

# **VEGEBUUMIN JÄLJILLÄ**

**Vegetarismien diskurssit suomalaisissa sanomalehdissä**

**Sirkku Järvelä**

**Kandidaatintutkielma**

**Yhteiskuntapolitiikka**

**Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos**

**Jyväskylän yliopisto**

**Syksy 2017**

# TIIVISTELMÄ

## VEGEBUUMIN JÄLJILLÄ

### Vegetarismien diskurssit suomalaisissa sanomalehdissä

Sirkku Järvelä  
Yhteiskuntapolitiikka  
Kandidaatintutkielma  
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos  
Jyväskylän yliopisto  
Ohjaaja: Tiina Sihto  
Syksy 2017  
Sivumäärä: 30 sivua

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaisia diskursseja vegetarismista esitetään suomalaisissa sanomalehdissä. Tutkimuksen aineistona käytetään kolmen suomalaisen sanomalehden, Helsingin Sanomien, Ilta-Sanomien ja Maaseudun Tulevaisuuden tekstejä vuosilta 2016 ja 2017. Tutkimuksen tavoitteena on vastata kysymyksiin, miten vastuullinen kulutus ja kasviruokavalion trendikkyys ilmenevät median kasvissyöntiä koskevissa diskursseissa sekä nähdäänkö kasvissyönti mediassa pysyvänä muutoksena vai ohimenevänä trendinä.

Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään vastuullista kulutusta ja sen yhteyttä vegetarismiin. Vastuullisen kulutuksen käsitettä tarkastellaan sen historiallista taustaa vasten tuomalla esiin vastuulliseen kuluttajuuteen ja sen määrittelyyn liittyviä haasteita ja ristiriitoja. Lisäksi tarkastellaan kasvissyönnin taustalla olevia motiiveja sekä kasvisruokavalion merkitystä maapallon kestävyuden kannalta. Käsiteltyjen teorioiden pohjalta analysoidaan, millaista kuvaa media rakentaa kasvissyönnistä ja onko se yhteydessä vastuulliseen kuluttajuuteen.

Median valtaa julkisen keskustelun määrittelijänä ja luojana voidaan pitää merkittävänä ja ohjatessaan yhteiskunnallisen keskustelun puheenaiheita, media voi vaikuttaa myös ihmisten asenteisiin ja käyttäytymiseen. Näin ollen mediassa esiintyvien diskurssien tutkimus on tärkeää ja lehtitekstit sopivat aineistoksi hyvin, sillä Suomi on kansainvälisesti katsottuna edelleen vahva sanomalehtimaa. Tutkimusmenetelmänä käytetään diskurssianalyysiä, jonka avulla voidaan tutkia, millaisia suhteellisen pysyviä ja tunnistettavia kielellisiä tapoja lehdet käyttävät kasvissyönnin merkityksellistämiseen ja kuvaamiseen.

Aineistosta nousee esiin kaksi eri diskurssia, epävarmuuden diskurssi ja vastuullisuuden diskurssi. Näiden diskurssien pohjalta ilmenee, että mediassa kasvisruokavalio esitetään pääosin trendikkäänä ilmiönä korostaen sen suosion lisääntymistä. Ilmiön jatkuvuus kuitenkin kyseenalaistetaan ja vastuulliseen kulutukseen liittyvät argumentit jäävät marginaaliseen osaan. Tutkimustulokset osoittavat, että tutkituissa sanomalehdissä vegetarismista rakennetaan kuvaa trendinä, jonka pysyvyys on kuitenkin epävarmaa. Tulokset tukevat käsitystä, jonka mukaan kasvissyönnin edut niin yksilön kuin koko yhteiskunnan hyvinvoinnin kannalta eivät ole laajasti tiedossa. Lisäksi tuloksista käy ilmi, että vastuullisen kulutuksen käsite ei ole vakiintunut ja vastuullisuus ymmärretään eri tavoin määrittelijästä riippuen.

asiasanat: vegetarismi, kasvisruokavalio, vastuullinen kulutus, kulutustutkimus, mediatutkimus

# SISÄLTÖ

|  |    |
|--|----|
| 1. JOHDANTO .....                                      | 1  |
| 2. VASTUULLINEN KULUTUS .....                          | 3  |
| 2.1 Vastuullisen kulutuksen haasteita .....            | 4  |
| 3. NÄKÖKULMIA VEGETARISMIIN .....                      | 7  |
| 3.1 Vegetarismi vastuullisena valintana .....          | 8  |
| 3.2 Vegetarismi mediassa .....                         | 9  |
| 4. KASVISRUOAN DISKURSSIT SANOMALEHDISSÄ.....          | 11 |
| 4.1 Sanomalehdet tutkimuksen aineistona .....          | 11 |
| 4.2 Diskurssianalyysi .....                            | 14 |
| 5. AINEISTON ANALYYSI .....                            | 15 |
| 5.1 Kasvisruoka ohimenevänä trendinä .....             | 16 |
| 5.2 Kasvisruoka pysyvänä vastuullisena valintana ..... | 19 |
| 6. POHDINTA.....                                       | 22 |
| LÄHTEET .....  | 25 |
| LIITTEET .....   | 27 |

# 1. JOHDANTO

Kasvisruoasta vaikuttaisi tulleen muutaman viime vuoden aikana trendi. Trendiä ovat olleet nostattamassa esimerkiksi sosiaalisen median kampanjat, kuten Lihaton lokakuu ja Vegaanihaaste. Mediassa näkee puhuttavan ”kasvisruokabuumista”, kasviproteiinituote nyhtökaura valittiin vuoden suomalaiseksi elintarvikkeeksi (HS 16.5.2017) ja esimerkiksi Facebookin Sipsikaljavegaanit-ryhmä on saanut laajaa huomiota niin mediassa kuin yritysmaailmassa (esim. HS 27.5.2017, IS 11.5.2016). Toisaalta kaikki eivät näytä suhtautuvan kasvissyöntiin yhtä innokkaasti. Esimerkiksi kansanedustaja Anne Kalmari puolustaa lihansyöntiä Keski-suomalaisessa julkaistussa kolumnissaan (4.11.2017) otsikolla ”Naudanlihaa voi syödä hyvällä omallatunnolla”. Mediassa esiin tuodut näkemykset eivät siis vaikuta olevan yhdenmukaisia, vaan kasvissyöntiä on myös kyseenalaistettu. Lisäksi on kysyttävä, onko kasvisruokatrendi vain median luoma mielikuva, joka ei ole todellisuudessa näkyvillä suomalaisten kulutustottumuksissa. Ainakaan lihankulutuksen merkittävänä vähenemisenä ”kasvisruokabuumi” ei ole toistaiseksi näkynyt. Vuonna 2016 suomalainen söi lihaa keskimäärin 81 kiloa siipikarjan kulutuksen kasvaessa yhdeksällä prosentilla ja punaisen lihan kulutuksen pysyessä edellisvuosien tasolla (Ravintotase 2017).

Kasvisruoan kulutus liittyy laajempaan yhteiskuntapoliittiseen keskusteluun kestävämpien elämäntapojen saavuttamisesta. Ilmastonmuutos ja sen aiheuttama huoli ympäristömme tilasta ovat nostaneet esiin kulutuskeskeisen elämäntapamme ongelmat, jotka liittyvät myös ruoantuotantoon. Tutkimuksissa kasvissyönnin on todettu olevan huomattavan suotuisa vaihtoehto kestäväen elämäntavan ja globaalin ruokaturvan kannalta (esim. Helne & Salonen 2012.) Kasvissyöntiä voidaankin pitää yhtenä vastuullisen kulutuksen muodoista. Vastuullisella kulutuksella viitataan kulutuspäätöksiin, joissa otetaan huomioon eettiset, ekologiset ja moraaliset tekijät (Wilska 2011). Käsitettä on kuitenkin vaikeaa määritellä yksiselitteisesti, sillä vastuullisuus on myös subjektiivista ja sen määrittelyyn vaikuttaa esimerkiksi kuluttajan arvomaailma.

Tässä tutkimuksessa tarkoitukseni on perehtyä siihen, millaisia diskursseja vegetarismista esitetään suomalaisissa sanomalehdissä. Tutkimuskysymyksinä ovat:

- Miten vastuullinen kulutus ja kasvisruokavalion trendikkyys ilmenevät median kasvissyöntiä koskevissa diskursseissa?
- Nähdäänkö kasvissyönti mediassa pysyvänä muutoksena vai ohimenevänä trendinä?

Tutkimusaihe on ajankohtainen ja koen sen myös henkilökohtaisesti kiinnostavaksi, sillä aloitettuani kasvisruokavalion vuonna 2015, olen seurannut aitiopaikalta erilaisten vegetarististen tuotteiden lisääntymistä markkinoilla ja esimerkiksi Sipsikaljavegaanit-ryhmän suosion kasvua. Toisaalta olen havainnut kasvisruoan näkyvän mediassa pääosin juuri trendikkäänä ilmiönä, mikä ei ole tae kuluttajakäyttäytymisen suurista käännteistä, saati pysyvistä elämäntapojen muutoksista.

Tutkimuksen aineistona on kolmen suomalaisen sanomalehden, Helsingin Sanomien, Iltasanomien ja Maaseudun Tulevaisuuden kirjoituksia kasvisruoasta. Digitalisaatio ja sosiaalinen media ovat muuttaneet perinteisen median asemaa yhteiskunnassa, mutta joukkoviestinnällä on edelleen huomattavaa valtaa julkisen keskustelun määrittelijänä ja luojana (esim. Seppänen 2015). Näin ollen pidän sanomalehtitekstien diskurssien tutkimusta tärkeänä, sillä ohjatessaan yhteiskunnallisen keskustelun puheenaiheita, ne voivat vaikuttaa myös ihmisten asenteisiin ja käyttäytymiseen.

## 2. VASTUULLINEN KULUTUS

Vastuullinen kulutus on käsitteellisesti tämän tutkimuksen keskiössä, sillä tutkimuksen yhtenä tarkoituksena on perehtyä kasvisruokaan vastuullisen kuluttajuuden näkökulmasta. Vegetarismi eli kasvissyönti on perinteisesti nähty vaihtoehtoisena ruokailumuotona ja se on liitetty laajempaan yhteiskunnalliseen ilmiöön vaihtoehtona valtavirran suosimille sovinnaisille tottumuksille (Husso 1993, 17). Kuitenkin tarve siirtyä kohti kasvipohjaisempaa ravintoa lisääntyy vuosi vuodelta johtuen väestön voimakkaasta kasvusta, luonnon monimuotoisuuden ehtymisestä sekä kansanterveydellisistä syistä (Salonen 2013). Näin ollen kasvisruoan kulutukselle on olemassa muitakin perusteita, kuin pelkkä kuluttajan oma halu suosia valtavirrasta poikkeavia ruokatottumuksia. Nykyisin vegetarismia perustellaankin vastuullisena valintana myös tieteellisestä näkökulmasta (esim. Salonen 2013, Helne & Salonen 2012). Tässä luvussa käsittelen lyhyesti vastuullisen kulutuksen historiallista taustaa ja motiiveja vastuullisen kulutuksen takana.

