksista ja eläinteollisuudesta. Veganismi on historiallisesti tarkasteltuna liittynyt myös anarkismiin ja sen kulutuksenvastaisuuteen, ja siten se on myös erittäin poliittinen, ideologiapitoinen elämäntapa (Portwood-Stacer 2012, 91).

## 2.2 Politisoiminen ja epäpolitisoiminen

Työni teoreettisena lähtökohtana on ajatus veganismin politisoimisesta ja epäpolitisoimisesta. Suomen eläinoikeusliike on politisoinut eläinten oikeudet 1900-luvun lopulla ja samaan aikaan se on ottanut veganismin ajamakseen asiaksi. Näin veganismi on politisoitu eläinoikeusideologian osana. Pyrkimällä osallistamaan ihmisiä veganismiin elämäntapana eläinoikeusliike samalla suostuttelee heitä tutustumaan veganismin ideologiaan, joka ei ole irrallaan poliittisista merkityksistä.

Politisoimisesta ja politikoinnista on kirjoittanut Suomen kontekstissa Kari Palonen (1993; 1997). Palonen näkee politisoinnin ”pelivaran luomisena” (1993, 127–130), toimintana, jossa toimija osoittaa poliittisessä tilanteessa olevan enemmän kuin yksi ratkaisu tai näkökulma, jonka pohjalta avautuu mahdollisuus uudelle toiminnalle. Politisoimalla asian toimija pyrkii kiistämään väistämättömien ratkaisujen olemassaolon sekä konsensuksen asiaa koskien (Palonen 1993, 129–130).

Epäpolitisoimisen (depoliticisation) käsitettä on sen sijaan käytetty tutkimuskirjallisuudessa viittaamaan jonkin asian valtavirtaistumiseen, ammattimaistumiseen ja byrokratian kasvuun (Jenkins 2011, 304), poliittisuuden kiistämiseen (Wilson 2013, 219–220), demilitarisoitumiseen (Coumartin 2007, 129) sekä välttämättömyysretoriikkaan (Kettunen 2003). Näissä kaikissa tapauksissa on läsnä ajatus epäpolitisoivan toiminnan normalisoivasta vaikutuksesta sekä ristiriitojen ja vaihtoehtojen häivyttämisestä. Palonen (1993) on kuitenkin ottanut käsitteen tarkemman tarkastelun kohteeksi ja määrittelee sen suhteessa politisoimisen käsitteeseen. Paloselle epäpolitisoiminen ja politisoiminen ovat toisilleen vastakohtia, mutta samalla hän mieltää epäpolitisoimisen osaksi politikoinnin strategiaa. (Palonen 1997, 229; Palonen 1993, 133.)

Tämän lisäksi Palonen kuvaa epäpolitisoivaa toimintaa poliittisten kysymysten peittämisenä, epädramatisoimisena tai neutralisoimisena. Palosella on teoksissaan myös läsnä ajatus epäpolitisoimisen läheisestä suhteesta välttämättömyysretoriikkaan (Palonen 1993, 129, 133–134). Voidaan ajatella, että politisoimisen ollessa välttämättömyyden kiistämistä epäpolitisoiminen voidaan nähdä sitä vastoin välttämättömyyden osoittamisena.

Epäpolitisoimisen erikoistapauksia ovat kysymyksen epäpolitisoituminen ja epäpoliittinen strategia poliittisen lukutaidottomuuden seurauksena. Ensinnäkin, asia voi epäpolitisoitua sen valtavirtaistuessa ja rutinoituessa: Palosen (1993, 134) mukaan poliittinen kysymys alkaa väistämättömästi epäpolitisoitua heti politisoiduttuaan. Toinen erikoistapaus koskee



poliittista lukutaidottomuutta. Epäpolitisoinen voi muuttua poliittiseksi lukutaidottomuudeksi, jos kysymyksen politisoiva osapuoli ei enää tunnista toimintansa poliittisuutta, vaan luulee toimivansa epäpoliittisesti. Siksi epäpolitisoinnin toiminnan toteuttaminen vaatii epäpolitisovalta taholta kuitenkin toimintansa poliittisuuden tunnistamista. (Palonen 1993, 133.)

### 2.3 Veganismin epäpolitisointi

Eläinoikeusliikkeen toimintaan kuuluu muun muassa eläinten elinolosuhteista julkisuuteen raportoiminen, poliittisten päättäjien lobbaaminen sekä ihmisten osallistaminen liikkeen toimintaan esimerkiksi veganismin edistämiseksi. Mielenkiintoinen ristiriita muodostuu näistä perinteisen käsityksen mukaisista veganismin poliittisista, yhteiskunnan muutokseen pyrkivistä tavoitteista ja nykyisen veganismin markkinoimisesta ensisijaisesti herkullisina resepteinä ja uutuustuotteina. Tätä ristiriitaa voidaan konkretisoida ensinnäkin Peltokosken kuvaamalla 1990-luvun poliittisen liikehdinnän veganismia:

*”Ylipäätään voidaan todeta, että liikeallossa pyritään politisoimaan elämäntapakysymykset ja käytetään poliittisia ja moraalisia näkökohtia tärkeimpinä vaihtoehtoisten elämäntapojen perusteluina.”* (Peltokoski 2003, 92)

Toisaalta tuoreempi kuvaus veganismista näkyy Vihreän Langan artikkelissa:

*Nyt **yhä useampi** syö silloin tällöin vegaanisia ruokia, vaikei noudattaisi mitään ruokavaliota. Ruokavalion poliittisesta puolesta ei hiiskuta mitään. [...] Vegaaniliitto auttaa yrityksiä tuotekehityksessä ja keskittyy ruokavalion myönteiseen ja helppoon imagoon. Se ei yritäkään vaikuttaa politiikkaan. 'Ehkä veganismia ei ole haluttu politisoida, kun ilmiö on myötätulessa ja kasvaa markkinavetoisestikin', arvioi kasvisyönnistä väitöskirjaa tekevä **Jukka Vornanen**.”* (Vihreä Lanka 22.12.2016, lihavoitu alkuperäisen tekstin mukainen)

Vihreän Langan (22.12.2016) artikkelissa puhutaan veganismin valtavirtaistumisesta, joka Peltokosken (2003, 92) ajatukseen verrattuna kuulostaa ristiriitaiselta: onko mahdollista, että veganismin kaltainen ideologia ei olekaan lähtökohdiltaan poliittinen? Vai onko mahdollista, että veganismin poliittista luonnetta on pyritty häivyttämään ja epäpolitisomaan?

Veganismin epäpolitisoinnin eli politiikan häivyttämisen näkökulma muodostaa lähtökohdan tutkimukselleni. Käyttämäni aineiston avulla pyrin vastaamaan kahteen tutkimuskysymykseeni: millä retorilla keinoilla Vegaanihaasteen uutiskirjeessä pyritään vaikuttamaan lukijaan, ja miten veganismin epäpolitisoinnin ilmenee uutiskirjeissä.

### 3 TUTKIMUSMETODI

Käytän metodisena viitekehyksenäni Roderick P. Hartin ajatuksia retoriikan tutkimuksesta ja Aristoteleen klassista retoriikan jaottelua aineiston jäsentämisessä. Hartin kriittisen retoriikan teorian tarjoamien lähtökohtien avulla saan otettua kriittisen näkökulman valitsemaani aineistoon. Aristoteleen retoriikan teoria ja Hartin kriittisen retoriikan lähestymistapa täydentävät toisiaan ja sopivat siksi yhdessä työni metodiseksi kehikoksi.

Aristoteleen klassinen puheen jaottelu ethos-, pathos- ja logos -retoriikkaan on työni ensimmäinen välineistö, jolla analysoin aineistoani. Nämä kolme retorisen vaikuttamisen piirrettä määrittävät Aristoteleen mukaan puhujan argumentoinnin taitoa eli pätevyyttä vakuuttaa yleisönsä. Hyvästä puhetaidosta tunnistaa puhujan, joka käyttää näitä kolmea retorista välinettä tasapainossa, yhtäkään unohtamatta. (Aristoteles 1356a.)

