

VAASAN YLIOPISTO

Markkinoinnin ja viestinnän yksikkö

Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Ida Pellinen

Keskustelua lähi- ja luomuruoasta
Tarkastelussa pientuottajien, tiedotusvälineiden ja kuluttajien
perustelukeinot

Digitaalisen median pro gradu -tutkielma

Vaasa 2018

SISÄLLYS

TAULUKOT	2
TIIVISTELMÄ	3
1 JOHDANTO	5
1.1 Tavoite	7
1.2 Aineisto	9
1.3 Menetelmä	16
1.4 Verkkosivut, verkkouutisointi ja keskustelupalstat viestintäkanavina	18
2 SUOMALAINEN RUOKAKULTTUURI	21
2.1 Ruoka ja maatalous	22
2.2 Sosiaalinen syöminen sekä terveellinen ja turvallinen ruoka	25
2.3 Ekologinen ja vaihtoehtoinen ruoka	29
3 RUOKAAN LIITTYVÄ RETORIikka JA ARGUMENTAATIOKEINOT	34
3.1 Antiikin retoriikasta digitaaliseen retoriikkaan	35
3.2 Argumentaatio väitteiden tukena ruokakeskusteluissa	38
3.2.1 Arvot ja auktoriteetti	41
3.2.2 Esimerkki perustelukeinona	42
3.2.3 Vertailu perustelukeinona	42
4 LÄHI- JA LUOMURUOKAAN LIITTYVÄT PERUSTELUKEINOT	44
4.1 Pientuottajat lähi- ja luomuruoan puolestapuhujina	45
4.2. Tiedotusvälineiden suhtautuminen lähi- ja luomuruokaan	51
4.3 Kuluttajien perustelukeinot lähi- ja luomuruokakeskusteluissa	59
4.4 Yhteenveto	68
5 PÄÄTÄNTÖ	71

LÄHTEET	75
LIITTEET	
Liite 1. Pientuottajien verkkosivut	83
Liite 2. Lähi- ja luomuruokautiset	84
Liite 3. Lähi- ja luomuruokakeskustelut	86
TAULUKOT	
Taulukko 1. Tutkimuksen aineisto	9
Taulukko 2. Tilojen tuotantosuunnat	11
Taulukko 3. Maatilojen tuotantosuunnat vuonna 2016	24
Taulukko 4. Argumentaatiokeinot pientuottajien verkkosivuilla	52
Taulukko 5. Argumentaatiokeinot verkkouutisoinnissa	60
Taulukko 6. Argumentaatiokeinot kuluttajien verkkokeskusteluissa	69
Taulukko 7. Argumentaatiokeinojen esiintyminen aineistoissa	72

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän yksikkö**

Tekijä:	Ida Pellinen
Pro gradu -tutkielma:	Keskustelua lähi- ja luomuruoasta – Tarkastelussa pientuottajien, tiedotusvälineiden ja kuluttajien perustelukeinot
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Koulutusohjelma:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Digitaalinen media
Valmistumisvuosi:	2018
Työn ohjaaja:	Tanja Sihvonen

TIIVISTELMÄ:

Tutkin pro gradu -tutkielmassani, miten ja millaisin keinoin pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat argumentoivat puhuessaan lähi- ja luomuruoasta. Valitsin tutkielmaan kolme eri kanavaa, jotka ovat pientuottajien verkkosivut, tiedotusvälineiden verkkouutiset sekä kuluttajien keskustelut keskustelupalstoilla. Ruoka herättää ihmisissä ajatuksia ja tunteita, joten on kiinnostavaa selvittää, millä tavoin lähi- ja luomuruoasta keskustellaan.

Ruoasta puhutaan paljon niin televisio-ohjelmissa, sosiaalisessa mediassa kuin uutisissa. Lisäksi ruoan suhteen tehdään erilaisia valintoja, jotka liittyvät esimerkiksi ympäristötekijöihin tai ruoan terveysvaikutuksiin. Joitakin ruokia pidetään yleisesti hyvinä, toisia taas huonoina. On mielenkiintoista pohtia, onko hyvälle ruoalle jotakin oikeanlaista määritelmää erityisesti lähi- ja luomutuotannon näkökulmasta.