Vastuullisen kulutuksen määrittäminen ei ole yksiselitteistä, ja perinteisesti vastuullinen kuluttajuus onkin ymmärretty enemmän kulutuksen vähentämisenä kuin eettisten tai ekologisten ostopäätösten tekemisenä. Vastuullinen kulutus on kuitenkin viime vuosina laajentunut myös ”vihreisiin” tuotteisiin, joiden kuluttaminen mielletään vastuulliseksi. Markkinat ovat tarttuneet hanakasti tähän vihreään trendiin tarjoten ”kulutusmahdollisuuksia pitäen maapallon mielessä”. Vihreitä tuotteita voivat olla esimerkiksi luomutuotetut kasvikset, energiansäästölamput tai kierrätetty paperi. (Black & Cherrier 2010, 437–453.) Kriittisesti ajateltuna vastuullisuuden eetos voi siis toimia kulutusta lisäävänä tekijänä luodessaan tuotemerkkinoita kuluttajille (Wilska 2011, 206). Ympäristösosiologian yksi keskeinen kysymys onkin, kuinka kuluttamista voitaisiin muuttaa pysyvästi ekologisemmiksi, koska tämä edellyttäisi luultavasti paljon perustavanlaatuisempaa elämäntapojen muutosta kuin vain kulutustottumusten muokkaamista (Valkonen & Litmanen 2016).

Vastuullisen kulutuksen käsitteelle voidaan näin ollen antaa erilaisia määritelmiä, ja käsitteen voidaan sanoa olevan myös jossain määrin ristiriitainen. Tässä tutkimuksessa olen kuitenkin päättänyt käyttää vastuullisen kulutuksen käsitettä, jolla viitataan niin ekologisten, sosiaalisten kuin eettisten näkökulmien huomioonottamiseen kulutuspäätöksiä tehtäessä

(Wilska 2011). Käsitteellisesti vastuulliselle kulutukselle synonyyminä on toisinaan käytetty esimerkiksi eettistä tai kestävästä kulutusta, mutta niillä on hieman erilaisia painotuksia.

Kuluttajien tiedostavuus ja halu vaikuttaa tuotteisiin heräsivät jo teollistumisen alkuvaiheessa, joten kuluttajapolitiikkaa ei voida pitää erityisen uutena ilmiönä. Sen tavoitteet ovat kuitenkin muuttuneet aikojen saatossa ja vastuullisen kuluttajuuden voidaan sanoa syntyneen vasta ympäristökysymysten noustessa esiin 1960- ja 1970-luvuilla. Ympäristökysymysten ulkopuolelle vastuullinen kuluttajuus alkoi laajentua 1980–1990-luvuilla ja keskittyä esimerkiksi eläinten oikeuksiin ruoantuotannon skandaalien herättäessä huomiota. (Wilska 2011, 190; 193.) Tuotantoeläinten oikeudet saivat ihmiset vaatimaan luonnonmukaisuutta ja vastustamaan tehotuotantoa (Kjærnes 2008, 77). Naomi Kleinin teos *No logo* vuodelta 2000 toi viimeistään kuluttajien tietoisuuteen monikansallisten suuryritysten ongelmia, kuten halpatuotannon epäeettiset työolot kehittyvissä maissa. Ilmastonmuutos on ollut viime vuosien ajan enenevässä määrin mukana julkisessa ja poliittisessa keskustelussa, ja myös sen myötä vastuullisempien elämäntapojen problematisointi on saanut huomiota. Tietoisuus kulutukseen liittyvistä ongelmista on siis selvästi lisääntynyt, mutta globalisaation myötä kapitalismi ja kulutusyhteiskunta ovat laajentuneet lisäten kuluttamista ja näin ollen esimerkiksi ympäristöhaittoja. (Wilska 2011, 191–192.)

Käsitteenä vastuullinen kulutus on siis osin kiistanalainen, ja siihen liittyy myös politisointia ja kysymyksiä talouden ja ympäristön yhteensovittamisesta. Seuraavassa luvussa käsittelemme tarkemmin, millaisia haasteita vastuulliseen kuluttajuuteen liittyy ja minkälaisia ristiriitoja kuluttajat kohtaavat kulutusvalintoja tehdessään.

## **2.1 Vastuullisen kulutuksen haasteita**

Kulutustutkimuksen saralla on jo pitkään puhuttu tarpeesta muuttaa länsimaisia kulutusmalleja, sillä nykyiset kulutustottumukset ovat ympäristön kannalta kestävämmällä pohjalla. Merkittävänä ongelmana ympäristön ja talouden yhdistämisessä on kuitenkin ollut vallitsevan länsimaisen talousideologian hegemoninen asema. Vallitsevan taloustieteen oletukset talouden irrallisesta asemasta suhteessa luontoon alettiin kyseenalaistaa vasta 1960-luvun *Kasvun rajat* -teoksen ja sitä seuranneen keskustelun myötä. Kestävän kehityksen periaatteiden mukaan nykyisin ajatellaan, että ympäristö, ihminen ja talous on otettava päätöksenteossa tasavertaisesti huomioon tulevat sukupolvet huomioiden. Ympäristötaloustieteen kehittyminen on oikeuttanut

kestävän kehityksen politiikan harjoittamista, mutta talouden ja ympäristön yhteensovittamiseen liittyy edelleen monia sisäisiä ristiriitoja. (Valkonen & Litmanen 2016.)

Kuten jo edellisessä luvussa kuvattiin, ympäristökysymykset ovat nousseet pinnalle 1990-luvulta lähtien entistä vahvemmin, minkä seurauksena myös kuluttajan rooli näiden kysymysten ratkaisijana on korostunut. Suomessa kuluttajat pitävät itseään melko ekologisina kuluttajina, mutta suurena ristiriitana on, että ekologinen jalanjälkemme on maailman suurimpia. Toisaalta valtaosa suomalaisista kuluttajista haluaisi tehdä ympäristöremontin elämässään, mutta ongelmana ovat ihmisten urautuneet kulutustavat, joita ei ole helppoa muuttaa. (Valkonen & Litmanen 2016.)

Vastuullisen kuluttajuuden merkittävä ongelma onkin kuluttajien arvomaailman ja todellisen toiminnan ristiriitainen suhde, joka on yhteydessä myös kulutustutkimukseen liittyviin haasteisiin. Vastuullinen kulutus on sosiaalisesti arvostettua, joten tutkimuksissa tutkittavat saattavat liioitella vastuullisuuttaan kuluttajina. Tällöin tutkimuksissa näkyy enemmän se, millaisia kulutustapoja ihailaan ja toivotaan noudatettavan, kuin kuluttajien todelliset toimintatavat. Vastuulliseen kuluttamiseen on oletettavasti yhteydessä myös sosiodemografisia tekijöitä, kuten kuluttajan ikä ja sukupuoli. Ihmisiä ei voida kuitenkaan mustavalkoisesti jakaa vastuullisiin ja vastuuttomiin kuluttajiin, sillä ryhmien sisältä on aina löydettävissä yksilöllisiä eroavaisuuksia. Näin ollen myös tieteellisen tutkimuksen parissa syntyneisiin erilaisiin kuluttajaprofiileihin on syytä suhtautua asianmukaisella kriittisyydellä. (ks. Wilska 2011.)

Tulevaisuuden kuluttaja ERIKA 2020-hankkeessa Nyrhinen, Wilska ja Leppälä (2011) tutkivat erikoistavaramarkkinoiden tulevaisuudenkuvaa ja kartoittavat kuluttajien erilaistumista. Heidän mukaansa suomalaiset kuluttajat eivät ole vähentämässä kulutustaan ja erityisesti nuoret suhtautuvat kuluttamiseen muita myönteisemmin. Toisaalta merkittävä osa tutkimukseen osallistuneista oli valmis vähentämään energian kulutusta tai ostoksien määrää ympäristöystävällisyydestä. Vastaajien koulutustaso oli tutkimuksen valossa ikäluokkaa merkittävämpi tekijä suhtautumisessa ekologisuuteen ja eettisyyteen. Korkeammin koulutetut olivat valmiimpia maksamaan enemmän reilusti tuotetuista sekä ympäristöystävällisemmistä tuotteista, mutta myös alemmilla koulutustasoilla saatettiin suosia esimerkiksi kierrätystuotteita. (emt.)

Roope Moka ja Aleksi Neuvosen (2009) teoksessa ”Olimme kuluttajia – neljä tarinaa vuodesta 2023” hahmotellaan tulevaisuuden kulutusskenaarioita. Kirjoittajat ottavat kriittisesti kantaa nykyiseen rahankäytön ja vapauden yhtäläistämiseen. He pitävät hämmentävänä, ettei vapauden lisääntyminen 1900-luvun alusta lähtien ja sen myötä tapahtunut kulutuksen kasvu



ole romuttanut yhteiskuntaamme. Kirjoittajien mielestä kulutuskeskeinen elämäntapamme aiheuttaa valtaosan yhteiskunnallisista ongelmista, jotka konkretisoituvat esimerkiksi terveyshaittoina. Nämä ongelmat nähdään kuitenkin erillisinä ilmiöinä, eikä niitä haluta yhdistää kuluttamiseen. Näin ollen kollektiivisten kulutustekojemme kasaantumista ongelmaksi on vaikeaa hahmottaa, vaikka nämä yhteiskunnalliset riskit uhkaavat Mogan ja Neuvosen mielestä vapauksiamme paljon kuluttamisen rajoittamista enemmän. (emt. 35; 38–39.)

Vastuulliseen kuluttajuuteen liittyvät haasteet koskettavat siis monia eri yhteiskunnan tasoja. Toisaalta voidaan kysyä, kuinka paljon vastuuta kuluttajan on itse otettava vastuukysymyksistä, mutta on myös pohdittava, millainen rooli on niin poliittisilla päättäjillä kuin yrityssectorilla. Kuluttajat eivät ole aina valmiita toteuttamaan vastuullisia valintoja, vaikka se olisi heidän arvomaailmansa mukaista, joten kysymys kulutuksen rajoittamisesta lienee myös huomionarvoinen.