Ensimmäinen Aristoteleen määrittelemä keino yleisön vakuuttamiseksi tapahtuu puhujan vedotessa omaan luotettavuuteensa ja kunnollisuuteensa. Puhujan on vakuutettava yleisö siitä, että häneen voi luottaa. (Aristoteles 1356a5–10.) Jos luottamusta puhujan ja yleisön välille ei synny, yleisö saattaa epäillä puhujan vilpittömyyttä, mikä voi vaikeuttaa puhujan mahdollisuuksia vakuuttaa yleisö. Puhujan on tärkeää tuoda ilmi oman luonteensa hyvyys ja vakuuttaa yleisö siitä, että ajaa heidän asiaansa, tai ainakin pyrkii auttamaan heitä. Ethokseen voi liittää myös puhujan pyrkimyksen osoittaa oma asiantuntijuutensa.

Toinen keino yleisön vakuuttamiseksi on pathos, joka kuvaa puhujan käyttämiä retorisia keinoja, joilla hän pyrkii herättämään erilaisia tunnetiloja yleisössään. Aristoteles perustelee tätä keinoa toteamalla, että eri tunnetiloja herättämällä puhuja saa yleisön tekemään erilaisia päätöksiä: jos puhuja saa yleisön tuntemaan jotain tunnetta, heihin on helpompi vaikuttaa ja he ovat helpommin vakuutettavissa. (Aristoteles 1356a15.)

Logos on kolmas ja viimeinen Aristoteleen määrittämä retorinen keino. Siinä on kyse puhujan käyttämistä argumenteista, jotka perustuvat tosiasioiden osoittamiseen. (Aristoteles 1356a20–1356b25.) Näihin keinoihin voidaan lukea esimerkit, syy-seuraussuhteiden osoittaminen ja faktoihin, auktoriteetteihin, tilastoihin sekä järkeen vetoaminen.

Hartin (1997) kriittisen retoriikantutkimuksen lähtökohtana on kuulijoiden asenteisiin vaikuttaminen ja niiden muuttaminen puhujan toimesta. Puhuja osoittaa hallitsevansa valitsemansa agendan ja pyrkii kielellisin keinoin tarjoamaan kuulijoille uusia näkökulmia ja vakuuttamaan heidät näistä näkökulmista. Tätä näkökulmien tarjoamista Hart itse kutsuu

kuulijoiden toiminnallisten vaihtoehtojen kaventamiseksi. (Hart 1997, 2, 7.) Hart määrittelee myös retoriikan piirteet, joiden avulla retorinen teksti tai puhe voidaan tunnistaa: ensinnäkin puhujan on määritettävä yleisölleen jokin tavoiteltava ”hyvä”, johon puhujan vaikuttamisen tavoitteet perustuvat; toiseksi, puhujan on ymmärrettävä kohdeyleisöään niin, että puheessa tai tekstissä voidaan vedota kuulijan huomiota tai ajatuksia herättäviin seikkoihin; kolmanneksi puhujan on määritettävä toimintasuositukset, joita kuulija voi alkaa toteuttamaan puheen tai tekstin vaikuttavuuden onnistuessa. (Hart 1997, 12.)

Hartin (1997) mukaan puheen tai tekstin ideoiden analyysin avulla on mahdollista löytää tekstistä sellaisia retorisia keinoja ja tavoitteita, joita siitä ei ilman ideoiden analyysiä huomaisi. Tällaisia asioita ovat retoriset kuviot, retorinen äänensävy sekä tekstissä läsnä olevat ja sanomatta jätetyt asiat. (Hart 1997, 62–63.) Retorisella äänensävyllä Hart tarkoittaa puhujan tapaa puhua tietyistä asioista: Hart erottaa innostuneen ja rauhallisen, perinteisen ja tulevaisuuteen suuntautuvan, kuvailevan ja arvioivan sekä konkreettisen ja abstraktin retorisen äänensävyn vastakohtat, joiden avulla tekstin tai puheen äänensävyn voi määrittää ja analysoida. (Hart 1997, 63.) Ideoiden analyysi on merkittävä lähtökohta oman työni kannalta, sillä tutkin poliittisuuden ja epäpoliittisuuden ilmenemistä aineistossani. Vaikuttamaan pyrkivän tekstin taustalla on olemassa tavoitteita, joita kirjoittaja ei välttämättä halua korostaa tekstissään.

Tutkielmassani analysoin aineistoni ideoita Hartin (1997) kriittisen retoriikantutkimuksen merkityksessä jaotteleamalla aineiston Aristoteleen klassisen retorisen jaottelun mukaisesti. Tämä Aristoteleen jaottelu toimii perustana tekstissä läsnä- ja poissaolevien asioiden, retoristen keinojen sekä retorisen äänensävyn analyysille. Tärkeää Hartin ideoiden analyysin näkökulmassa on analyysin avulla esiin nousseiden seikkojen reflektointi ja uusien näkökulmien avaaminen.

## 4 AINEISTO: VEGAANIHAASTEEN UUTISKIRJE

Oikeutta Eläimille -järjestö järjestää vuosittain Vegaanihaasteen, jonka tavoitteena on lisätä tietoisuutta veganismista sekä suostutella ihmisiä kokeilemaan vegaanista elämäntapaa kuukauden ajan. Vaikka suurin Vegaanihaasteen kampanjointi ajoittuu aina vuodenvaihteeseen, on Vegaanihaaste käynnissä koko vuoden ajan. Haasteeseen voi osallistua tilaamalla uutiskirjeen, joka lähetetään tilaajan sähköpostiin 31 päivän ajan. Aineistonani käytän näitä Vegaanihaasteen uutiskirjeitä, joka on osoitettu uutiskirjeen tilaajille eli Vegaanihaasteeseen osallistujille.

Oikeutta eläimille on yksi aktiivisimmista veganismia edistävästä toimijoista Suomessa. Vegaanihaasteen uutiskirjeet ovat kattava kuvaus vegaanisen elämäntavan suostuttelun retoriikasta. Siksi Vegaanihaasteen uutiskirjeet tarjoavat mahdollisuuden veganismin edistämiseksi käytettävän retoriikan tutkimiselle. Kirjeet ovat suostuttelevia ja vegaanisen elämäntavan puolesta argumentoivia. Toisaalta kirjeet tarjoavat mielenkiintoisen lähtökohdan veganismin poliittisuuden ja epäpoliittisuuden tutkimiselle, sillä veganismin poliittisuutta ei tuoda kirjeissä vahvasti esille.

Uutiskirje koostuu pääosin resepteistä, jotka ovat Vegaanihaasteen keskeisin keino tutustuttaa lukijoita veganismiin. Reseptipainotteisuudesta huolimatta uutiskirjeessä on myös tietoa monipuolisesta vegaanisesta ruokavaliosta, vegaanisista ruoka-aineista ja tapahtumista, kertomuksia tunnettujen henkilöiden kokemuksista sekä erilaisia tarinoita ja tietoiskuja eläimistä ja ruoantuotannon ympäristövaikutuksista. Uutiskirjeen sisältö voidaan jakaa karkeasti resepteihin ja muuhun tietoon, joka esimerkiksi tarjoaa tietoa vegaanisesta ruokavaliosta sekä perustelee veganismia eläin- ja ympäristönäkökulmasta.

Vegaanihaasteen osallistujamäärä oli tammikuussa 12 000 henkilöä (Vegaanihaasteen uutiskirje 31/31). Uutiskirje osoitetaan ihmisille, jotka ovat jo lähtökohtaisesti suostuvaisia kokeilemaan vegaanista elämäntapaa, joten uutiskirjeen tilaajia ei tarvitse enää suostutella kokeilemaan veganismia. Sen sijaan Vegaanihaasteen uutiskirjeestä voi analysoida niitä retorisia keinoja, joilla kirjeen tilaajia suostutellaan jatkamaan vegaanisuuksiaan ja omaksumaan syvällisemmin uusi elämäntapa, sekä niitä keinoja, joilla veganismin poliittisia piirteitä pyritään häivyttämään tai mahdollisesti tuomaan esiin.

Jokaisen uutiskirjeen rakenne noudattaa samaa kaavaa: alussa kerrotaan tiivistetysti päivän uutiskirjeen sisältö, jonka jälkeen esitellään kaksi tai kolme vegaanista reseptiä. Reseptien

jälkeen joko kerrotaan vegaanisista tuotteista ja ruoka-aineista tai siirretään näkökulma eläimiin ja ympäristöön kuvien, videoiden, artikkeleiden tai muun tekstin muodossa.

Sosiaalisen median kehittyessä yhä useampi vaikuttamaan pyrkivä teksti on kirjoitettu artikkelin, blogin tai Facebook -postauksen muotoon, joihin uutiskirjeet ovat rinnastettavissa. Vegaanihaasteen uutiskirjeiden valinta retorisen analyysin kohteeksi perustuu havaintoon niiden pyrkimyksestä vaikuttaa lukijaansa eri keinoilla, joiden analysoimiseksi retorinen analyysi sopii hyvin.