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys pohjautuu uuteen retoriikkaan sekä Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan argumentaatiokeinoihin. Argumentaatiolla tarkoitetaan puhujan väitteiden perustelua. Nostan esille digitaalisen retoriikan verkossa olevan aineistoni vuoksi. Etsin tutkimukseni aineistosta erilaisia perustelukeinoja, joilla pyritään vetoamaan lukijaan.

Tutkimuksessani sain selville, että pientuottajat vetoavat eläinten hyvinvointiin, perhearvoihin sekä ympäristön tärkeyteen. Esimerkkien avulla he vetoavat siihen, että heidän omilla tiloillaan tuotetut tuotteet ovat laadukkaita. Verkkouutisoinnissa käytettyjä perustelukeinoja ovat vertailu, ympäristön tärkeys, terveellinen ja turvallinen ruoka sekä auktoriteettiin vetoaminen. Auktoriteettina käytetään tutkimustuloksia, laatumerkintöjä sekä asiantuntijoita. Verkkokeskusteluissa kuluttajat kyseenalaistavat lähi- ja luomutuotantoa sekä vertaavat sitä tavanomaisesti tuotettuun ja ulkomaiseen ruokaan. Arvoista esiin nousevat kotimaisuus sekä terveellinen ja turvallinen ruoka. Lähi- ja luomuruokaa ei kuitenkaan kuluttajien keskuudessa koeta sen terveellisemmäksi vaihtoehdoksi kuin tavanomaisesti tuotettua ruokaa.

AVAINSANAT: ruokakulttuuri, argumentaatiokeinot, lähiruoka, luomuruoka

1 JOHDANTO

Ruoka herättää ihmisissä ajatuksia ja intohimoja. Puheenaiheena ruoka on kiistelty ja jokaiselta löytyy ruoasta oma mielipide, sillä ruokaa on syötävä päivittäin. Ruoka saatetaan kokea jopa uskonnoksi rinnastettavana asiana. Vaikka ruokakaupat ovat pullollaan erilaisia ruokatuotteita, saattaa silti olla vaikeaa täyttää ostoskori tuotteilla, jotka täyttävät vaatimukset niin terveellisyyden, turvallisuuden kuin eettisyydenkin näkökulmasta. Valtavan ruokavalikoiman seasta ei ole helppoa löytää täysin hyvällä omallatunnolla nautittavia ruokatuotteita.

Käsitteellisesti on hyvä erottaa toisistaan ruoka ja ravinto. Ravinto on ihmiselle välttämätön ja ravitseva aine, kun taas ruoka on erilaisia asioita symbolisoiva merkki. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 37) Ruoan suhteen tehdään valintoja, jotka liittyvät kulttuuriin. Kaikki ravitseva aines ei ole ihmiselle ruokaa ja ruoka taas ei aina ole ravitsevaa. (Mäkelä 1990: 5) Lisäksi ruoka on erottamaton osa kulttuuria. Ulkomaille mennessään suomalaiset vievät tuliaisina esimerkiksi salmiakkia, lakritsia, Fazerin suklaita tai ruisleipää. Monelle ulkomaalaiselle esimerkiksi mämmi on hyvin eksoottinen jälkiruoka. Ruoan avulla on mahdollista tehdä kulttuurisia valintoja ja ruoka itsessään on kulttuurisidonnaista.

Ruokakeskusteluissa ovat 2000-luvulla korostuneet erityisesti ruoan terveellisyys ja turvallisuus. Näihin teemoihin liittyvät läheisesti kotimainen ja ekologinen ruoka. Mats-Eric Nilsson ja Henrik Ennart (2010: 9–10) pohtivat teoksessaan *Vaara vaanii kattilassa – Miksi pelkäämme aitoa ruokaa?* ruokaan liittyviä pelkoja ja ajatuksia. Heidän mukaansa ruoasta on tullut vaikeaa sekä vaarallista, oli kyse esimerkiksi kasviksista, lihasta tai leivästä. Nilsson ja Ennart (2010: 10) esittävät, että ihanteellista olisi, jos kaikki nauttisivat ravitsemuksellisesti täydellisiä pillereitä ja valvottuja keinotekoisia aineksia. Erityisesti ruokakohut, kuten ”hullun lehmän tauti”, herättävät ajatuksia ruoan turvallisuuden ja eettisyyden näkökulmasta. Hullun lehmän taudiksi kutsuttu BSE-epidemia *bovine spongiform encephalopathy* levisi Euroopassa 1900-luvulla eläinten rehujen välityksellä. Tauti aiheutti myös ihmiselle terveysriskejä, joka lisäsi ruoan

terveellisyyteen liittyviä pelkoja. (ETT 2016) Esimerkiksi kotimainen ruoka saatetaan kokea luotettavampana vaihtoehtona ulkomaisten ja tehotuotettujen ruokien rinnalla.