### 3. NÄKÖKULMIA VEGETARISMIIN

Tässä luvussa käsittelen vegetarismien historiallista taustaa sekä kasvissyönteihin liittyviä perusteita ja motiiveja. Tämän jälkeen esittelen vegetarismien hyötyjä maapallon kestävyyskannalta. Toisessa alaluvussa pyrin selvittämään, millaisia näkökulmia media on tuonut esiin vegetarismista.

Käsitteellisesti vegetarismi ja kasvissyönti ovat toistensa synonyymejä ja tässä tutkimuksessa vegetarismilla tarkoitetaan kasvikunnan tuotteisiin perustuvaa ruokavaliota. Vegetarismista esiintyy useampia eri muotoja, kuten lakto-ovovegetaristinen ja vegaaninen ruokavalio. Tämän tutkimuksen kannalta vegetarismien eri muodot eivät ole oleellisessa asemassa, mutta ero vegetarismien ja veganismien välillä on hyvä ymmärtää. Vegaanit eivät käytä mitään eläinperäistä koskien niin ravintoa kuin muita kulutustuotteita, kun taas useat vegetaristit syövät esimerkiksi maitoa ja kananmunia (lakto-ovovegetaristinen ruokavalio). (Husso 1993, 2.)

Esa Konttinen ja Jukka Peltokoski (2015) kuvaavat julkaisussaan ”Ympäristöprotestin neljäs aalto: eläinoikeusliike ja uuden polven ympäristöradikalismi 1990-luvulla” kasvissyöntikulttuurin uutta lukua. Heidän mielestään kasvissyönti ja veganismi liittyvät keskeisesti protestikulttuuriin ja alkoivat nousta esiin erityisesti 1990-luvulla, jolloin elämäntapanäkökohdat olivat ensi kertaa näkyvästi läsnä ympäristöprotestissa. Tuolloin vegetarismiin ja erityisesti veganismiin liitettiin vahvasti poliittinen sanoma, ja rajatonta valinnanvapautta säätelevänä ilmiönä vegetarismi saatettiin kokea uhkaavana. (emt. 104–105.) Näin ollen vegetarismiin liittyyneen samanlaista vapauden rajoittamisen pelkoa, kuin Mokka ja Neuvonen (2009) väittävät liberalistien yleisesti liittävän vapaan kulutuksen sääntelyyn. Konttinen ja Peltokoski kirjoittavat veganismin hyökänneen ”kulutusyhteiskunnan rajoittamatonta valinnan vapauden ideaalia vastaan” (emt. 105).

Toisaalta vegetarismi ei ole radikaalinkin poliittisesta leimasta huolimatta ilmiönä uusi, vaan sen juuret yltävät kauas historiaan. Kasvissyöntiä on harjoitettu esimerkiksi faaraoiden Egyptissä ja sillä on erityisen vahvat perinteet itämaisessä kulttuurissa. Myös Suomessa kasvissyönnillä on yli satavuotinen historia ja laajamittaisesti se yleistyi terveystiikkeiden kanssa 1930-luvulla. (emt.) Vegetarismien terveysnäkökulma on esillä myös tänä päivänä esimerkiksi suomalaisissa ravitsemussuosituksissa. Valtion ravitsemusneuvottelulautakunnan (Evira 2014) mukaan runsaasti kasvikunnan tuotteita sisältävä ruokavalio edistää terveyttä ja

vähentää esimerkiksi riskiä sairastua 2 tyypin diabetekseen ja sydän- ja verisuonitauteihin. Sen sijaan runsaasti lihavalmisteita sisältävä ruokavalio lisää sairastuvuutta. (emt.)

Kasvissyönnille on löydettävissä monenlaisia perusteita, mutta mahdollisesti johtuen sen saamasta leimasta osana protestiliikkeiden nousua 90-luvulla, vegetaristit ja erityisesti vegaanit saatetaan yhä yhdistää poliittisiin ideologioihin tai yhteiskunnalliseen radikalismiin. Onkin syytä kysyä, onko vegetarismi edelleen vain vaihtoehtoinen tapa sovinnaisille totumuksille, ohimenevä trendi vai voisiko kasvisruoan kuluttamisesta tulla pysyvästi osa valtavirtaa. Seuraavassa alaluvussa käsittelem syytä sille, miksi vegetarismia voidaan pitää ekologisena ja vastuullisena valintana.

### **3.1. Vegetarismi vastuullisena valintana**

Teoksessa ”Yhteyksien kirja – etappeja ekososiaalisen hyvinvoinnin polulla” (2012), Tuula Helne ja Arto O. Salonen kirjoittavat kasvisruokavaliosta kulttuurisen muutoksen välineenä. Kirjoittajien mukaan kasvisruokavalio on hyödyllinen vaihtoehto kestävän elämäntavan ja kulttuurin edistämisen kannalta. ”Kasvisruokavalio 1) torjuu ilmastonmuutosta ja auttaa säilyttämään luonnon monimuotoisuutta, 2) turvaa globaalia ruuan riittävyyttä, 3) on taloudellisesti järkevää, 4) edistää irtautumista tehoeläintuotannosta sekä 5) ehkäisee vakavia sairauksia ja edistää terveyttä kokonaisvaltaisesti.” (emt. 202.)

Ilmastonmuutos on vakavin uhka ihmiskunnalle aiheuttaen esimerkiksi lämpötilojen kohoamista, muutoksia merivirroissa, mannerjään sulamista ja merenpintojen nousua. Karjankasvatussektori on suuressa roolissa vastatessaan 18 prosentista kasvihuonekaasupäästöistä, mikä vastaa suurempaa osuutta kuin esimerkiksi liikenteen vastaavat päästöt. Lisäksi karjatalous aiheuttaa metsien hävittämistä, maiden pilaantumista ja sedimentaatiota rannikkoalueilla, mikä puolestaan vauhdittaa biodiversiteettikatoa. (Steinfeld ym. 2006.) Karjankasvatus ei ole ainoastaan ympäristön kannalta kyseenalaista, sillä eläinten tehotuotantoon liittyy myös monia eettisiä kysymyksiä. Tehotuotanto aiheuttaa eläimille ”jalostuksen” seurauksena esimerkiksi epänormaalin nopeaa lihaskasvua ja liikuntamahdollisuuksien puute sekä virikkeettömyys henkisen sekä fyysisen hyvinvoinnin heikkenemistä. (Helne & Salonen 2012, 204.)

Salonen (2013) tutkii kasvisruokavaliion valtavirtaistumista artikkelissaan ”Kasvisruokavaliion mahdollisuudet kestäviä elämäntapoja tavoiteltaessa”. Tutkimuksessa vastaajat arvioivat

kestäviin elämäntapoihin liittyvien 36 tekijän tärkeyttä ja toteutumista elämässään. Kasvisruoan lisäksi näitä kestäviin elämäntapoihin liittyviä tekijöitä olivat esimerkiksi lähiruoka, vedestä säästäminen, kierrätys ja sosiaalinen vastuu kulutusvalinnoissa. Artikkelin mukaan kasvisruokaan suhtautumisen ja kasvisruoan syömisen välillä on voimakkaampi yhteisvaihtelu kuin muiden tutkittujen kestäviä elämäntapoja edistävien asioiden yhteisvaihtelu. Tämä siis tarkoittaa, että suhtautumisen muuttuessa kasvissyöntiä kohtaan myös käytös todennäköisesti muuttuu. Toisaalta kasvisruokavalion merkitys kestävyiden edistämiseksi arvioitiin tutkimuksen vastaajien keskuudessa vähäisemmäksi kuin muiden kestävästä kehitystä edistävien asioiden merkitys. Salosen mukaan tietoisuuden lisääminen kasvisruokavalion hyödyistä vahvistaisikin siirtymistä kasvispainotteisempiin ruokatottumuksiin, sillä kynnyksen siirtyä kasvissyöntiin on jo suhteellisen matala verrattuna muihin keskeisiin kestäviin elämäntapoihin rakentaviin tekijöihin.

### **3.2. Vegetarismi mediassa**

Median ja viestinnän rooli ympäristöasioiden tuomisessa julkiseen keskusteluun ja yhteiskunnalliseen tietoisuuteen on merkittävä (Väliveronon 2015, 135–136). Näin ollen ei ole yhdentekevää, miten mediassa käsitellään kasvissyöntiä, sillä viestinnällä luodaan tiettyjä mielikuvia ja välitetään asenteita (esim. Seppänen 2015). Joukkotiedostusvälineet vaikuttavat myös sosiaalisiin suhteisiin, uskomuksiin ja arvoihin ja näin ollen esimerkiksi Faircloughin (2002, 10) mukaan ovat merkittävässä roolissa yhteiskunnallisissa muutosprosesseissa. Seuraavaksi esittelen muutamia esimerkkejä siitä, millaisia näkökulmia vegetarismista on tuotu mediassa tutkimusten mukaan esiin.

Kuten aiemmissa luvuissa on tullut ilmi, vegetarismi liittyy vahvasti ympäristökysymysten esiinnoisuun ja sen taustalla on myös poliittista liikehdintää. Tämä on näkynyt myös mediassa, sillä Konttisen ja Peltokosken (2015) mukaan vegetarismi ja erityisesti veganismi aiheuttivat 1990-luvulla kiihkeää julkista keskustelua. Helsingin Sanomat kirjoitti 8.2.1998 (emt. 104 mukaan) kasvissyönnistä ja veganismista seuraavasti: "Etujoukko ei syö enää lihaa: Nuoret eivät usko vaikuttavansa äänestämällä. He eivät luota poliitikkoihin, hallituksiin ja kansanedustuslaitokseen. Nuoret muuttavat maailman syömällä." 90-luvulla vegetarismia kuvattiin siis osana poliittista ideologiaa ja jopa yhteiskunnallista radikalismia (emt). Myös nykyisin eettisen ja poliittisen veganismin marginalisointia on mediassa jatkettu, mikä ilmenee

Outi Lundahlin (2017) väitöskirjassa. Lundahlin mukaan veganismin yleinen status yhteiskunnassamme on kuitenkin noussut. Hän tutki väitöskirjassaan median ja julkkisten roolia vegaanitrendin rakentajana. Tutkimuksen tulosten perusteella median rooli on kahtiajakautunut, sillä se on myös tukenut kasvissyöntiä trendikkäänä ilmiönä esteettisin ja terveydellisin perustein. Näin ollen media on leikannut veganismin sen vanhoista radikaaleista juuristaan, joka voi väitöskirjan mukaan edistää eläinten hyväksikäytön lopettamista ja tukea myös terveystieteiden kasvissyönnin lisääntymistä. (emt. 81.)