Sosiaalisen median tekstien eräs tunnuspiirre on linkkien ja videoiden liittäminen osaksi tekstiä erääksi vaikuttamisen keinoksi. Vegaanihaasteen uutiskirjeet sisältävät myös näitä keinoja. Tarkoitukseni on kuitenkin analysoida tekstiä ja sitä tukevia kuvia, jotka ovat jokaisen lukijan välittömästi havaittavissa. Vaikka linkit ja videot ovat tärkeitä sosiaalisen median vaikuttamisen osia, jätän ne tietoisesti retorisen analyysini ulkopuolelle samalla niiden olemassaolon ja merkityksen tiedostaen. Linkkien sisältö ei myöskään ole Vegaanihaasteen kirjoittajien päätettävissä, jolloin niiden vaikuttamiseen pyrkivä argumentaatio ei ole Vegaanihaasteen omaa, eikä niiden sisältöä siten voi analysoida täysin näille uutiskirjeille relevantteina argumentteina.

## 5 RETORISET KEINOT VEGAANIHAASTEEN UUTISKIRJEISSÄ

### 5.1 Puhujan luonteeseen vetoaminen

Puhujan luonteen analysoimiseksi on ensin määriteltävä uutiskirjeiden puhujaaäni. Uutiskirjeissä ei mainita erikseen kirjoittajia paria poikkeusta lukuun ottamatta: välillä tekstin on kirjoittanut esimerkiksi Vegaanihaasteen tuutori tai tutkija (Vegaanihaasteen uutiskirje 23/31, 25/31, 26/31.) Sen sijaan kirjeissä viitataan useasti ”meihin”, jonka voi olettaa tarkoittavan Vegaanihaasteen järjestäjiä, jotka puhuvat uutiskirjeissä ”sinulle”, jokaiselle kirjeen lukijalle henkilökohtaisesti. Vegaanihaasteen järjestäjänä toimii Oikeutta Elämille -järjestö, joten uutiskirjeen puhujaaänet kuuluvat sekä kyseisen järjestön aktiivijäsenille että heidän joukossaan oleville Vegaanihaasteen toteuttajille.

Ensimmäisenä luottamusta luovana keinona Vegaanihaaste tarjoaa haasteeseen osallistujille mahdollisuuden tuutoriin, eli päivystävään, kysymyksiin ja huolenaiheisiin vastaavaan veganismista tietävään henkilöön. Tuutori on siis Vegaanihaasteeseen osallistuvan tukihenkilö, joka auttaa osallistujaa tämän ensimmäisen vegaanisen kuukauden aikana. Tuutorien olemassaolon voi nähdä lisäävän luottamusta Vegaanihaasteeseen, sillä tällainen mahdollisuus tuo turvaa uuden elämäntavan opettelussa. (Vegaanihaasteen uutiskirje 2/31.)

Toinen luottamusta ja asiantuntijuutta herättävä keino uutiskirjeissä on erilaisten käytännön vinkkien ja neuvojen tarjoaminen. Vinkkejä uutiskirjeistä löytyy suuri määrä, kuten myös tietoa siitä, millä eri tavoin lukija hyötyy uutiskirjeistä:

*”Listamme ja nimeämme uutiskirjeissämme paljon tuotteita ja tuotemerkkejä linkkien kera. Tämä helpottaa erityisesti uusien tuotteiden etsimistä kaupasta. Suosittelemme nimeltä sellaisia tuotteita, jotka ovat yleisesti maukkaiksi ja toimiviksi todettuja.”* (Vegaanihaasteen uutiskirje 2/31)

Näin vegaanihaasteen uutiskirjeen kirjoittajat näyttävät sekä asiantuntevina että luotettavina auttajina. Vinkit liittyvät osaltaan myös ruoka-aineallergioiden huomioimiseen. Soija-, gluteeni- ja muiden ruoka-aineallergioita aiheuttavien reseptien ja tuotteiden kohdalla on huomautuksia siitä, millä tavalla kyseinen allergisoiva ruoka-aine on mahdollista korvata. (ks. esim. Vegaanihaasteen uutiskirje 1/31, 4/31.) Vaikka vinkkien antaminen voidaan nähdä huomaavaisena (ja ruoka-aineallergioiden kohdalla jopa vaadittavana) toimena, sillä on myös merkittävä osuus puhujan luotettavuuden vahvistamisessa. Luotettavuuden rakentuminen on tärkeää varsinkin ensimmäisissä uutiskirjeissä: kun luottamus lukijaan on

saavutettu, heihin on paljon helpompi vaikuttaa ja heidät on helpompi vakuuttaa seuraavissa uutiskirjeiden teksteissä.

Kolmas Vegaanihaasteen järjestäjien luonteeseen vetoava retorinen keino on haasteeseen osallistuvien julkisuuden henkilöiden esiin tuominen. Uutiskirjeissä esitellään esimerkiksi toimittaja-kirjailija Kimmo Ohtosen, näyttelijä Eero Ritalan ja muusikko Kasmirin ajatuksia vegaanisesta elämäntavasta (Vegaanihaasteen uutiskirje 1/31, 4/31). Julkisuuden henkilöiden kommenttien esittely voidaan nähdä keinona kertoa lukijoille, millaiset ihmiset kokeilevat vegaanisuuksi tai ovat jo vegaaneja: julkisuuden henkilöiden kommentteissa korostuu kokeilunhalu, innokkuus ja samaistuttavuus. Esimerkiksi Kasmir kommentoi Vegaanihaasteeseen osallistumisestaan näin: ”Lähden suurella mielenkiinnolla haastamaan itseni sekä ruoanvalmistuksen ammattilaisena että kohtalaisen pinttyneenä sekaanina” (Vegaanihaasteen uutiskirje 4/31). Lukijoille halutaan kertoa, että osallistuakseen haasteeseen ei tarvitse olla kokenut kasvissyöjä tai äärimmäisen motivoitunut koko elämäntavan muuttamiseksi: vegaanisuus on helppo ja hauska haaste. Julkisuuden henkilöiden kommentteissa korostetaan vegaanisen elämäntavan helppouden lisäksi positiivisia vaikutuksia ympäristöön, eläimiin ja terveyteen (Vegaanihaasteen uutiskirje 4/31, 8/31).

Vaikka Oikeutta Eläimille on Vegaanihaasteen ainoa järjestäjä, tätä tietoa ei tuoda millään tavalla esiin ensimmäisissä 29 uutiskirjeessä. Vasta 29. uutiskirjeessä mainitaan Oikeutta Eläimille -järjestön olevan Vegaanihaasteen järjestäjä, ja kerrotaan kyseisen järjestön toiminnasta eläinten hyväksi (Vegaanihaasteen uutiskirje 29/31). Ethos -keino onnistumiseksi puhujan on luotava itsestään kunnollinen ja luotettava mielikuva kuulijoille. Tämän vuoksi voisi ajatella, että järjestäjän esittäytyminen lukijoille mahdollisimman varhaisessa vaiheessa ja läpinäkyvyys sen suhteen loisi luottamusta lukijoihin. Vegaanihaasteen tapauksessa Oikeutta Eläimille -järjestön poliittinen profiili ja toimintatavat voivat olla luottamuksen rakentumisen tiellä eivätkä sitä edistävänä seikkana. Poliittinen toiminta voidaan nähdä epäilyttävänä omien tavoitteiden ajamisena, vastakkaisena vilpittömälle auttamiselle. Tällöin poliittisuus voi olla parempi häivyttää piiloon. Näin luottamus voi rakentua ja kohdistua Vegaanihaasteeseen eikä Oikeutta Eläimille -järjestöön, vaikka näitä kahta ei voidakaan pitää toisistaan täysin erillisinä toimijoina. Vegaanihaaste on Oikeutta Eläimille -järjestön yksi keino edistää arvojen mukaista kasvissyöntiä.

Uutiskirjeissä on huomattavissa jako puhujan luonteeseen vetoavia retorisia keinoja painottaviin ja pathos- ja logos -keinoja käyttäviin teksteihin. Ethos -keinot painottuvat 31 uutiskirjeen alkupuolelle. Vaikka erilaisia vinkkejä tarjotaan kaikkien 31 uutiskirjeen ajan, niiden tarjoaminen painottuu huomattavasti ensimmäiseen 16 uutiskirjeeseen, jonka jälkeen niitä tarjotaan satunnaisesti: esimerkiksi ruoka-aineallergiat huomioidaan aina tarvittaessa, mutta 16 uutiskirjeen jälkeen ruoka-aineisiin ja tuotteisiin liittyviä vinkkejä tai neuvoja ei enää juurikaan esiinny.