Suomessa kotimainen ruoka ja ruoantuotanto koetaan tärkeiksi asioiksi. Suomi syö 2016 -tutkimuksen mukaan suomalaiset arvostavat yhä enemmän kotimaassa tuotettua ruokaa. Samalla kotimaista ruokaa pidetään aiempaa turvallisempänä. Tutkimuksen mukaan lähes puolelle kotimaisuus on laatua tärkeämpää. Tämä asenne näkyy niin nuorempien kuin varttuneempien suomalaisten keskuudessa. (Elintarviketeollisuusliitto 2018) Esimerkiksi lähi- ja luomuruoka voidaan mieltää turvallisena ja terveellisenä vaihtoehtona ulkomaisten ja tehotuotettujen ruokien rinnalla. Kuluttajilla on yleisesti positiivinen mielikuva lähi- ja luomuruoasta, mutta kritiikkiäkin esitetään. On kiinnostavaa pohtia, voisivatko lähi- ja luomutuotetut ruokatuotteet olla sellaisia, joista voi nauttia puhtaalla omallatunnolla.

Tutkimuksessani noudatan Tuija Monosen ja Tiina Silvastin määritelmää ruoasta, jonka mukaan ruoka on sekä ravintoa että osa ympäristöä, kulttuuria ja yhteiskuntaa. Samalla ruoka on osa elintarvikejärjestelmää, jonka alkuna ovat tuottajat ja loppupäässä kuluttajat. Ruoka ei kuitenkaan kulkeudu suoraan tuottajalta kuluttajalle, vaan välissä saattaa olla useita eri tekijöitä. (Mononen & Silvasti 2006: 11–12) Tutkimukseni aihe liittyy lähi- ja luomuruokaan, joista puhutaan usein väljillä määritelmillä. Lähiruoka määritellään monesti ruoaksi, joka on tuotettu samalla paikkakunnalla. Lähiruoalla voidaan myös tarkoittaa saman maan sisällä tuotettua ruokaa tai joskus jopa Euroopan unionin sisällä tuotettua ruokaa. Tuija Monosen (2006: 43) mukaan lähiruokaan liitetään usein tietty maantieteellinen alue. Tässä tutkimuksessa noudatan lähiruoan määritelmää, jonka mukaan lähiruoan tuotannossa on käytetty oman alueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia.

Luomutuotannolla tarkoitetaan luonnonmukaisesti viljeltyjä ja tuotettuja tuotteita. Sen tarkoituksena on käyttää valmistusmenetelmiä, jotka eivät ole haitallisia luonnolle, ihmisille eikä eläimille. Samalla luomutuotanto edistää luonnon monimuotoisuutta ja luonnonvarojen säilyvyyttä. Euroopan unionin luomulainsäädäntö määrittelee luomutuotannon määräykset ja vaatimukset. (MTK 2016) Tuttuja luomutuotteita ovat esimerkiksi maito, kananmunat ja erilaiset lihatuotteet. Käytän tässä tutkimuksessa lähi-

ja luomutuottajista yhteistä nimitystä pientuottajat. Tutkimani tuottajat ovat pientilallisia, jotka tuottavat ruokaa sekä muita tuotteita kuten villaa.