Edellä kuvatun tutkimuksen perusteella veganismiin liittyy siis nykyisin trendikkyys, joka on vahvistunut esimerkiksi julkkisten vaikutuksesta. Toisaalta mediassa ei ole esillä vain täysin yhtäläinen näkökulma, jossa korostuisi pelkkä muodikkuus, vaan myös veganismin marginalisointia on jatkettu. Tämän tutkimuksen kannalta Lundahlin tutkimuksen tulokset ovat todella kiinnostavia, sillä omassa tutkimuksessani haluan perehtyä siihen, onko trendikkyys esillä myös sanomalehtien kasvissyöntiä käsittelevissä diskursseissa. Lundahlin tutkimus keskittyi veganismiin, mutta tässä tutkimuksessa haluan selvittää laajemmin kasvissyöntiin, en vain veganismiin, liitettäviä mielikuvia ja asenteita.

## **4. KASVISRUOAN DISKURSSIT SANOMALEHDISSÄ**

Edeltävissä luvuissa kuvailtuihin tutkimuksiin perustuen kasvisruoan kuluttamista voidaan pitää ympäristöasiana. Kasvissyönti voidaan liittää vastuulliseen kuluttajuuteen, joka pohjautuu ympäristönäkökohtien huomioon ottamiseen, mutta yhtäältä kattaa myös sosiaalisten, eettisten ja moraalisten näkökulmien huomioon. Toisaalta vegetaristit perustelevat ruokatottumuksiaan myös terveyden edistämisen näkökulmasta. Lisäksi erityisesti veganismi on mielletty vahvasti poliittiseksi ilmiöksi, joka ei ole ainoastaan ruokavalio vaan ideologinen elämäntapa. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, miten vastuullinen kulutus ja kasvisruokavalion trendikkyys näkyvät sanomalehtien diskursseissa sekä ilmeneekö kasvissyönti pysyvänä muutoksena vai ohimenevänä trendinä. Tässä luvussa esittelen aluksi tutkimukseni aineiston ja pyrin myös kuvaamaan, miten päädyin kyseiseen aineistoon ja sen rajaukseen. Tämän jälkeen kerron käyttämästäni analyysimenetelmästä ja sen valinnan perusteista.

### **4.1. Sanomalehdet tutkimuksen aineistona**

Kansainvälisesti katsottuna Suomi on edelleen vahva sanomalehtimaa, jonka mediamaisemaa Reunanen (2017, 66) kuvaa seuraavasti: ”Vahva maakuntalehdistö, vahva julkisen palvelun yleisradio (Yle), yksi merkittävä valtakunnallinen päivälehti (HS) ja kaksi suosittua iltapäivälehteä, jotka kumpikin tavoittavat verkkosivuillaan puolet väestöstä.” Viestinnän tutkimuksen kannalta on mielenkiintoista pohtia, mitä mediassa tuodaan esiin ja millä tavoin. Voidaan esimerkiksi miettiä, miten maakuntalehtien uutisointi eroaa valtakunnallisen lehden uutisoinnista ja millaisia aiheita julkisen palvelun yleisradiossa korostetaan.

Seppäsen (2015) mukaan median usein merkittävin vallan muoto on vaikeneminen. Asia tai ilmiö saa mediayhteiskunnassa näkyvyyttä vasta, kun sillä on paikka julkisessa keskustelussa. Toisaalta median uutisointiin vaikuttavat myös yhteiskunnalliset normit, lait ja muut säädökset, jotka säätelevät mediarytysten toimintamahdollisuuksia. Lisäksi sosiaalinen media on luonut täysin uudenlaisia viestinnän muotoja, joilla on asema myös osana julkista keskustelua. Näin ollen perinteinen media ei voi yksin määrittää julkisen keskustelun puheenaiheita, mutta sillä on siitä huolimatta huomattava rooli yhteiskunnallisten asioiden esiin tuojana ja keskustelun

mahdollistajana. (Seppänen 2015.) Tietoisuuden lisäämisen ohella viestinnällä argumentoidaan, suostutellaan, tuotetaan ja tulkitaan merkityksiä sekä rakennetaan sosiaalista yhteisyyttä. Median ja viestinnän tutkimuksessa tarvitaan yhteiskuntatieteitä, jotta viestinnän ilmiöitä, kuten puhetapojen kontekstia, tulkitaan myös yhteiskunnallisesta ja kulttuurisesta näkökulmasta. (Väliverronen 2015, 135–136.)

Tämän tutkimuksen aineiston olen kerännyt kolmesta suomalaisesta sanomalehdestä: Helsingin Sanomista, Ilta-Sanomista sekä Maaseudun Tulevaisuudesta. Valitsin nämä kolme sanomalehteä, koska ne ovat tyypiltään erilaisia ja ennakko-oletuksenani on, että ne näin ollen antavat monipuolisemman kuvan kasvissyönnin diskursseista. Helsingin Sanomien levikki on suomalaisten sanomalehtien suurin tavoittaen 321 828 lukijaa vuonna 2016 (Media Audit Finland 2016). Sen vaikutusvaltaa suomalaisessa yhteiskunnassa voinee siis pitää huomattavana. Saadakseni aineistoon mukaan poikkeavia näkökulmia, valitsin tekstejä myös Ilta-Sanomista ja Maaseudun Tulevaisuudesta. Ilta-Sanomien valikoitui aineistoon, koska halusin mukaan iltapäivälehdet, jonka uutisointi on usein trendejä seuraavaa. Näin ollen oletan, että myös vegetarismien mahdollinen muodikkuus on näkyvillä lehden tekstien diskursseissa. Maaseudun Tulevaisuus edustaa taas aineistossa marginaalisemman lukijakunnan lehteä ollessaan Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliiton pää-äänenkäyttäjänä. Arvelen Maaseudun Tulevaisuudesta poimittujen tekstien monipuolistavan aineistoa tuomalla esiin tuottajien ja maaseudun näkökulmaa. Tämä on hedelmällistä mielestäni myös siksi, että Helsingin Sanomat on laajasti levikistään huolimatta selkeästi pääkaupunkiseudun lehti ja sen voidaan ajatella edustavan lähinnä kaupunkilaisten näkökantaa. Tästä syystä näen kiinnostavana tehdä vertailua näiden lehtien esille tuomista kasvisruoan diskursseista etsien mahdollisia poikkeavia näkemyksiä ja toisaalta myös yhtäläisyyksiä.

Kustakin lehdestä valitsin mukaan viisi tekstiä, joiden pääteemana on kasvisruoka. Aineiston keräsin etsimällä vuoden 2016 alusta lähtien julkaistuja tekstejä hakusanoilla ”kasvisruoka” ja ”kulutus” kunkin sanomalehden verkkosivun hakutoiminnolla. Lopullinen aineisto käsittää kirjoituksia vuoden 2016 heinäkuusta loppusyksyyn 2017. Pyrin valitsemaan mukaan tekstejä, joissa kasvisruoan kulutus on oleellisena osana tekstin teemaa. Näin ollen aineistosta rajautui pois esimerkiksi johonkin yksittäiseen tuotteeseen liittyvät kirjoitukset, kuten Ilta-Sanomien tuoteartikkelit, ruokareseptit sekä muut tekstit, joissa kasvisruoan kulutus ei ollut sisällöllisesti keskeisessä osassa kirjoitusta. Kandidaatintutkielman rajallisuuden vuoksi jouduin rajoittamaan aineiston koon melko pieneksi, vaikka erityisesti Helsingin Sanomista kasvisruokaa relevantisti käsitteleviä tekstejä olisi löytynyt useampia kymmeniä kyseiseltä

aikaväliltä. Myös Ilta-Sanomista ja Maaseudun Tulevaisuudesta hakutuloksia löytyi yli viisikymmentä, joten kaikkien tekstien sisällön läpikäyminen ei tämän tutkimuksen aikataulun puitteissa ollut mahdollista. Tästä syystä kirjoitusten otsikot vaikuttivat valintoihini melko paljon, sillä otsikon selkeä kannanotto kasvisruoasta johti myös todennäköisemmin tekstin läpilukuun ja valikoimiseen osaksi aineistoa. Pysin tarkoituksella valitsemaan mukaan kirjoituksia, jotka tuovat esiin erilaisia mielipiteitä ja näkökulmia kasvisruoasta.

Tutkimuksen aineistossa on mukana useampia eri tekstilajeja edustavia kirjoituksia. Aineisto on esitelty liitteessä 1, josta löytyvät kirjoituksien otsikot, julkaisupäivämäärät, tekstilajit sekä palsta, jossa teksti on kyseissä lehdessä julkaistu. Helsingin Sanomissa kasvisruokaa käsitteleviä laajempia artikkeleja oli kahteen muuhun lehteen verrattuna enemmän ja näin ollen siitä mukaan valikoidut tekstit ovat myös pääsääntöisesti hieman pidempiä. Ilta-Sanomista valitut tekstit ovat kaikki tyypiltään uutisia johtuen siitä, että muunlaisia kasvisruokaa käsitteleviä tekstejä haluamaltani aikaväliltä löytyi vain muutamia, eikä niiden sisältö koskenut oleellisesti kasvisruoan kulutusta. Harkitsin ottavani aineistoon mukaan myös mielipidekirjoituksia, mutta lopulta päädyin jättämään ne aineiston ulkopuolelle. Tämä johtui siitä, että mielipidekirjoitukset edustavat vain yksittäisen kirjoittajan mielipidettä ja eivät näin ollen edusta sanomalehden yleistä linjaa. Sen sijaan aineistossa on mukana kaksi pääkirjoitusta, toinen Maaseudun Tulevaisuudesta ja toinen Helsingin Sanomista. Nämä kirjoitukset valitsin mukaan, sillä toisin kuin mielipidetekstit, pääkirjoitusten voidaan sanoa linjaavan koko lehden kantaa tiettyyn aiheeseen.