## **5.2 Lukijoiden tunteisiin vaikuttava retoriikka**

Vegaanihaasteen uutiskirjeiden retoriikka painottuu vahvasti lukijoiden tunteisiin vetoaviin keinoihin. Tärkeimpiä keinoja ovat kuvat ja videot, sekä koskettavat eläinten pelastustarinat ja tietoa tarjoavien artikkeleiden ilmaisut, joilla kuvataan eläinten toteutumattomia oikeuksia ja huonoa kohtelua. Uutiskirjeissä käytettävät pathos-keinot voidaankin jakaa eläinten yksilöllistämiseen ja inhimillistämiseen sekä tietoiskuihin perustuvaan järkyttävien mielikuvien herättämiseen.

Ensimmäiseen pathos-keinojen ryhmään kuuluvat tarinat, joissa eläimiä on pelastettu päätyvästä teuraaksi. Tarinoissa kuvataan näiden eläinten nykyistä onnellisuutta verrattuna karmivaan kohtaloonsa, jolta välttyi täpärästi. Näiden tarinoiden tunnuspiirteenä on eläinten yksilöllistäminen nimeämällä ne kuin lemmikit: uutiskirjeissä on kertomuksia niin Herbievasikasta, Esther-possusta kuin Vippa ja Konsti -kaveruksistakin. (Vegaanihaasteen uutiskirje 11/31, 14/31, 17/31.) Tarinat luovat mielikuvaa eläimistä yksilöinä, mikä on yleisestä eläintuotantodiskurssista poikkeavaa. Uutiskirjeissä käytetään myös vegaanituotoreiden kertomia tarinoita tunteisiin vetoamisen keinona (Vegaanihaasteen uutiskirje 21/31, 25/31).

Tuotantoeläinten rinnastaminen lemmikkeihin on myös yksi Vegaanihaasteen keino vaikuttaa lukijoiden tunteisiin ja mielikuviin eläimistä yksilöinä. Tuotantoeläinten nimeämisen lisäksi niiden älykkyyttä tai käyttäytymistä verrataan lemmikkikoiriin tai -kissoihin. Esimerkiksi Esther-possun tarinassa todetaan, että ”[h]än on aivan samanlainen kuin koiramme”, ja eläinten turvakodista kertovan videon yhteydessä olevassa tekstissä kerrotaan pelastettujen eläinten olevan tietoisia ja tuntevia ”yhtä lailla [...] kuin kissat ja koiratkin”. (Vegaanihaasteen uutiskirje 14/31, 18/31.)

Kolmantena eläinten yksilöllistämisen keinona uutiskirjeissä tarjotaan tietoa esimerkiksi eläinten yksilöllisestä ääntelystä ja viitataan eläimiin yksilöinä: ”Tiesitkö että... Useiden



eläinlajien aina linnuista valaisiin tiedetään käyttävän itsestään tai toisistaan tiettyjä, yksioollisia äänneitä.” (Vegaanihaasteen uutiskirje 27/31, myös 19/31, 28/31).

Uutiskirjeissä viitataan usein eläinten taitoihin tai tunteisiin verraten niitä ihmiseen. Esimerkiksi uutiskirjeessä 26/31 todetaan, että ” [...] päästäisen ilon tunne on aivan yhtä suuri kuin ihmisen vastaava, ja päästäisen kokemus pelosta tai surusta aivan yhtä painava kuin ihmisen” (Vegaanihaasteen uutiskirje 26/31). Vegaanihaasteen uutiskirjeessä lainataan myös Helsingin Sanomien artikkelia: ” ’Kaikki inhimillinen näyttää olevan kaloille yllättävän tuttua. Kalat leikkivät, palvelevat asiakkaita ja huijaavat – ja menestyvät älykoulussa’ ” (Vegaanihaasteen uutiskirje 18/31). Eläinten inhimillistäminen on tehokas retorinen keino, jolla voidaan saada ihmiset pohtimaan omaa suhdettaan eläimiin. Tuotantoeläimen arvon ei yleensä ajatella olevan ihmisarvon tasolla, ja tämä ihmisen ja eläimen arvon asettaminen samalle tasolle on voimakas normista poikkeavaa retoriikkaa hyväkseen käyttävä keino.

Yksilöllistämisen ja inhimillistämisen lisäksi uutiskirjeissä vedotaan lukijoiden tunteisiin kertomalla eläinten elinolosuhteista sellaisia asioita, joilla voidaan yrittää muuttaa lukijoiden ajatusmaailmaa. Esimerkiksi uutiskirjeissä kerrotaan siitä, miten vasikka erotetaan emostaan jo alle vuorokauden iässä (Vegaanihaasteen uutiskirje 27/31), miten kuoriutumattomat tiput vastaavat emolleen (Vegaanihaasteen uutiskirje 13/31) sekä siitä, mitä väkivaltaisuuksia eläimet kokevat: ”kalayksilöt [...] kokevat kalastettaessa kivuliaan kuoleman [...] hitaan tukehtumisen” (Vegaanihaasteen uutiskirje 19/31).

Vastakohtana väkivaltaisuuksien kuvaamiselle eläimiä kuvataan älykkäinä, huolehtivaisina ja leikkimielisinä. Eräässä uutiskirjeessä kerrotaan sukeltajan ja kalan ystävytydestä, toisaalta tarjotaan informaatiota eläinten tunteista ja ajatuksista. (Vegaanihaasteen uutiskirje 13/31, 17/31, 24/31, 26/31, 28/31.) Eläinten arvoa pyritään näin nostamaan lukijoiden silmissä.

### **5.3 Järkeen perustuva argumentoiva retoriikka**

Vegaanihaasteen uutiskirjeet tarjoavat tietoa helposti omaksuttavassa muodossa. Uutiskirje sisältää paljon tietoa vitamiineista, hivenaineista ja vegaanisista ruoka-aineista. Näiden lisäksi uutiskirjeessä on tietoa veganismin eettisyydestä sekä vaikutuksista terveyteen ja ympäristöön. Nämä kolme teemaa muodostavat argumentoivan logos -retoriikan pääjaottelun.

Auktoriteetteihin vetoaminen on Vegaanihaasteen uutiskirjeiden tärkein argumentteja tukeva keino. Uutiskirjeissä vedotaan virallisiin ravitsemussuosituksiin (Vegaanihaasteen uutiskirje 5/31, 7/31, 18/31), Vegaaniliittoon (3/31, 18/31), tutkijoihin ja tutkimuksiin (4/31, 9/31, 17/31, 18/31, 22/31, 26/31, 27/31), vegaaniruokavaliota toteuttaviin tai kokeileviin julkisuuden henkilöihin (1/31, 4/31, 8/31), World Wildlife Fundiin (14/31) sekä Yhdistyneiden kansakuntien raportteihin (28/31, 31/31). Toinen uutiskirjeissä käytetty logos-keino on tilastoihin vetoaminen (Vegaanihaasteen uutiskirje 24/31, 28/31, 31/31).

Terveys on ensimmäinen uutiskirjeissä esiintyvä asia, jonka avulla veganismin puolesta argumentoidaan. Argumentti voidaan tiivistää väitteeseen ”vegaaniruokavalio on yhtä terveellistä tai terveellisempää kuin eläinperäinen ruokavalio”. Terveellisyyteen vedotaan virallisten ravitsemussuositusten, ravitsemusterapeutin sekä vegaaniurheilijoiden avulla. Vegaanisuuden terveellisyyttä tuodaan esiin suhteessa eläinperäinen ruokavalioon esimerkiksi toteamalla, että terveydelle haitallisten transrasvojen saannin voi minimoida kasviperäisellä ruokavaliolla (Vegaanihaasteen uutiskirje 4/31). Toisaalta kasvimaitojen käyttämistä lehmänmaidon tilalla pyritään perustelemaan sillä, että lehmänmaidon asema kalsiumin lähteenä on liioiteltu, sekä sillä, että nykyään kasvimaidotkin sisältävät lisättyä kalsiumia (Vegaanihaasteen uutiskirje 3/31). Näiden argumenttien avulla veganismin arvoa pyritään nostamaan ja tekemään eroa eläinperäisen ruokavalion normiin.