Tässä tutkimuksessa tarkastelen lähi- ja luomuruokaa vaihtoehtoisena ruoantuotantotapana. Vaihtoehtoiseen tuotantotapaan liitetään luonnonmukainen ajattelu niin ympäristön, eläinten kuin kuljetuksen kannalta. Tavanomaiseen ruoantuotantoon taas liitetään massa- ja tehotuotanto sekä pitkät kuljetukset. (Sireni 2007: 9–10) Tutkimuksessani selvitän, millaisin keinon eri toimijaryhmät argumentoivat näkemyksiään lähi- ja luomuruoasta. Nämä toimijaryhmät ovat lähi- ja luomutuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat. Valitsin kolme erilaista osapuolta, jotta tutkimukseni olisi mahdollisimman monipuolinen. Ruoantuotannon näkökulmasta ruoantuottajat ovat olennainen osa, joten pidän tärkeänä heidän näkökulmaansa. Kuluttajien näkökulma on kiinnostava, sillä ilman heidän kulutustaan ruoan markkinoita ei olisi. Lisäksi on mielenkiintoista pohtia, millä tavoin eri toimijaryhmät perustelevat näkemyksiään lähi- ja luomuruoasta. Toisaalta nämä osapuolet voivat olla päällekkäisiä, sillä esimerkiksi pientuottaja voi lukeutua myös kuluttajiin tai toimia uutisen lähteenä.

Valitsin tutkimukseni aiheeksi lähi- ja luomuruoan, sillä haluan pohtia lähi- ja luomuruoan asemaa Suomessa. Lähi- ja luomutuotteiden määrä ja valikoima ovat 2000-luvulla lisääntyneet, joten vaihtoehtoiseen ruokaan liittyviä mielipiteitä ja kulutustapoja on mielenkiintoista tutkia. Monipuolisen tutkimusaineistoni ansiosta tutkimuksessani on mahdollista nostaa esiin erilaisia näkökulmia lähi- ja luomuruoasta. Samalla on kiinnostavaa pohtia, millaisena lähi- ja luomuruoka nähdään tavanomaisesti tuotetun ruoan rinnalla.

1.1 Tavoite

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten ja millaisin keinoin eri osapuolet argumentoivat näkemyksiään lähi- ja luomuruoasta. Argumentaatiokeinot ovat erilaisia keinoja, joilla perustellaan väitteitä (Kakkuri-Knuuttila & Halonen 2000: 60). Tässä tutkimuksessa on kolme toimijaryhmää, jotka ovat lähi- ja luomutuottajat,

tiedotusvälineet ja kuluttajat. Kanaviksi valitsin pientuottajien verkkosivut, tiedotusvälineiden verkkouutisoinnin sekä kuluttajien käymän keskustelun verkon keskustelupalstoilla. Tutkin, millaisia argumentaatiokeinoja pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat käyttävät puhuessaan lähi- ja luomuruoasta.

Valitsin tutkielmani ensimmäiseksi aineistoksi verkkosivut, sillä 2010-luvulla yrityksen verkkosivut ovat enemmän sääntö kuin poikkeus. Ihmiset etsivät paljon tietoa verkosta, joten omat yrityssivut ovat elinehto monelle yritykselle. Kärjistetysti voisi jopa ajatella, että ilman verkkosivuja ei yritystä ole edes olemassa. Pientuottajien kohdalla on syytä huomata, että usein heidän verkkosivunsa ovat vaatimattomampia verrattuna suuriin saman alan yrityksiin. Esimerkiksi suurilla yrityksillä markkinointiin liittyvät asiat hoidetaan omassa yksikössään. Valitsin toiseksi aineistoksi verkkouutisoinnin perinteisten sanomalehtien sijaan, sillä halusin tutkielmani koostuvan digitaalisesta aineistosta. Digitalisaation myötä verkosta on saatavilla niin tietoa kuin viihdettä ajasta ja paikasta riippumatta, joten on mielekästä pohtia, millä tavoin verkkouutisten informaatio välittyy lukijoille. Valitsin kolmanneksi aineistoksi verkon keskustelupalstat. Keskustelupalstojen tutkiminen on kiinnostavaa, sillä viestien sisältöä ja kirjoittajien mielipiteitä ei voi ennakoida. Keskustelupalstat ovat sävyltään monipuolisia ja antavat mielenkiintoisen lisän tutkimusaineistoon.

Tutkielman analyysiluvussa haen vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia argumentointikeinoja aineistosta nousee esiin?
2. Kuinka eri toimijaryhmien käyttämät argumentointikeinot eroavat toisistaan?