Tutkittava aineisto on laadullisessa tutkimuksessa avainasemassa, sillä se suuntaa koko tutkimusta, sen kysymyksiä ja esimerkiksi metodisia valintoja. Aineisto ilmentää askelta kohti empiiristä maailmaa eli se on kuin yhteiskunnallisen todellisuuden pysäytetty hetki. On siis muistettava, että kaiken kattavaa aineistoa ei ole olemassa, vaan aineisto edustaa yksittäistä todellisuuden representaatiota monimutkaisemmasta reaali maailmasta. Aineiston rajaaminen on tutkimuksessa välttämätöntä, mutta toisaalta rajallisuus luo myös mahdollisuuksia helpottaen tutkimuskysymyksen vastaamista ja koko tutkimusasetelman rajausta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009.) Tässä tutkimuksessa olen pyrkinyt varmistamaan aineiston riittävän laajuuden analysoimalla sanomalehtien kirjoituksia jo aineiston keräämisvaiheessa suhteessa tutkimuskysymykseen. Näin pystyin pitämään huolen siitä, että aineiston avulla on mahdollista löytää vastaus tutkimuskysymykseen.



## 4.2. Diskurssianalyysi

Tutkimukseni analyysimenetelmäksi valitsin diskurssianalyysin. Kieli on diskurssintutkimuksen näkökulmasta muuttuva resurssi, jota merkityksellisestetään eri tavoin kontekstista riippuen. Diskurssintutkimuksen kohteena on, minkälaiset merkitykset saavat painoarvoa ja millaiset jäävät marginaaliin. Kielenkäyttö ajatellaan diskurssintutkimuksessa sosiaalisesti toiminnaksi, joka mahdollistaa kielenkäyttäjien vuorovaikutuksen. Puhutaan myös diskursiivisesta vallasta, koska kielellä on mahdollista kuvata, rajata, määritellä ja haastaa erilaisia asioita ja ilmiöitä. Lisäksi diskurssit vaikuttavat monella tasolla: niillä voi olla yksittäisissä tilanteissa voimaa, mutta yhteiskunnallisena ilmiönä kieli on myös vallan kohde ja väline. (Pietikäinen & Mäntynen 2009.)

Käytän tämän tutkimuksen aineiston analyysimenetelmänä diskurssianalyysiä, koska mielenkiintoni kohteena on, millainen kyky diskursseilla on rakentaa käsityksiämme ympäröivästä todellisuudesta. Tässä tutkimuksessa olen siis kiinnostunut sanomalehdissä esillä olevista vegetarismien diskursseista eli käytännössä siitä, millaisia suhteellisen pysyviä ja tunnistettavia kielellisiä tapoja lehdet käyttävät kasvisruoan merkityksellistämiseen ja kuvaamiseen. Diskursseja tutkimalla on mahdollista selvittää, millaisia merkityksiä usein itsestään selviltä näyttävät mediaesitykset pitävät sisässään. Erilaisia merkityksiä luodaan esimerkiksi kirjoitustavoin, kategorisoinnein ja poisrajauksin. Diskurssien vaikutusvalta perustuu siihen, että niiden avulla tuotetaan tietoa, uskomuksia ja ymmärrystä käsiteltävästä ilmiöstä. (esim. Seppänen 2015.) Tutkimuksessani olen erityisen kiinnostunut siitä, onko median esittämissä kasvissyönnin diskursseissa esillä vastuulliseen kulutukseen liittyviä argumentteja. Lisäksi kiinnostuksen kohteenani on, miten kasvisruoan mahdollinen trendikkyys on nähtävillä diskursseissa. Oletuksenani on, että sanomalehtien teksteissä kasvisruoasta puhutaan trendikkäänä ilmiönä, mutta kasvissyönnin trendikkyteen liitetään niin negatiivisia kuin positiivisia assosiaatioita.

## 5. AINEISTON ANALYYSI

Analyysissä pyrin lähtökohtaisesti tarkastelemaan, kuvataanko kasvissyöntiä sanomalehdissä ohimenevänä trendinä vai pysyvänä vastuullisena valintana. Ensinnäkin tarkoitukseni on muodostaa kokonaiskuva aineistosta ja tutkia, erottuvatko jotkin diskurssit aineistosta muita voimakkaammin. Pyrin tarkastelemaan myös sitä, ovatko saman lehden kirjoitukset näkökulmissaan yhtäläisiä ja onko eri lehtien väliltä löydettävissä yhdenmukaisuuksia tai eroja. Lehtien vertailu ei kuitenkaan ole tutkimuksen ensisijainen tarkoitus, vaan aineiston sisältämien diskurssien tarkastelu kokonaisuudessaan. Näin ollen analysoin myös yksittäisten kirjoitusten sisältämiä diskursseja ja pyrin tarkastelemaan esimerkiksi tekstien sanavalintoja ja mahdollisia poisrajauksia. Lähestyn aineiston analyysiä tutkimuksen teoriaosuuteen nojaten, mutta myös aineiston itsensä ehdoilla. Käytännössä tämä tarkoittaa analyysin raamien pohjautuvan tutkimusongelman, teoreettisten käsitteiden, aineiston ja diskurssianalyysin vuoropuheluun ja yhdistämiseen. (ks. Pietikäinen & Mäntynen 2009.)

Analyysissäni lähdin liikkeelle tarkastelemalla aineistossa käytettyjä kielellisiä valintoja. Kaikissa aineiston lehdissä kasvissyönti esitetään jossain määrin trendikkäänä ilmiönä. Tämä tulee näkyviin jo sanavalinnoista: kasvissyönnistä puhutaan lähes kaikissa aineiston teksteissä esimerkiksi ”vegevillityksenä”, ”kasvisruokabuumina” ja ”vegeruokatrendinä”. Toisaalta esille nousevat myös epävarmuuden ilmaisu, sillä useiden tekstien lähtökohtana on epäily trendin olemassaolosta tai sen pysyvyydestä. Epävarmuus kasvisruokatrendiä kohtaan esiintyy teksteissä korostaen esimerkiksi sitä, että kasvisruoan kulutuksen oletettu trendikkyys ei ole näkynyt lihankulutuksen vähenemisenä. Lisäksi kasvisruokatrendin kriittinen tarkastelu on yhdistetty useissa teksteissä ”ruokakulttuurin muutokseen”, jonka jatkuvuudesta ei kuitenkaan olla täysin varmoja. Tämä on nähtävillä esimerkiksi Helsingin Sanomien uutisessa ”Lihaton lokakuu ei näkynyt suomalaisilla lihatischeillä”, jossa nostetaan esiin lihaton lokakuu -kampanjan saama ”suuri mediahuomio”, mutta korostetaan silti, että osallistujia itse kampanjaan oli paljon aiempaa vähemmän. Näin ollen tekstissä kyseenalaistetaan kasvisruokatrendin jatkuvuus ja myös se, onko trendi ylipäätään olemassa vain median luomissa mielikuvissa.

Epävarmuuden vastakohtana useissa teksteissä nostetaan kuitenkin esiin kasvisruoan ”suosion jatkuminen vahvana”, mikä korostaa epävarmuuden sijaan muutoksen kestävyyttä. Esimerkiksi

Maaseudun Tulevaisuus uutisoi ”vegaaniruoan myynnin olevan vankassa nousussa” ja Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa kasvisruokatrendiä pidetään ”pysyvänä muutoksena”. Muutamissa teksteissä kasviruokatrendin pysyvyyteen on myös yhdistetty kasvisruoan kulutuksen eettiset perusteet ja sen vaikutukset ympäristöön. Ilta-Sanomat uutisoi Nordic Business Forumin valinnasta tarjota vain kasvisruokaa, jolla yritys ”haluaa korostaa kestävästä kehitystä”. Myös Maaseudun Tulevaisuuden pääkirjoituksessa kasvissyöntiä kuvataan ilmiönä, joka ei ole uusi, mutta ”kyseessä on laajempi ja perustellumpi liikehdintä”, jossa nimenomaan ilmastoperusteet on nostettu olennaisimpaan asemaan.

Keskeinen huomio aineistosta on se, että teksteissä tuodaan esiin ruoankulutukseen liittyvää muutosta. Kasvisruoka esitetään uutena ilmiönä, joka on muuttanut tai muutamassa aiempia tottumuksia. Asennoituminen tähän muutokseen ei kuitenkaan ole yhdenmukainen, vaan siihen liitetään joissain teksteissä jopa uhkakuvia, kun taas osa kirjoituksista kuvailee muutosta selkeästi positiivisena asiana. Edellä kuvattujen havaintojen pohjalta analysoin aineistosta tarkemmin kahta eri diskurssia, joita käsittelen seuraavissa alaluvuissa. Diskurssit olen nimennyt *epävarmuuden diskurssiksi* ja *vastuullisuuden diskurssiksi*, joista ensimmäinen korostaa kasvissyöntiä lyhytaikaisena trendinä ja toinen sen sijaan kasvisruoan pysyvyyttä vastuullisena muutoksena.

## **5.1 Kasvisruoka ohimenevänä trendinä**

Verrattaessa Helsingin Sanomia, Ilta-Sanomia ja Maaseudun Tulevaisuutta, niiden kirjoitusten väliltä ei voida tehdä täysin selkeää jakoa siinä, korostetaanko teksteissä enemmän epävarmuuden vai vastuullisuuden diskurssia. Joidenkin kirjoitusten sisällössä on myös esillä piirteitä molemmista diskursseista. Kasvisruokaa saatetaan esimerkiksi samassa tekstissä kuvata trendiksi, joka näkyy jatkuvasti kasvavana kasvisruokatuotteiden valikoimana, mutta toisaalta myös kyseenalaistaa trendin kestävyys ja uusien tuotteiden suosio. Näin ollen tekstien kategorisoiminen suoraan jompaakumpaa diskurssia korostavaan luokkaan ei ole mielekästä, vaan pyrin tässä luvussa erottelemaan teksteistä näitä epävarmuuden diskurssia tuottavia ilmaisuja ja merkityksiä. On myös huomattava, että epävarmuutta korostava diskurssi ei kaikissa teksteissä ole yhteydessä siihen, että kasvisruokaa itsessään kuvailtaisiin negatiivisena tai muuten haitallisena ilmiönä, vaikka ilmiön trendikkyuden jatkuvuus onkin useissa teksteissä kyseenalaistettu.