Vegaaniruokavalion terveellisyyden argumenttiin liittyy veganismin sopivuus elämän jokaiseen vaiheeseen. Vegaanisen ruokavalion sopivuutta lapsille, raskaana oleville ja imettäville perustellaan virallisten ravitsemussuositusten kautta (Vegaanihaasteen uutiskirje 18/31.) Toinen argumentti koskee urheilun ja veganismin yhteensopivuutta. Uutiskirjeessä esitellään kolme huippu-urheilijaa, joiden avulla lukijoille halutaan tehdä selväksi, että jopa huipputasoinen urheilu on vegaanina mahdollista (Vegaanihaasteen uutiskirje 7/31). Käytännön tason ohjeita uutiskirjeissä tarjotaan myös esittelemällä fitness-valmentajana toimiva Vegaanihaasteen tuutori, joka ohjeistaa uutiskirjeessä urheilijan monipuolisen ruokavalion muodostamista (Vegaanihaasteen uutiskirje 23/31).

Seuraava veganismia puolustava argumentti liittyy ympäristöön ja ekologisuuteen. Veganismia puolustetaan pääasiassa eläintuotannon haitallisuudella ja kasvisruokavalion ekologisuudella. Argumentti voidaan tiivistää väitteeseen ”vegaaniruokavalio on ekologisempaa kuin eläinperäinen ruokavalio”. Argumenttia tuetaan vetoamalla Yhdistyneiden kansakuntien raportteihin, World Wildlife Fundiin, tieteiskirjailijaan sekä

professoriin. Myös eläinperäisen ruokavalion haitallisuus tuodaan esille: ”[t]ärkein yksittäinen asia, jolla ilmastonmuutokseen voidaan vaikuttaa, on eläinproteiinin vähentäminen” ja ”[s]ojjan käyttäminen suoraan ihmisravinnoksi on ympäristöystävällisempää kuin sen kierrättäminen eläinten kautta” (Vegaanihaasteen uutiskirje 9/31, 14/31). Kasvissyönti kuvataan ”ekotekona”, eläinperäinen ruokavalio sen sijaan ympäristöhaittojen syynä (Vegaanihaasteen uutiskirje 22/31).

Kolmas argumentti liittyy veganismin eettisyyteen. Eettisyys liitetään lähes pelkästään eläinnäkökulmaan, ei esimerkiksi kaukaa tuotujen vegaanisen ruoka-aineiden eettisyyteen työntekijöiden, kuljetuksesta aiheutuneiden päästöjen tai ihmisten elinolosuhteisiin vaikuttavan ilmastonmuutoksen näkökulmasta. Uutiskirjeissä vedotaan eläinten kykyyn ajatella ja tuntea kuten ihmiset sekä oikeuteen toteuttaa lajityypillistä käyttäytymistään. Eettisyyteen perustuva argumentointi yhdistyy tässä kohdin tunteisiin vetoavaan argumentointiin.

Eettisyyteen vetoavat argumentit voidaan edelleen jakaa kahteen osaan: vegaanisen ruokavalion itseisarvoiseen eettisyyteen sekä eläinten oikeuksiin vetoamiseen. Pieni osa uutiskirjeiden argumenteista perustuu itse ruokavalion eettisyyteen, vaikka eläinten oikeuksienkin korostamisen taustalla on väite veganismin eettisyydestä. Ruokavalion eettisyyttä perustellaan kasviperäisen ruokavalion positiivisilla vaikutuksilla ihmisten nälänhätään vain kerran 31 uutiskirjeen aikana (Vegaanihaasteen uutiskirje 19/31). Tämä kertoo selvästi eläinnäkökulman korostamisesta suhteessa muihin eettisyyden näkökulmiin.

Eettisyyden argumentin perustana on eläinten kyky ajatteluun ja tuntemiseen. Näissä argumenteissa vedotaan alan tutkijoihin, kuten biologiin, geenitutkijaan, empatiatutkijaan sekä ekologiin ja evoluutiobiologiin. Uutiskirjeissä kerrotaan auktoriteettien avulla eläinten tunteista: ”[k]aikki linnut ja nisäkkäät kokevat samoja perustunteita” ja ”[t]ieteellinen todistusaineisto on vahvasti sen puolella, että kalat tuntevat kipua” (Vegaanihaasteen uutiskirje 17/31, 28/31). Myös eläinten älykkyys tuodaan esiin: evoluutiobiologin ja ekologin kirjoittamassa artikkelissa *Eläinmieli luonnontieteellisestä näkökulmasta* kerrotaan, että liskot ja kalat ovat kykeneväisiä oppimaan uutta ja soveltamaan oppimaansa, mustekalat osaavat huijata, rotat ennakoida ja pohtia tulevaisuutta. Lisäksi artikkelissa kerrotaan, että suurimmalla osalla eläimistä on todettu olevan kyky kielelliseen kommunikointiin lajinsa kesken ja että useat eläinlajit viihdyttävät itseään leikkimällä. (Vegaanihaasteen uutiskirje 26/31.)

Tieteellisten, järkeen vetoavien faktojen tarjoamisen lisäksi näillä eettisyyteen vetoavilla argumenteilla on yhteys tunteisiin vetoavaan retoriikkaan. Kertomalla eläinten älykkyydestä ja leikkimiskyvystä lukijoita suostutellaan ajattelemaan tuotantoeläimistä uudella tavalla, joka voi rinnastua esimerkiksi ajatukseen lemmikkieläimistä, joita yleensä pidetään suuressa arvossa niiden älykkyyteen ja seurallisuuteen perustuen. Lemmikkieläimiin liitettävät ominaisuudet tuodaan tuotantoeläinten ominaisuuksiksi, jolloin lukijoiden tuntema empaattisuus ja muut emotionaaliset reaktiot voivat kohdistua myös tuotantoeläimiin.

Logos- ja pathos -keinot liittyvätkin uutiskirjeissä usein toisiinsa ja tukevat toisiaan. Esimerkiksi uutiskirjeen artikkeli *Maidontuotannossa on useita eläinsuojelullisia ongelmia* aloitetaan Oikeutta Eläimille -järjestön kuvalla paikalleen kahlitusta lehmästä. Kuvat ovat usein käytetty tunteisiin vetoamisen keino kirjoitetussa retoriikassa. Artikkelin jatkuu kertomalla lehmien ja poikasten suhteesta, joka rikkoutuu ihmisten vieroittaessa emon poikasestaan vuorokauden iässä:

*”Kaikilla muillakin nisäkkäillä on ihmisten tavoin voimakas emotionaalinen tarve pitää huolta jälkeläisistään. Jokaisella terveellä emolla on niin voimakas tarve hoitaa poikastaan, että hoivaamisen estäminen aiheuttaa sille kärsimystä.”* (Vegaanihaasteen uutiskirje 27/31)

Tekstinpätkä kuvaa tunteisiin vetoavaa argumentointia maidontuotannon eettisistä ongelmista. Artikkelin sisältää paljon tietoa lehmien ja niiden poikasten olosuhteista, jolla argumentoidaan logos -retoriikan keinoin. Tietoon vetoamisen tukena artikkelissa käytetään myös lukijan tunteisiin vetoavia kuvauksia, joissa esimerkiksi vedotaan ihmisvanhempien rakkauteen omaa lastaan kohtaan, ja rinnastetaan siihen lehmän huoli omasta poikasestaan, kuten yllä mainitussa sitaatissa juuri tehdään.

## 6 IDEOIDEN ANALYYSIN NÄKÖKULMAT

### 6.1 Retoriikassa läsnä olevat ja sanomattomat asiat

Hartin (1997, 12) mukaan retoriikkaa käyttävä puhuja suuntaa puheen aina tietylle yleisölle, ja näin ollen puhuja voi muovata puhettaan tilanteen ja yleisön mukaan. Se, mitä tekstissä sanotaan, on retorisen analyysin kannalta tärkeää, mutta tärkeää on myös se mitä tekstissä ei tuoda esiin. Näistä jälkimmäinen voi tarjota analysoijalle tietoa kirjoittajan tavoitteista, joita hän ei välttämättä halua esittää suoraan lukijoilleen. Tekstissä läsnä olevien ideoiden analysoiminen on huomattavasti helpompaa kuin tekstistä piilotettujen ideoiden. Vegaanihaasteen uutiskirjeiden tapauksessa uutiskirjeet jakautuvat havaintojeni mukaan kahteen osittain lomittuvaan osaan: ensimmäinen osa koostuu uutiskirjeistä 1–16/31 ja toinen osa uutiskirjeistä 17–31/31.