Edellä mainitut kaksi tutkimuskysymystä muodostavat kokonaisuuden ja liittyvät toisiinsa. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla selvitän, millaisia argumentointikeinoja eri osapuolet käyttävät perustelleessaan väitteitä. Toisen tutkimuskysymyksen kautta taas on mahdollista selvittää, mihin eri osapuolet vetoavat puhuessaan lähi- ja luomuruoasta, ja kuinka nämä keinot eroavat toisistaan. On kiinnostavaa pohtia, millaisia ajatuksia ja asenteita lähi- ja luomuruoka eri toimijaryhmissä herättää. Puhuvatko pientuottajat lähi- ja luomuruoasta pelkästään

positiiviseen sävyyn tai mihin kuluttajat vetoavat puhuessaan lähi- ja luomuruoasta? Toisaalta on muistettava, että pientuottajien, tiedotusvälineiden ja kuluttajien näkökulmat ovat tietyllä tavalla erilaisia rooleja. Nämä roolit voivat olla päällekkäisiä, esimerkiksi tiedotusvälineiden toimittaja sekä pientuottaja ovat omalta osaltaan kuluttajia tai pientuottaja voi toimia uutisten lähteenä.

1.2 Aineisto

Tutkimukseni aineistoa ovat pientuottajien verkkosivut, lähi- ja luomutuotantoon liittyvä verkkouutisointi sekä verkkokeskusteluiden viestit. Tutkimuksessa on kolme eri toimijaryhmää; pientuottajat, tiedotusvälineet sekä kuluttajat. Olen taulukoinut tutkimukseni aineiston taulukkoon 1. Käsittelen verkkosivujen, verkkouutisten ja verkkokeskusteluiden alustojen ominaisuudet tarkemmin luvussa 1.4.

Taulukko 1. Tutkimuksen aineisto

TOIMIJARYHMÄ	AINEISTO	MÄÄRÄ
pientuottajat	verkkosivut	20
tiedotusvälineet	verkkouutiset	20
kuluttajat	verkkokeskustelut	10

Pientuottajien verkkosivuaineisto koostuu 20 eri verkkosivusta. Pientuottajat tuottavat lähi- ja luomuruokaa. Tiedotusvälineiden verkkouutisaineisto koostuu Ylen verkkosivuston uutisista, jotka käsittelevät lähi- ja luomuruokaa. Uutisia on yhteensä 20 kappaletta. Kuluttajien verkkouutiset koostuvat suomi24-keskustelupalstan keskusteluista. Keskusteluaiheita on yhteensä 10. Tutkimusaineiston yhteismäärä on sopiva, sillä sen avulla saan tutkimukseeni tarpeeksi olennaista aineistosisältöä. Samalla aineistomäärä on tarpeeksi kattava, jotta voin analyysiosiossa muodostaa perusteltuja tulkintoja.

Keräsin pientuottajien verkkosivut Lähi- ja Luomuruokahakemistosta¹. Valitsin mukaan erilaisia lähi- ja luomutiloja, ja yhteensä niitä on 20 kappaletta. Aineisto on kerätty helmikuussa 2017. Valitsin aineistoksi sellaisia verkkosivuja, joilla on tarpeeksi tutkittavaa sisältöä tutkimukseni kannalta. Verkkosivujen välilehdissä keskityn osioihin, joissa kerrotaan pientilojen tarinasta ja arvomaailmaista. Esimerkiksi yhteystietoihin liittyvät osiot olen jättänyt tutkimuksen ulkopuolelle, sillä ne eivät tarjoa tutkimuksen kannalta oleellista informaatiota. Kaikki tilat sijaitsevat eteläisessä Suomessa ja sijainnit olen taulukoinut maakunnittain liitteeseen 1. Tilojen sijainnit ovat Pirkanmaa, Päijät-Häme, Kanta-Häme, Pohjois-Savo, Etelä-Savo, Varsinais-Suomi, Keski-Suomi, Pohjanmaa ja Pohjois-Pohjanmaa.