Maaseudun Tulevaisuuden kirjoituksissa suhde kasvisruokaan välittyy selkeimmin juuri kyseenalaistavana. Tästä esimerkkejä ovat erityisesti uutiset ”Lihankorvike ei pärjää kilpailussa aidolle liharuualle” sekä ”Sitran kysely paljastaa: Kasvisbuumi ei lyö läpi – liha on ja pysyy suomalaisten lautasilla”. Näiden tekstien otsikoista välittyy myös selkeä vastakkainasettelu kasvisruoan ja lihansyönnin välillä, joka on Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien kirjoituksiin verrattaessa Maaseudun Tulevaisuuden tekstejä selkeimmin yhdistävä piirre. Toisaalta huomioon on otettava myös tekstien erilainen konteksti verrattuna kahteen muuhun lehteen: Maaseudun Tulevaisuus käsittelee kasvisruokaa selkeästi maatalouden, elintarviketeollisuuden ja näin ollen myös lihantuottajien näkökulmasta, joille kasvisruoan suosion lisääntyminen ei ainakaan taloudelliselta kannalta ole välttämättä suotuisaa. Konteksti onkin yksi diskurssintutkimuksen keskeisimmistä käsitteistä, sillä sanat itsessään eivät tuota kaikkea diskurssiivista merkitystä, vaan merkitys syntyy aina sanojen, kontekstin ja tulkinnan yhteisvaikutuksessa. Jo yksi sana voi näin ollen herättää jonkin diskurssin, mutta tietty diskurssi ei tiivisty vain yhteen sanaan vaan laajempaan tapaan merkityksellistä todellisuutta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009.)

Vaikka Maaseudun Tulevaisuuden teksteistä välittyy siis selkeimmin epäily kasvisruokatrendiä kohtaan verrattaessa Helsingin Sanomiin ja Ilta-Sanomiin, esillä on myös toisenlaisia näkemyksiä. Vegemessuja kuvaavassa reportaasissa pohditaan kasvissyönnin tulevaisuutta ja todetaan, että tapahtumasta katsottuna into kasvisruokaa kohtaan ei näytä olevan hetkeen laantumassa. Reportaasissa nostetaan myös esiin kasvisruoantuotannon mahdollisuudet kotimaisen tuottajan näkökulmasta. Kasvisruoan suosion lisääntymisestä on siis kirjoitettu Maaseudun Tulevaisuudessa myös ilman vastakkainasettelua maatalouden ja lihantuottajien kanssa ja kasvien tuotannon potentiaali kotimaisessa maataloudessa on otettu huomioon. Toisaalta osassa tekstejä välittyy selkeästi näkökulma, jossa kasvisruokatrendin pysyvyyttä ei pidetä täysin varmana ja kasvissyöntiä kuvaillaan jopa maataloudelle vahingolliseksi ilmiöksi. Kokonaisuutena Maaseudun Tulevaisuuden kirjoituksista kuvastuu epävarmuus siitä, millaisia vaikutuksia kasvisruoan kulutuksen lisääntyminen voi aiheuttaa tulevaisuudessa.

Helsingin Sanomien kirjoituksissa on nähtävillä hieman vähemmän kasvisruokatrendin kyseenalaistamista. Kuitenkin esimerkiksi reportaasissa kasvisruokaa tarjoavista pikaruokaketjuista, vegetarismiin liitetään myös epäileviä ilmaisuja. Tämä tulee esiin esimerkiksi siinä, miten reportaasi on otsikoitu: ”Mitä on pikaruoka ilman lihaa? HS testasi ’sipsikaljavegaanin’ kanssa Fafa’sin, Hesburgerin ja Kotipizzan vegaanimätöt”. Kirjoituksen

voidaan tulkita rakentuvan kokonaisuudessaan sille oletukselle, että pikaruon kuuluisi sisältää lihaa ja kasvisversiot ovat oletettavasti huonompia. Reportaasin lopputuloksena testatut pikaruokapaikat saavat hyväksynnän, mutta tästä huolimatta kirjoituksessa esitetään epäilevä kysymys: ”-- mutta miten vegaanisten tuotteiden myynti kannattaa pikaruokaloissa?” Haastateltujen ravintoloitsijoiden näkemysten mukaan kasvisruokatrendi näkyy kysynnässä ja yksi kolmesta ravintolasta ”on saanut puhtia kasvuun kasvisruokavillityksestä”. Samoin kuin Maaseudun Tulevaisuudessa, myös Helsingin Sanomissa on siis nostettu esiin ruoankulutuksen taloudellista näkökulmaa, joka näkyy edellä kuvatussa reportaasissa kasvisruoan kannattavuuden arvioimisena.

Kaiken kaikkiaan myöskään Helsingin Sanomien kirjoituksissa ei muodostu yhtä täysin yhtenäistä diskurssia kasvisruoasta. Lihaton lokakuu -kampanjaa käsittelevässä uutisessa nostetaan esimerkiksi esiin keskustapoliitikko Mikko Kärnän näkemys kampanjasta ”pahan symbolina”, mutta toisaalta kirjoituksen lopussa korostetaan kasvisten myynnin lisääntymistä ja trendin jatkuvuutta. Verrattuna Maaseudun Tulevaisuuden teksteihin, Helsingin Sanomien kirjoitukset tarkastelevat kasvissyöntiä enemmän kuluttajan kuin ruoantuottajien perspektiivistä. Tältä kannalta kasvisruokatrendi esitetäänkin elinvoimaisena ja useissa teksteissä myös pysyvänä muutoksena kuluttajien keskuudessa.

Ilta-Sanomissa vegetarismi kuvataan kaikista ilmeisimmin trendikkääksi ilmiöksi verrattuna kahteen muuhun lehteen, mikä tulee esiin tekstien tavassa kuvailla kasvissyöntiä toistuvasti esimerkiksi ”kasvisruokabuumiksi” ja ”vegeruokatrendiksi”. Kirjoituksissa nostetaan esiin juuri ilmiön uutuus ja muodikkuus, mutta teksteissä ei juuri oteta kantaa siihen, millaisia taustatekijöitä trendin takaa löytyy tai vaikuttaako trendi pysyvältä ilmiötä. Toisaalta myös konteksti on otettava huomioon, sillä iltapäivälehdissä kirjoitustyyli voi yleisestikin olla liioitteleva ja jopa yliampuva. Ilta-Sanomien McDonald’sin vegaanihampurilaiskokeilusta Tampereella kertovassa uutisessa on tehty mielenkiintoinen vastakkainasettelu, jossa vegaanihampurilaisen kilpailijaksi esitetään mustamakkaraa, joka ”ei kilpaile siis veganismilla, vaan maulla ja perinteillä”. Näin ollen uutisessa kasvisruoka on asetettu vastakkain perinteisen ruoan kanssa. Lisäksi ruoan maukkaudesta kirjoitetaan, kuin se olisi vain tälle perinteiselle ruoalle kuuluva ominaisuus. Vegaaniruoka on siis tekstissä kategorisoitu uutuudeksi, joka kilpailee perinteitä vastaan. Kiinnostavan tästä havainnosta tekee se, että kasvisruoka itsessään ei ole nykypäivän innovaatio vaan kasvissyöjiä on ollut kautta historian ja vegetaristeille ja vegaaneille sopivia tuotteita on myyty pikaruokaketjuissa jo vuosia.

Epäilykset kasvisruokatrendiä kohtaan näyttäisivätkin kumpuavan useissa sanomalehtien teksteissä juuri siitä, että kasvisruoka nähdään uutena ilmiönä, joka on vastakkain tavanomaisten tottumusten ja ruokaperinteiden kanssa. Epävarmuuden diskurssi kiteytyy Maaseudun Tulevaisuuden uutisessa koskien elintarvikeyhtiö Atrian kiinnostusta kasvisruokamarkkinoita kohtaan. Atrian hallituksen puheenjohtaja kommentoi kasvisruokatrendiä seuraavasti: ”On epävarmaa, jääkö se ohimeneväksi ilmiöksi vai pysyväksi muutokseksi ihmisten ruokailutottumuksissa”. Epävarmuus muutoksen pysyvyydestä liittyy laajemmassa kuvassa siihen, että ihmisten kulutustavat muuttuvat yleensäkin hitaasti. Tutkimusten perusteella pysyvien muutoksien tekeminen urautuneisiin kulutustottumuksiin on hankalaa. Muutoksen vaikeus on myös yksi keskeisimmistä vastuulliseen kuluttajuuteen liittyvistä haasteista, sillä se jarruttaa vastuullisempien kulutustottumusten valtavirtaistumista. (Valkonen & Litmanen 2016.)

## **5.2. Kasvisruoka pysyvänä vastuullisena valintana**

Edellisessä luvussa pyrin löytämään aineistosta tekstejä ja ilmaisuja, jotka korostavat epävarmuuden diskurssia. Analyysin perusteella epävarmuus liittyy teksteissä koko kasvisruokatrendin olemassaolon kyseenalaistamiseen tai mielikuvaan kasvisruoasta lyhytaikaisena trendinä. Tässä alaluvussa analysoin teksteistä vastuullisuuden diskurssia, eli pyrin löytämään kirjoituksista kasvisruokaa vastuullisena valintana tukevia merkityksiä.

Vastuullinen kulutus -käsitettä käytetään vain yhdessä aineiston teksteistä. Helsingin Sanomien artikkelissa ”Näitä Suomi syö ja juo vuonna 2017, arvioivat asiantuntijat: Caipiroskaa, ostereita ja kotimaista kasvisruokaa” yhdeksi isoksi ruokatrendiksi ennustetaan tiedostavaa ja vastuullista kuluttamista. Se on nostettu esiin neljäntenä trendinä yhdessä kasvisruoan, kotimaisuuden ja terveellisuuden kanssa. Huomattavaa on, että kasvissyönti on liitetty tekstissä niin terveellisyteen kuin vastuullisuuteen. Tekstissä kirjoitetaan esimerkiksi, että ”eettisyys voi tarkoittaa vaikkapa kasvien suosimista lihan kustannuksella” ja ”terveellisyys on maailmanlaajuinen megatrendi, joka kytkeytyy moneen ruokatrendiin, esimerkiksi vegevillitykseen.” Kasvisruoan asemaa on näin ollen tekstissä korostettu erityisen paljon, mutta toisaalta vastuullinen kulutus on myös tässä tekstissä vain pienessä osassa.