Ensimmäisessä osassa uutiskirjeiden aihepiireinä ovat reseptit, ruoka-aineisiin ja vegaanisiin tuotteisiin liittyvät vinkit ja neuvot, sekä veganismin terveellisyyteen ja ekologisuuteen perustuvat argumentit. Uutiskirjeiden sisällön voi tiivistää yksinkertaisesti tarkastelemalla niiden otsikoita. Ensimmäisessä osassa otsikkoina ovat esimerkiksi ”Vegaanihaaste 1/31: Helppoa & nopeaa syötävää ja hyviä vegevinkkejä”, ”Vegaanihaaste 2/31: Leivänpäälliset, vegeblogit ja mukana olevat ravintolat” sekä ”Vegaanihaaste 16/31: Parhaat vinkit edulliseen kasvisruokaan”. Ensimmäisessä osassa uutiskirjeiden sisältöön ei mahdu juurikaan tietoa eläinten oikeuksista, eettisyydestä tai toimintamahdollisuuksista. Ekologisuuteen perustuvat argumentit jatkuvat teemana läpi lähes kaikkien uutiskirjeiden, mutta painottuvat selkeästi uutiskirjeiden loppupuolelle.

Uutiskirjeiden loppupuolella reseptien lisäksi keskitytään kertomaan tietoa eläimistä ja perustelemaan veganismia ekologisuuden lisäksi ruokavalion eettisyydellä. Loppupuolella myös tuodaan esiin tietoa toiminnasta eläinten oikeuksien hyväksi, ja viimeisessä uutiskirjeessä Vegaanihaasteen järjestäjä, Oikeutta Eläimille -järjestö esittäytyy. Uutiskirjeiden sisältö voidaan jälleen havainnollistaa otsikoiden kautta: ”Vegaanihaaste 17/31: Maapähkinävoiherkkuja ja onnellinen pelastustarina”, ”Vegaanihaaste 19/31: Eläintuotanto on haitallista ympäristölle” sekä ”Vegaanihaaste 24/31: Empatiaa eläimille”.

Vegaanihaasteen ensimmäisinä 16 päivänä näkökulma keskittyy siis lähes täysin resepteihin ja ruoka-aineisiin. Tämän jälkeen uutiskirje alkaa painottua yhä enemmän tarinoihin ja tietoiskuihin eläimistä ja ympäristöstä sekä näiden yhteydestä veganismiin. Tämä siirtymä

ruokanäkökulmasta eläinten aseman näkökulmaan on kiinnostava huomio uutiskirjeiden epäpoliitisoivasta ja poliittisesta asetelmasta.

Toinen mielenkiintoinen huomio uutiskirjeistä on se, että niissä ei oteta kantaa tai neuvota miten välttää eläinperäisiä ainesosia sisältäviä kulutushyödykkeitä, kuten vaatteita tai kosmetiikkaa. Veganismi on kokonaisvaltainen elämäntapa, jossa eläinperäisten ainesosien välttäminen ei rajoitu vain ruokaan. Uutiskirjeissä mainitaan kuitenkin vain yksi linkki, jonka kautta saa tietoa asiasta, eikä sille ole omistettu yhtäkään kokonaista tekstiä. Syynä tälle voi olla se, että veganismin kokonaisvaltaisuuden korostaminen voi tuntua liikaa lukijan elämää rajoittavalta taakalta, jollaisena veganismia ei haluta uutiskirjeissä esittää.

Reseptit ovat jokaisessa uutiskirjeessä etusijalla, joten lukijan ei välttämättä tarvitse selata uutiskirjettä enempää kuin ne lukeakseen. Poliittiseen vaikuttamiseen pyrkivät tekstit on sen sijaan sijoitettu uutiskirjeissä viimeiseksi niissä kirjeissä, joissa tällaista vaikuttamista esiintyy. Reseptien esittäminen ennen muuta vaikuttamaan pyrkivää materiaalia kertoo uutiskirjeiden koontivaiheessa tehdystä päätöksestä: reseptit ovat etusijalla, koska niitä halutaan uutiskirjeissä korostaa. Uutiskirjeiden korostaessa reseptejä ja ruoka-aineita tieto vegaanisen elämäntavan kokonaisvaltaisuudesta jää kuitenkin puuttumaan. Vegaanihaasteen näkökulmasta voi olla helpompaa esittää veganismi vain reseptien kautta ja ylläpitää mielikuvaa veganismista hauskana ja vaivattomana ruokavaliona.

## **6.2 Retoriset kuviot**

Ideoiden analyysin avulla on mahdollista nähdä aineistossa käytetyt retoriset keinot veganismin edistämiseksi. Käyttäessäni Aristoteleen klassista retoriikan jaottelua analyysini perustana analysoin samalla myös tekstissä käytettyjä retorisia keinoja. Vegaanihaasteen uutiskirjeissä käytetyt retoriset keinot voidaan siis jaotella Aristoteleen klassisen jaottelun mukaan ethos-, pathos- ja logos -keinoiksi.

Ethos -keinoihin lukeutuvat Vegaanihaasteen luottamusta rakentavat keinot, kuten vegaanituutorin ja neuvojen tarjoaminen, julkisuuden henkilöiden kommentit sekä Oikeutta Eläimille -järjestön esittelemisen vasta viimeisissä uutiskirjeissä. Esimerkkejä pathokseen vetoavista retorisista keinoista ovat eläinten yksilöllistäminen ja rinnastaminen ihmiseen. Logos -keinoja ovat auktoriteetteihin ja tilastoihin vetoaminen sekä yleisten uskomusten tai argumenttien virheellisyyden esittäminen.

Näiden retoristen kuvioden käyttämisellä on selvä tarkoitus Vegaanihaasteen uutiskirjeissä. Niillä luodaan veganismista tietynlaista kuvaa lukijoille ja pyritään vaikuttamaan siten lukijoiden kulutusvalintoihin. Saavutettuaan luottamuksen ethos -keinojen avulla Vegaanihaasteen uutiskirjeet pyrkivät vakuuttamaan lukijat veganismia puolustavilla argumenteilla käyttäen apuna pathos- ja logos -keinoja.

### **6.3 Retorinen äänensävy**

Hart (1997, 63) esittelee jaottelun, jonka avulla kirjoittajan tai puhujan retorisen äänensävyn tunnistaminen ja kuvaaminen on mahdollista. Retorisella äänensävyllä Hart tarkoittaa puheen tai tekstin tunnelatausta. Hän jaottelee puheen sävyt neljään kahtiajakoon: innostuneeseen ja rauhalliseen, perinteiseen ja tulevaisuuteen suuntautuvaan, kuvailevaan ja arvioivaan sekä konkreettiseen ja abstraktiin retoriseen äänensävyyn. Hartin mukaan retoriset puheet voidaan asettaa näiden äänensävyparien välillä sijaitsevalle janalle analyysin helpottamiseksi. (Hart 1997, 63.) Uutiskirjeitä tarkastellessa nämä kahtiajaot voivat auttaa määrittämään teksteissä ilmenevää siirtymää äänensävyistä toiseen.

Kuvaileva–arvioiva -jaon näkökulmasta Vegaanihaasteen uutiskirjeiden tekstit sijoittuvat yhdessä näiden kahden ääripään välille. Toisaalta veganismia kuvaillaan ja toisaalta arvioidaan esimerkiksi suhteessa eläinperäiseen ruokavalioon. Uutiskirjeiden tavoitteena onkin sekä esitellä veganismia siitä kiinnostuneille että arvioida sitä ja argumentoida sen puolesta. Uutiskirjeissä voidaan kuitenkin havaita siirtymää kuvailevasta äänensävyistä arvioivaan: aluksi veganismia kuvaillaan reseptien ja ruoka-aineiden kautta, jonka jälkeen vegaaninen ruokavalio liitetään terveellisuuden, ekologisuuden ja eettisyyden arvoihin. Näillä arvoilla veganismi pyritään nostamaan eläinperäisen ruokavalion yläpuolelle parempana vaihtoehtona.

Uutiskirjeissä suuntaudutaan selvästi tulevaisuuden näkökulmaan. Teksteissä vedotaan veganismin trendikkyuteen ja innovatiivisiin resepteihin (ks. esim. Vegaanihaaste 5/31). Veganismin avulla myös pyritään muuttamaan vallitsevia eläintuotannon perinteitä, ja vegaanisen ruokavalion suosiminen kulutusvalintojen avulla voi tarkoittaa uusien tuoteinnovaatioiden kuten vegaanisen jäätelön kehittämistä ja tulevista markkinoille (ks. esim. Vegaanihaasteen uutiskirje 5/31, 15/31).