Olen taulukoinut jaottelun pientilojen tuotantosuunnista (ks. taulukko 2). Valitsemieni pientilojen tuotantosuunnat ovat liha, marjat, vihannekset ja juurekset, salaattit ja yrtit, maitotuotteet, viljat sekä hedelmät. Pienimuotoisesti tiloilla tuotetaan muita tuotteita, esimerkiksi lammastiloilta kuluttajat saavat lihan lisäksi ostaa villaa ja taljoja. Muutamilla tiloilla on kahvilatoimintaa sekä leiri- ja majoitustoimintaa. Esimerkiksi Tohijärven luomutila keskittyy vihannesten ja juuresten viljelyyn, mutta säistä ja kasvukausista riippuen tilalla viljellään myös mansikoita. Olen keskittänyt taulukossa kuvaamaan tilojen pääasiallisia tuotantosuuntia. Pientilojen tuotantosuunta liittyy olennaisesti siihen, mitä asioita tiloilla koetaan tärkeäksi. Lihantuotantoon keskittyvät pientilat saattavat panostaa muun muassa eläinten hyvinvointiin, kun taas vihanneksia tuottavat pientilat panostavat esimerkiksi luonnonmukaiseen viljelyyn ja lannoitukseen.

¹ <http://www.lahijaluomuruoka.fi/yritykset/maatilat>

Taulukko 2. Tilojen tuotantosuunnat

TUOTANTO	TILOJEN MÄÄRÄ
Liha	5
Kasvikset ja juurekset	4
Viljat	3
Marjat	3
Maitotuotteet	2
Salaatit ja yrtit	2
Hedelmät	1

Pientilojen verkkosivut on tehty erilaisille alustoille, Merivuoren Puutarha ja Lampisen Luomutila ovat laatineet sivunsa Blogspot-blogialustalle. Kuvassa 1 on esitelty Merivuoren Puutarhan blogialustalle laadittu verkkosivusto. Blogialustan tunnistaa esimerkiksi päivämäärällä merkityistä kirjoituksista ja kirjoitusten kommentointimahdollisuudesta. Blogialustalle laadittuja sivustoja selataan päiväkirjamaisesti. Majan Luomutila taas on julkaissut verkkosivunsa WordPress-alustalla (ks. kuva 2.). Useimmilta pientuottajien sivuilta, kuten Majan Luomutilankin verkkosivuilta, löytyy ainakin seuraavanlaisia osioita: uutiset, oman tarinan kertominen, tuotteet ja galleria.

Merivuoren Puutarha

Piikkiössä toimiva kasvihuonevihannesten viljelyyn keskittynyt perheyrittäjä



sunnuntai 12. maaliskuuta 2017

Kevätsezonki puutarhalla



Kurkusta saadaan jo satoa ja niin pikkukurkkuja kuin normaalia 1-luokan kurkkua on myynnissä puutarhan runfissa. Aukioloajat ovat samat kuin

Sivut

- Etusivu
- Jälleenmyyjämme
- Linkkejä
- Tilapuoti
- Tuotteet
- Henkilökunta
- Merivuoren Puutarha

Kuva 1. Merivuoren Puutarhan verkkosivusto blogialustalla (Merivuoren Puutarha 2017)

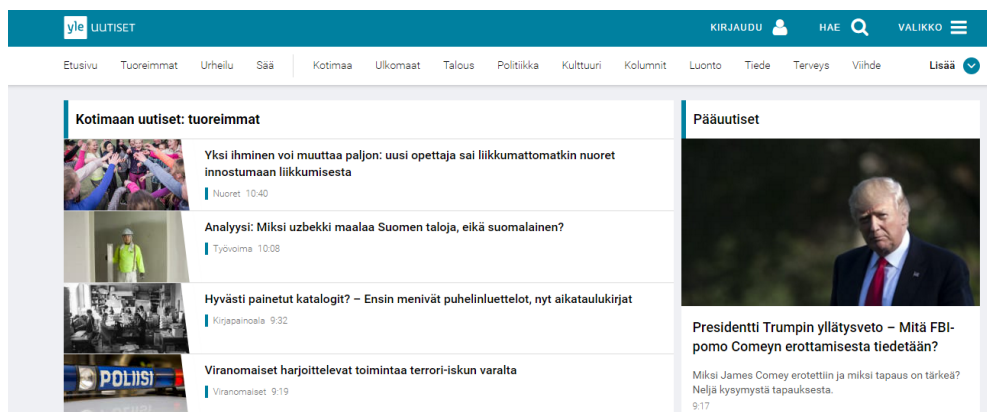


Kuva 2. Majan Luomutilan Wordpress-verkkosivusto (Majan Luomutila 2017)