Maaseudun Tulevaisuuden uutisessa mainitaan ”salliva vastuullisuus” eli ”vegeturismi”. Vastuullisuuden ja sallivuuden yhdistäminen samaan käsitteeseen on mielestäni

epäjohdonmukaista, sillä vastuullisuuteen liittyyneet pitkäjänteiset ja kestävät toimintatavat. Sallivuudesta syntyy sen sijaan mielikuva, että vastuullisuudesta ollaan myös valmiita tinkimään. Kuitenkin se, että tekstissä vegetarismi ja vastuullisuus ovat ylipäänsä liitetty yhteen, on useimpiin muihin kirjoituksiin verrattuna poikkeuksellista. Epäsuorasti vastuullisuudesta kirjoitetaan myös Maaseudun Tulevaisuuden pääkirjoituksessa otsikolla ”Kasvisruoka otettava tosissaan”. Tekstissä kirjoittaja korostaa, että ”ilmastoperusteen” takia kasvisruoan puolesta puhuminen on perustellumpaa kuin aiemmin. Kirjoittajan mielestä ilmaston lämpenemisen estäminen sekä veden ja viljelysmaan säästäminen tekevät argumentista painavan. Toisaalta kirjoittaja rakentaa vastakkainasettelua kotimaisten lihantuottajien ja kasvisyöjien välille kuvailemalla kasvistrendiä ”haasteena” ja lihantuottajien olevan ”puolustusasemassa”. Tästä voidaan huomata, että vastuullisuuden käsitteelle ei ole täysin selkeää määritelmää ja siitä on olemassa eriäviä mielipiteitä. Pääkirjoituksessa mainitaan esimerkiksi: ”Olennaista olisi nyt perustella lihan syönnin oikeutus myös ilmastoargumentit huomioon ottaen”. Lihansyöntiä ei siis kuvailla ensisijaisesti ristiriitaisena valintana ympäristökysymykset huomioon ottavassa ruoankulutuksessa, vaikka juuri lihankulutuksen vähentäminen olisi maapallon kestävyuden kannalta suotuisaa (esim. Helne & Salonen 2012).

Lihantuotannon ja kotimaisen ruoan puolustamisen argumentti on esillä myös Helsingin Sanomien artikkelissa, jossa kerrotaan Sauli Niinistön ruokatottumuksista. Presidentti Niinistö twiittasi syövänsä lihaa kerran viikossa ja kirjoituksessa on nostettu esiin, että moni pahoitti tästä mielensä: ”Kampittaako presidentti suomalaista lihantuotantoa?” Vastuullisuus mielletään siis useissa kirjoituksissa juuri kotimaisen ruoan puolustamisena, johon on liitetty myös lihantuotannon tukeminen. Toisaalta esimerkiksi Ilta-Sanomien uutisessa Nordic Business Forumin kasvisruokatarjoilusta nostetaan esiin suomalaisten kasvisproteiini-innovaatioiden myynnin kasvu ja Niinistön valinnasta kertovassa tekstissä mainitaan myös presidentin saama myönteinen palaute ”edelläkävijänä”. Sanomalehdissä ei ole siis nähtävillä selkeää linjaa siinä, kuinka vastuullisuus niissä määritetään ja millaisia merkityksiä siihen liitetään. Kuitenkin kuten jo edellisessä luvussa kävi ilmi, kasvisruoan näkyminen uutena ilmiönä erottuu teksteistä erittäin selvästi ja siitä kirjoitetaan osaltaan myös ”pysyvänä muutoksena” ja jopa kasvisruokakulttuurin ”juurtumisena suomalaisen ruokakulttuuriin”.

Vastuulliselle kulutukselle ei tieteellisessä tutkimuksessakaan ole yhtä vakiintunutta määritelmää (esim. Wilska 2011) ja termin epämääräisyys tulee esiin myös sanomalehtiteksteissä. Vahvimmin vastuullisuus näyttäisi tämän aineiston teksteissä liitettävän kotimaisuuteen, jolla osaltaan perustellaan myös lihansyönnin oikeutusta. Ympäristöön liittyvät

argumentit ovat vähemmistössä, eikä kirjoituksista ole löydettävissä yhdenmukaista diskurssia, joka nostaisi kasvisruon osaksi vastuullista kuluttajuutta. Tämä voi liittyä esimerkiksi siihen, että kasvissyönnin eduista maapallon kestävyyskannalta ei ole vielä kovin laajasti tietoa, kuten Salosen (2013) artikkelista ilmenee.



## 6. POHDINTA

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, miten vastuullinen kulutus ja kasviruokavalion trendikkyys ilmenevät median kasvissyöntiä koskevissa diskursseissa sekä nähdäänkö kasvissyönti mediassa pysyvänä muutoksena vai ohimenevänä trendinä. Ennako-oletuksena oli, että kasvisruoka näyttäytyy mediassa trendikkäänä ilmiönä, johon liitetään niin positiivisia kuin kyseenalaistavia näkökulmia.

Kasvisruoan suosion kasvu näyttäisi analyysin perusteella varsin selvältä, sillä lähes jokaisessa aineiston kirjoituksessa kasvisruoasta kirjoitettiin trendinä tai sitä kuvattiin muulla käsitteellä, joka ilmentää kasvisruoan kulutuksen lisääntymistä. Joissakin teksteissä kasvisbuumin esitettiin muuttaneen pysyvästi kulutustottumuksia. Kokonaisuudessaan pääosassa kirjoituksia nousi kuitenkin esiin se, että trendin jatkuvuudesta ei ole varmuutta. Lisäksi vastuulliseen kulutukseen liittyvät argumentit olivat teksteissä melko marginaalisessa osassa, joten tämän aineiston perusteella mediassa vegetarismia ei ainakaan ensisijaisesti liitetä vastuulliseen kuluttajuuteen. Johtopäätöksenäni on, että tutkituissa sanomalehdissä vegetarismista rakennetaan kuvaa trendinä, jonka pysyvyys on kuitenkin epävarmaa.

Tutkimuksen teoriaosuudessa käy ilmi, että kasvissyönti on huomattavassa asemassa osana ympäristökysymysten ratkaisua, kuten ilmastonmuutoksen hillitsemistä. Helne ja Salonen (2012) pitävät kasvisruokaa vastaansanomattoman hyvänä vaihtoehtona kestävien elämäntapojen edistämisen kannalta. Kestäviin elämäntapoihin liittyy keskeisesti vastuullinen kuluttajuus, jonka haasteena on kuitenkin tottumusten muuttamisen vaikeus, sillä rutinoituneiden ja säännöllisten kulutustapojen uudistaminen vastuullisemmiksi ei ole yksinkertaista. Lisäksi vastuullisen kulutuksen kanssa ristiriidassa on usein taloudellinen näkökulma. Länsimaisen talousjärjestelmän valta-asema suhteessa ympäristökysymysten huomiointiin onkin yksi suurimmista haasteista kestävämpien elämäntapojen saavuttamisessa (ks. Valkonen & Litmanen 2016).

Taloudellinen näkökulma liittyy analyysissä esiin nousseeseen kotimaisen ruoantuotannon ja maaseudun korostamiseen. Tämä kävi ilmi erityisesti Maaseudun Tulevaisuuden kirjoituksissa, joissa lihan- ja maidontuotannon puolesta argumentoitiin pääosin taloudellisin perustein. Toisaalta suomalainen lihantuotanto nähtiin myös vastuullisena valintana perustuen kotimaisuuden arvostamiseen. Vastuullisesta kulutuksesta puhuttaessa onkin otettava

huomioon, että käsite on osittain kiistanalainen ja vastuullisuus voidaan mieltää myös arvokysymykseksi (ks. Wilska 2011).

Syitä kasvisruoan suosion lisääntymiselle ei käsitelty läheskään kaikissa aineiston teksteissä, mutta esille tuotiin jonkin verran argumentteja kasvisruoan terveellisyydestä, ekologisuudesta ja eettisyydestä. Nämä ovat myös syitä, joita esimerkiksi Salonen ja Helne (2012) korostavat kasvissyönnin etuina kestävän elämäntavan kannalta. Analyysini tuloksia Lundahlin (2017) väitöskirjaan verrattaessa voidaan huomata, että tutkimuksien päätelmät ovat varsin samansuuntaisia. Lundahl esitti tutkimuksessaan, että median rooli kasvisruokatrendin rakentajana on kahtiajakautunut. Osaltaan media on tukenut esteettisyyteen ja terveellisyyteen perustuvaa veganismia, mutta toisaalta jatkanut poliittisen ja eettisen veganismin marginalisointia. Myös tämän tutkimuksen analyysin perusteella voidaan todeta, että aineiston teksteissä kasvisruoka esitettiin nimenomaan trendikkäänä valintana, mutta perusteet liittyivät enemmän esimerkiksi omaan hyvinvointiin kuin ympäristön huomioimiseen. Ekologisuuteen ja eettisyyteen liittyvät perusteet kasvissyönnille olivat lopulta selkeästi esillä vain muutamissa kirjoituksissa. Lisäksi näitä perusteita myös kyseenalaistettiin erityisesti Maaseudun Tulevaisuuden teksteissä nostaten esiin kotimaisen ruoantuotannon ja lihatalouden merkitys.

Kuten tutkimuksen teoriaosuudessa ilmenee, Salosen (2012) mukaan kasvisruokaan suhtautumisen ja kasvissyönnin välillä on voimakkaampi yhteisvaihtelu kuin monien muiden kestäviä elämäntapoja edistävien tekijöiden yhteisvaihtelu. Käytännössä kasvisruokaan positiivisesti suhtautuvat kuluttajat voivat siis melko todennäköisesti siirtyä kasvisruokavalioon. Toisaalta artikkelissa nousi esiin se, että kasvisruoan merkitys osana kestäviä elämäntapoja koettiin vähäiseksi. On mahdollista, että tämä liittyy myös median esittämään kuvaan vegetarismista. Sanomalehtien teksteissä ekologisten ja eettisten näkökulmien vähyys voi johtua näin ollen siitä, että kirjoittajilla on vähän tai ei lainkaan tietoa kasvisruoan hyödyistä ympäristömme kannalta. Ympäristönäkökulmien ja vastuullisuuden merkityksen esiintuominen kasvissyönnistä uutisoitaessa voisi siis lisääntyä, jos kirjoittajilla olisi enemmän tietoa aiheesta. Tämä olisi tärkeää myös siitä syystä, että esimerkiksi Faircloughin (2002) mukaan median rooli yhteiskunnallisissa muutosprosesseissa on huomattava. Toisaalta pelkästään se, että sanomalehdissä kirjoitetaan kasvissyönnistä ja ilmiötä kuvataan trendikkääksi, voi edesauttaa kohti laajempaa muutosta ihmisten kulutustottumuksissa.

Tutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa on huomioitava, että analyysissä tehdyt tulkinnat heijastelevat aina jossain määrin tutkijan subjektiivisia näkemyksiä ja kokemuksia aiheesta. Analyysiäni ohjasi lähtökohtaisesti tutkimuskysymys, tutkimuksen teoreettinen tausta sekä analyysimenetelmä, joten tulokset ovat tieteellisesti perusteltavissa, mutta tiedostan omien ajatusteni ja taustatietojeni olevan osa tutkimustulosten rakennelmaa. On myös huomioitava, että aineisto käsittää vain rajatun määrän sanomalehtitekstejä ja näin ollen aineistosta esiin nousevien erilaisten mielipiteiden ja näkemysten määrä on rajallinen. On siis mahdollista, että jokin analyysissä esiin nouseva merkitys voi olla korostuneessa asemassa tässä aineistossa suhteessa mediassa yleisesti esillä olevaan linjaan. Tämän tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää kuvaamaan koko suomalaista sanomalehtikenttää, sillä analyysin tulokset tuottavat yhden tutkimusteoriaan ja diskurssianalyysiin perustuvan tulkinnan vegetarismisin diskursseista tutkitussa aineistossa.

Jatkotutkimuksen kannalta mielenkiintoista olisi selvittää, miten kuluttajat suhtautuvat kasvisruokatrendiin ja kuinka median luomat mielikuvat vaikuttavat kulutuspäätöksiin. Lisäksi mielestäni olisi tärkeää tutkia, mitkä tekijät vaikuttavat siihen, että kasvissyönti voidaan kokea uhkaavana ilmiönä. Olisi myös kiinnostavaa selvittää, näyttäytyykö kasvissyönti trendikkäänä ruokavaliona selkeämmin kaupungeissa kuin maaseudulla. Tämän tutkimuksen perusteella näyttäisi siltä, että suomalaisten maataloustuottajien keskuudessa kasvisruokaa kohtaan voi olla enemmän kyseenalaistamista. Aihe vaatisi kuitenkin lisätutkimusta, jotta kuluttajien näkökulma voitaisiin saada selville. Mediatutkimuksen kannalta vegetarismien diskurssien tutkimusta olisi mielenkiintoista jatkaa käyttäen myös muita aineistoja, kuten Yleisradion uutisointia ja eri sosiaalisen median kanavia.

## LÄHTEET

Black, Iain R. & Helene Cherrier. 2010. "Anti-Consumption as Part of Living a Sustainable Lifestyle: Daily Practices, Contextual Motivations and Subjective Values." *Journal of Consumer Behaviour* 9 (6): 437–453.

Evira. 2014. *Terveyttä ruoasta: Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014*. Tampere: Juvenes Print – Suomen yliopistopaino Oy.

Fairclough, Norman. 2002. *Miten media puhuu*. Tampere: Vastapaino.

Helne, Tuula & Arto O. Salonen. 2012. Reseptejä kestävämmän maailman puolesta: Kasvisruokavalio kulttuurisen muutoksen välineenä. Teoksessa Helne, Tuula; Tiina Silvasti, Veijo Hukka & Katriina Soini (toim). *Yhteyksien Kirja: Etappeja Ekososiaalisen Hyvinvoinnin Polulla*. Helsinki: Kelan tutkimusosasto.

Helsingin Sanomat. 2016. *Nyhtökaura valittiin Vuoden suomalaiseksi elintarvikkeeksi – ”Ollaan saatu ilmiöstä tuote, jota on saatavana joka paikasta”*. Saatavilla: <https://www.hs.fi/ruoka/art-2000005213335.html>. Viitattu: 20.10.2017

Helsingin Sanomat. 2016. *Mitä on pikaruoka ilman lihaa? HS testasi ”sipsikaljavegaanin” kanssa Fafa’sin, Hesburgerin ja Kotipizzan vegaanimätöt*. Saatavilla: <https://www.hs.fi/talous/art-2000005228904.html>. Viitattu: 20.10.2017

Helsingin Sanomat. 2016. *Ehkä vegaanit vielä pelastavat koko maailman*. Saatavilla: <https://www.hs.fi/paakirjoitukset/art-2000002920285.html>. Viitattu: 22.10.2017

Husso, Marita. 1993. *Vegetarismi Valintana: Näkökulmia Vegetarismien Ekologisiin, Eettisiin Ja Ruumiillisiin Perusteisiin*. Jyväskylän Yliopiston Yhteiskuntapolitiikan Laitoksen Työpapereita. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Ilta-Sanomat. 2016. *Herkuttelijat synnyttivät hillitömän someilmiön: ”Rempseää mättämistä ja nautiskelua”*. Saatavilla: <https://www.is.fi/ruokala/ajankohtaista/art-2000001175954.html>. Viitattu: 20.10.2017

Keskisuomalainen. 2017. *Naudanlihaa voi syödä hyvällä omallatunnolla*. Saatavilla: <http://www.ksml.fi/mielipide/kolumni/Naudanlihaa-voi-sy%C3%B6d%C3%A4-hyv%C3%A4ll%C3%A4-omallatunnolla/1065154>. Viitattu: 20.11.2017

Kjærnes, Unni. 2008. *Regulating Food Consumption: Studies of Change and Variation in Europe*. University of Helsinki, Department of Sociology.

Konttinen, Esa & Peltokoski, Jukka. 2015. *Ympäristöprotestin Neljäs Aalto: Eläinoikeusliike Ja Uuden Polven Ympäristöradikalismi 1990-luvulla*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto

Lundahl, Outi. 2017. *From a moral consumption ethos to an apolitical consumption trend: The role of media and celebrities in structuring the rise of veganism*. University of Vaasa

Media Audit Finland. 2016. *Levikkitalastot*. Saatavilla: <http://mediaauditfinland.fi/levikit/tilastot/>. Viitattu: 14.11.2017

- Mokka, Roope & Neuvonen, Aleks. 2009. *Olimme kuluttajia: Neljä tarinaa vuodesta 2023*. Helsinki: Tammi.
- Nyrhinen, Jussi, Terhi-Anna Wilska, & Minna Leppälä. 2011. *Tulevaisuuden Kuluttaja: Erika 2020-Hankkeen Aineistonkuvaus Ja Tutkimusraportti*. University of Jyväskylä.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne. 2009. *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Ravintotase. 2016. *Ravintotase 2016 ennakko ja 2015 lopulliset tiedot*. Helsinki: Luonnonvarakeskus. Saatavilla: <http://stat.luke.fi/ravintotase-2016-ennakko-ja-2015-lopulliset-tiedot.fi>. Viitattu: 9.10.2017
- Reunanen, Esa. 2017. *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Reuters Institute for the Study of Journalism: University of Oxford. 66–67. Saatavilla: <http://www.digitalnewsreport.org/>
- Salonen, Arto O. 2013. *Kasvisruokavalion mahdollisuudet kestäviä elämäntapoja tavoiteltaessa*. Janus Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön tutkimuksen aikakauslehti 21:1, 22–40, Tammi. 2013. ISSN 1235-7812. Saatavilla: <https://journal.fi/janus/article/view/50683>. Lainattu: 28.10.2017.
- Seppänen, Janne. 2015. *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.
- Steinfeld Henning, Gerber Pierre, Wassenaar Tom, Castel Vincent, Rosales Mauricio, de Haan Cees. 2006. *Livestocks's long shadow. Environmental issues and options*. Rome: FAO.
- Valkonen, Jarno & Litmanen, Tapio. 2016. Ympäristö, talous ja kulutus. Teoksessa Valkonen, Jarno (toim.): *Ympäristösosiologia*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. 143–166
- Väliverronen, Esa. 2015. Media-analyysi ympäristötutkimuksessa. Teoksessa Massa, Ilmo (toim.): *Polkuja Yhteiskuntatieteelliseen Ympäristötutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus. 135–136.
- Wilska, Terhi-Anna. 2011. Vastuullisuus yksityisen kuluttajan näkökulmasta. Teoksessa Joutsenvirta, Maria (toim.): *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. 189–209.

# LIITTEET

## Liite 1.

| <b>Helsingin Sanomat</b>   |            |              |              |
|--|------------|--------------|--------------|
| Otsikko  | Päivämäärä | Tekstilaji   | Palsta       |
| Ehkä vegaanit vielä pelastavat koko maailman   | 11.9.2016  | Pääkirjoitus | Pääkirjoitus |
| Näitä Suomi syö ja juo vuonna 2017, arvioivat asiantuntijat: Caipiroskaa, ostereita ja kotimaista kasvisruokaa                                     | 26.12.2016 | Artikkeli    | Ruoka        |
| Mitä on pikaruoka ilman lihaa? HS testasi ”sipsikaljavegaanin” kanssa Fafa’sin, Hesburgerin ja Kotipizzan vegaanimätöt                             | 27.5.2017  | Reportaasi   | Talous       |
| Sauli Niinistö syö suhteellisen vähän lihaa, ja se vaikuttaa vaaleihin – kuusi vuotta sitten presidentille maistuivat kaalikääryleet ja pyttipannu | 30.10.2017 | Artikkeli    | Politiikka   |
| Lihaton lokakuu ei näkynyt suomalaisilla lihatiskeillä   | 8.11.2017  | Uutinen      | Sunnuntai    |
| <b>Ilta-Sanomat</b>  |            |              |              |
| Liike-elämän huippukonferenssi yllätti – tarjoaa vain kasvisruokaa   | 26.9.2016  | Uutinen      | Talous       |
| Kasvisruokabuumi näkyy kaupoissa – uusia tuotteita tulee jatkuvasti: ”Myyty hurjat määrät Hangosta Ivaloon”  | 30.1.2017  | Uutinen      | Ruoka        |
| Suomalaisten lihansyönti yllätti tutkijan: ”Nythän on käynnissä kasvisruokabuumi”  | 3.7.2017   | Uutinen      | Terveys      |
| Hampurilainen, jota saa vain Tampereelta – McDonald’sin kokeilu nousi otsikoihin maailmalla  | 8.10.2017  | Uutinen      | Ruoka        |
| MT: Suomalaiset syövät vuodessa keskimäärin 80 kiloa lihaa – varallisuus lisää kulutusta   | 23.10.2017 | Uutinen      | Ruoka        |
| <b>Maaseudun Tulevaisuus</b>   |            |              |              |
| Vegaaniruuan myynti on vankassa nousussa   | 24.7.2016  | Uutinen      | Ruoka        |
| Kasvisruoka otettava tosissaan   | 9.1.2017   | Pääkirjoitus | Pääkirjoitus |
| Kasvisruokasta tulossa valtavirtaa? Vegemessujen yleisöryntäyksessä ruoka loppui kesken  | 31.1.2017  | Reportaasi   | Ruoka        |
| Sitran kysely paljastaa: Kasvisbuumi ei lyö läpi – liha on ja pysyy suomalaisten lautasilla  | 6.7.2017   | Uutinen      | Ruoka        |
| Lihankorvike ei pärjää kilpailussa aidolle liharuualle   | 23.7.2017  | Uutinen      | Ruoka        |