Uutiskirjeiden teksteissä kerrotaan asioista hyvin konkreettisesti. Tästä esimerkkinä toimivat reseptit, ruoka-aineiden esittelyt ja käyttövinkit sekä eläinten elinolosuhteiden, älykkyyden ja tunteiden kuvaukset. Uutiskirjeet sisältävät myös paljon kuvia, joiden avulla tekstissä

esiteltyjä asioita voidaan havainnollistaa lisää. Vaikka viimeisissä uutiskirjeissä puhutaan myös abstrakteista asioista, kuten esimerkiksi ilmastonmuutoksesta tai eläintuotannon järjestelmästä, nämäkin kuvataan konkreettisesti painottaen eläinten kokemuksia.

Innostunut–rauhallinen -jako ilmenee uutiskirjeissä selvemmin kuin muut käsittelemäni jaot. Siksi tämän jaon avulla on mahdollista tarkastella uutiskirjeissä havaitsemaani retorisen äänensävyyn siirtymää. Vegaanihaasteen ensimmäisissä uutiskirjeissä retorinen äänensävy on selvästi innostunut. Näissä uutiskirjeissä käytetään paljon huudahduksia, korostetaan vegaanisen ruoan helppoutta ja herkullisuutta sekä tarjotaan vinkkejä: ”Saatavilla on toinen toistaan helppokäyttöisempiä ja herkullisempia kasviperäisiä tuotteita”, ”[k]alsiumilla täydennetyissä kasvimaidoissa on yhtä paljon kalsiumia kuin lehmänmaidossa!”, ”[k]okeile porkkanoiden kanssa seesaminsiemeniä!” (Vegaanihaasteen uutiskirje 1/31, 3/31, 6/31). Viimeisissä uutiskirjeissä äänensävy on muuttunut innokkaasta synkempään, eläinperäisen ruokavalion haitallisuutta ja uhkia korostavaan näkökulmaan: ”Eläintuotanto on haitallista ympäristölle”, ”[k]aikista pahinta eläimille on itse vankeus”, ” [...] noin 90 % Suomessa myytävästä naudanlihasta on peräisin lypsykarjatiloilta” (Vegaanihaasteen uutiskirje 19/31, 21/31, 27/31). Näissä uutiskirjeissä keskitytään argumentoimaan logos -keinon avulla, jolloin retorinen äänensävy muuttuu vakavaksi ja rauhallisen argumentoivaksi.

Uutiskirjeiden retoriikka on siis tulevaisuuteen suuntautuvaa, innostavaa ja konkreettista. Näiden äänensävyjen lisäksi viimeisissä uutiskirjeissä korostuu innostavan äänensävyyn korvaava rauhallinen argumentointi, jolla veganismia arvioidaan suhteessa eläinperäiseen ruokavalioon. Rauhalliseen argumentointiin liittyy myös toimintaa vaativa sävy: ”Paljon on vielä tehtävää, että eläimet saisivat niille kuuluvan arvon. Vegaaniruokavalio on yksi askel eteenpäin.” (Vegaanihaasteen uutiskirje 21/31.)



## 7 Johtopäätökset

Aineistonani käytin Oikeutta Eläimille -järjestön järjestämän Vegaanihaasteen 31 uutiskirjettä. Aineistoni on siis rajattu yhden järjestön tuottamaan tekstiin, jonka sisältöä ei voi rajattomasti laajentaa koskemaan koko veganismin ilmiökenttää. Aineisto kertoo kuitenkin yhden suurimmista Suomen kontekstissa toimivan veganismia edistävän järjestön toimintatavoista, joiden voidaan ajatella vaikuttavan vahvasti siihen, miten veganismista puhutaan ja miten sen leviämistä edistetään Suomessa.

Uutiskirjeiden retoriikassa käytetään kaikkia kolmea Aristoteleen klassista retorista keinoa. Ethos näkyy Vegaanihaasteen uutiskirjeiden alkupuolella, ja pathos ja logos sen sijaan tukevat toisiaan viimeisissä uutiskirjeissä. Ethos -keinot on järjestetty uutiskirjeiden alkupuolelle luottamuksen herättämiseksi ja vahvistamiseksi, jonka jälkeen lukijat on helpompi vakuuttaa uutiskirjeiden loppupuolella. Tunteisiin vetoavat pathos -keinot voidaan jakaa positiivisia ja negatiivisia mielikuvia herättäviin. Positiivisia mielikuvia herättäviä keinoja ovat kuvat eläimistä sekä eläinten inhimillistäminen ja vertaaminen suloiisiin lemmikkeihin. Negatiivisia mielikuvia herättävät keinot pyrkivät vetoamaan lukijan oikeudenmukaisuudentuntoon kuvatessaan väkivaltaisuuksia, joita tuotantoeläimet joutuvat kokemaan. Logos -keinoilla tukeudutaan suurelta osin eri alojen asiantuntijoihin, joiden avulla uutiskirjeissä perustellaan veganismia vedoten terveellisyyteen, ympäristöystävällisyyteen ja eettisyyteen. Uutiskirjeiden retoristen keinojen käyttö vaikuttaa tarkkaan suunnitellulta, ja kaikkien kolmen Aristoteleen retorisen keinon tasapainoinen käyttö toteutuu.

Epäpolitisoinen analysoiminen uutiskirjeissä on haastavaa, sillä yhtenäistä epäpolitisoinen teoriaa ei käytännössä ole olemassa. Eri konteksteissa epäpolitisoinen käsitellään eri tavoin, kuten aiemmin luvussa 2.2 todettiin. Epäpolitisoinen ei voi pelkistää välttämättömyysretoriikkaan, vaikka se on yleisesti käytetty keino epäpolitisoinen retoriikassa; epäpolitisoinen voidaan toteuttaa myös muilla keinoilla, kuten poliittisuuden kieltämisen tai sivuuttamisen avulla. Myös valtavirtaistuminen voidaan nähdä epäpolitisoinen: poliittisuuden häivyttämisen lisäksi huomio voidaan kiinnittää veganismin valtavirtaistumiseen, jonka kautta ideologia voi epäpolitisoinen.

Analyysini pohjalta voidaan tehdä kahdenlaisia johtopäätöksiä veganismin edistämiseen käytettävistä retorisista keinoista ja niiden suhteesta kysymykseen veganismin epäpolitisoinen. Ensinnäkin, veganismia ei epäpolitisoida käyttämällä

vaihtoehdottomuuden tai välttämättömyyden retorisia ilmauksia. Veganismi esitetään parempana vaihtoehtona verrattuna eläinperäiseen ruokavalioon, eli sitä ei esitetä ainoana vaihtoehtona tai välttämättömänä elämäntapana.

Toiseksi, uutiskirjeet on koottu tarkoituksenaan vaikuttaa sen lukijoihin eli Vegaanihaasteen osallistujiin poliittisuutta häivyttämällä. Veganismin ideologiseen taustaan liitettävät vaikuttamisen keinot, kuten eläinten eettiseen kohteluun vetoavat keinot ja argumentit, on järjestelty lukijan vakuuttamiseksi niin, että vasta noin 16 uutiskirjeen jälkeen ne alkavat ottaa kantaa eläinten kohteluun veganismin perusteluna. Veganismin poliittisuutta ei pyritä kieltämään täysin uutiskirjeissä, mutta poliittiset näkökulmat esitetään tavalla, joka häivyttää poliittisuutta tuoden esiin veganismin arkipäiväisyyttä reseptien muodossa. Konkreettisten reseptien korostaminen eläinoikeusaktiivisuuden sijaan saattaa auttaa osallistamaan yhä useampia sellaisia ihmisiä, jotka eivät koe olevansa aktivisteja.

Vegaanihaasteen uutiskirjeissä kyse voikin olla veganismin valtavirtaistamiseen pyrkivästä toiminnasta, jolla pyritään veganismin normalisointiin ja yleistymiseen. Palosen (1993, 129, 133–134) mukaan kysymyksen valtavirtaistuminen ja normalisoituminen epäpoliittisoi sen. Suurten ihmisjoukkojen osallistamiseksi voikin olla tärkeää, että käytetty retoriikka ei korosta veganismin poliittista puolta.

Poliittisuus ilmenee uutiskirjeissä kuitenkin selvästi: niissä ohjataan lukijaa toimimaan eläinten puolesta, tuodaan esiin eläinaktiivisuuden toimintamalleja ja esitellään perusteluja eläinoikeusaktiivisuudelle. Siksi on ilmeistä, että poliittisuuden ja veganismin erottaminen toisistaan ei ole uutiskirjeiden tavoitteena. Toisaalta, tämä huomio voi johtua myös Oikeutta Eläimille -järjestön kiistattomasta poliittisesta profiilista: järjestön tavoitteena voi olla myös omasta toiminnastaan tiedottaminen ylläpitääkseen toimintaansa ja kasvattaakseen jäsenmääräänsä. Uutiskirjeet voivat toimia veganismin edistämisen ohella Oikeutta Eläimille -järjestön kanavana kertoa toiminnastaan.

Vegaanihaasteen veganismia edistävien toimintatapojen kautta on ehkä mahdollista sanoa laajemminkin jotain suomalaisen eläinoikeusliikkeen toiminnasta ja nykyisen veganismin piirteistä. Eläinoikeusliikkeen näkökulma on muuttunut suuresti 1990-luvun radikaalista toiminnasta, ja on mahdollista tulkita veganismin olevan väistämättömän valtavirtaistumisen edessä. Elintarvikealan yritykset ovat viime vuosina alkaneet nähdä vegaanisen ruokavalion uutena liikeideana, ja yhä useammat alan yritykset ovat alkaneet kehittää tuotteita vegaaniseen ruokavalioon sopiviksi. Tämä voidaan myös nähdä eläinoikeusliikkeen

aikaansaamana elintarvikejärjestelmän murroksena, joka on toteutunut 1990-luvun aktivismista alkaneen kehityskulun avulla. Ruokavalion puolesta veganismi on nykyään paljon vaivattomammin toteutettavissa kuin esimerkiksi 2000-luvun alussa. Eläinoikeusliikkeen rooliksi veganismin edistämisessä on viime vuosina saattanut jäädä uusien vegaanisten tuotteiden ja reseptien mainostaminen. Samalla veganismin ideologinen konteksti voi jäädä taka-alalle.

Näyttäisi siltä, että veganismin painopiste on siirtymässä tuotteisiin ja ruokaan etäännyen 1990-luvun eläinoikeusaktivismista. Verrattuna tähän aiempaan aktivismikontekstiin veganismista on tullut helposti lähestyttävää ja valtavirtaisempaa. (ks. esim. Peltokoski 2003.) Vegaanihaasteen uutiskirjeissä veganismia ei haluta esittää kokonaisvaltaisena aktivismina vaan terveellisenä, eettisenä ja ympäristöystävällisenä vaihtoehtoisena ruokavaliona.

## AINEISTO

Vegaanihaaste (2018): Uutiskirjeet 1–31/31.

## KIRJALLISUUS

Aristoteles: Retoriikka. 1. kirja. Suom. Paavo Hohti. Tampere: Gaudeamus 1997.

Caumartin, Corinne (2007): 'Depoliticisation' in the reform of the Panamanian security apparatus. *Journal of Latin American studies* 39:1, 107–132.

Eläinoikeuspuolue (2018): Manifesti. Saatavana < [www.eop.fi/tavoitteemme/manifesti/](http://www.eop.fi/tavoitteemme/manifesti/) > Viitattu 23.2.2018

Freeden, Michael (2003): *Ideology: a very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.

Hart, Roderick (1997): *Modern rhetorical criticism*. Boston: Allyn & Bacon.

Helsingin Sanomat 25.1.2018: Eviran laaja tutkimus paljastaa ensi kerran: Näitä lisäaineita osa suomalaisista saattaa saada liikaa – etenkin jotkut lapsista voivat olla riskiryhmässä. Saatavana < [www.hs.fi/ruoka/art-2000005537031.html](http://www.hs.fi/ruoka/art-2000005537031.html) > Viitattu 16.4.2018

Helsingin Sanomat 5.3.2017: Ruoka on yhä useammin kuluttajan eettinen valinta. Saatavana < [www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005114115.html](http://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000005114115.html) > Viitattu 2.4.2018

Hilton, Matthew & Daunton, Martin (2001): *Material politics: An introduction*. Teoksessa Daunton, Martin & Matthew Hilton (toim.): *The politics of consumption: Material culture and citizenship in Europe and America*. Oxford: Berg. 1–32

Jenkins, Katy (2011): Depoliticisation and the changing trajectories of grassroots women's leadership in Peru: From empowerment to service delivery? *Journal of Latin American Studies* 42:2. 299–326.

Kauppalehti 26.12.2017: Mitä on puhdas ruoka? Saatavana < <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/mita-on-puhdas-ruoka/M7jMpGqk> > Viitattu 2.4.2018

Kettunen, Pauli (2003): Poliittisen historia poliittisessa historiassa. Virkaanastujaisluento Helsingin yliopistossa 14.5.2003. Saatavana < [www.ennenjanyt.net/3-03/kettunen.htm](http://www.ennenjanyt.net/3-03/kettunen.htm) > Viitattu 2.4.2018

Konttinen, Esa; Peltokoski Jukka (2004): *Ympäristöprotestin neljäs aalto. Eläinoikeusliike ja uuden polven ympäristöradikalismi 1990-luvulla*. Jyväskylä: Minerva, Jyväskylän yliopisto.

MacKenzie, Iain (2003): *The idea of ideology*. Teoksessa Eccleshall, Robert, Alan Finlayson, Vincent Geoghegan, Michael Kenny, Moya Lloyd, Iain MacKenzie, Rick Wilford: *Political ideologies: an introduction*. 3<sup>rd</sup> edition. London: Routledge. 1–16

- Oikeutta Eläimille (2018): Oikeutta Eläimille. Saatavana < [www.oikeuttaelaimille.fi/oikeutta-elaimille](http://www.oikeuttaelaimille.fi/oikeutta-elaimille) > Viitattu 23.2.2018
- Palonen, Kari (1997): Kootut retoriikat. Esimerkkejä politiikan luennasta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Palonen, Kari (1993): Politikointi – politisointi – politiikka. Tulkinta politiikan ajatusmuodon pelikieliakatiloista. Opetusmoniste 1. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, valtio-opin laitos.
- Peltokoski, Jukka (2003): Elämä politiikkana. Vegetarismi ja veganismi protestin tihentymänä. Teoksessa Juppi, Pirta, Jukka Peltokoski & Miikka Pyykkönen (toim.): Liike-elämää. Vastakulttuurinen radikalismi vuosituhaten vaihteessa. Jyväskylä: SoPhi. 91–114
- Portwood-Stacer, Laura (2012): Anti-consumption as tactical resistance: Anarchists, subculture, and activist strategy. *Journal of consumer culture* 12:1. 87–105
- Stephens Griffin, Nathan (2017): Understanding veganism. Biography and identity. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Tapio-Biström, Marja-Liisa; Silvasti, Tiina (2012): Globaalin elintarvikejärjestelmän ekologiset ja sosiaaliset haasteet. Teoksessa Mononen, Tuija ja Tiina Silvasti (toim.): Hyvä ja paha ruoka. Ruoan tuotannon ja kuluttamisen vaikutukset. Helsinki: Gaudeamus. 69–89
- Vegaaniliitto (2018): Esittely. Saatavana < [www.vegaaniliitto.fi/www/fi/vegaaniliitto](http://www.vegaaniliitto.fi/www/fi/vegaaniliitto) > Viitattu 23.2.2018
- Vihreä Lanka 22.12.2016: Näin veganismi valtavirtaistui. Saatavana < [www.vihrealanka.fi/henkil%C3%B6t/n%C3%A4in-veganismi-valtavirtaistui](http://www.vihrealanka.fi/henkil%C3%B6t/n%C3%A4in-veganismi-valtavirtaistui) > Viitattu 12.4.2018
- Vihreät vegaanit (2018a): Etusivu. Saatavana < [www.vihreatvegaanit.fi/](http://www.vihreatvegaanit.fi/) > Viitattu 8.4.2018
- Vihreät vegaanit (2018b): Miksi juuri Vihreät vegaanit? Saatavana < [www.vihreatvegaanit.fi/2016/09/17/miksi-juuri-vihreat-vegaanit/](http://www.vihreatvegaanit.fi/2016/09/17/miksi-juuri-vihreat-vegaanit/) > Viitattu 8.4.2018
- Wilson, Japhy (2013): The Urbanization of the Countryside: Depoliticization and the Production of Space in Chiapas. *Latin American Perspectives* 40:2. 218–23