Valitsin tiedotusvälineiden verkkouutisista koostuvaan aineistoon yle.fi-sivuston verkkouutiset, sillä sivustolla on runsaasti tarjolla uutisia liittyen lähi- ja luomuruokaan. Aineiston verkkouutiset on etsitty hakutoimintaa käyttäen hakusanoilla ”lähiruoka” ja ”luomuruoka”. Lähi- ja luomuruokauutisia oli paljon, mutta rajasin mukaan

ajankohtaisimmat lähi- ja luomuruokaan liittyvät uutiset, jotta näkökulma tutkielman tekemisen aikaan olisi mahdollisimman tuore. Uutiset on rajattu 9.6.2016–17.2.2017, ja aineisto on kerätty helmikuussa 2017. Verkkouutisia on yhteensä 20 kappaletta. Uutisissa puhutaan sekä lähi- että luomuruoasta. Uutiset käsittelevät muun muassa lähiruokatoreja, ruoan hintojen halpuutusta, luomuruoan turvallisuutta sekä lähi- ja luomuruoan suosiota Suomessa (ks. liite 2).

Ylen verkkouutisia pääsee lukemaan ilman erillisiä maksumuureja ja uutiset koskevat koko Suomea ilman aluerajoja. Ylen verkkouutisten sivusto koostuu eri osioista, joita ovat esimerkiksi Kotimaa, Talous ja Urheilu. Sivustolle on mahdollista kirjautua sisään tai vastaavasti lukea juttuja ilman sisäänkirjautumista. Hakutoiminnon avulla voi etsiä jotakin tiettyä uutista tai aihetta hakusanojen avulla. (ks. kuva 3.)



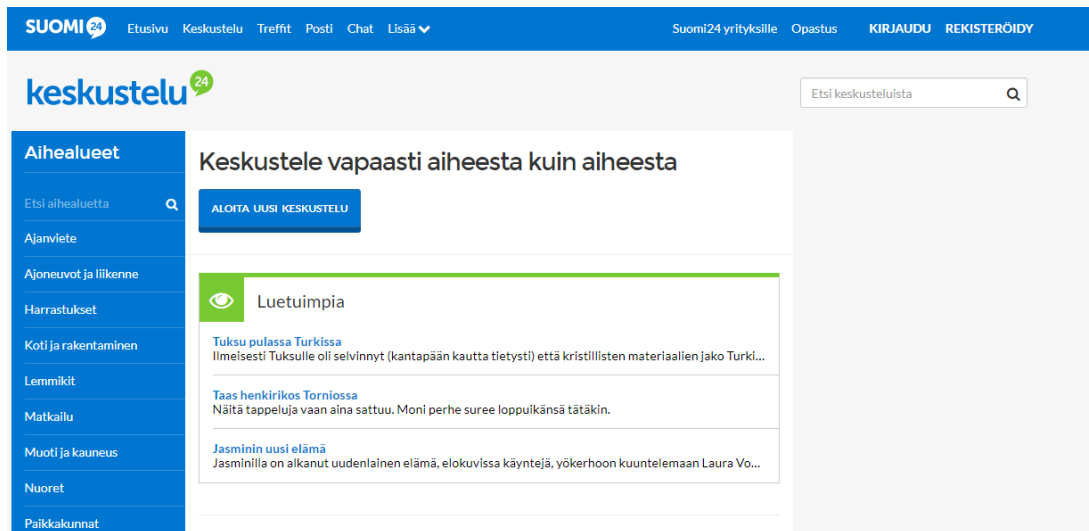
Kuva 3. Yle Uutisten Kotimaa-osio (Yle 2017)

Tiedotusvälineiden luoma kuva lähi- ja luomuruoasta on mielenkiintoinen, sillä uutiset käsittelevät ruokaan liittyviä aiheita monelta kantilta. Verkkouutisissa saatetaan esimerkiksi kuvata tavanomaisesti tuotetun lihan ympäristövaikutuksia ja suositella käytettäväksi luomulihaa. Toisessa uutisessa näkökulmaksi on taas otettu lihantuottajien näkökulma, ja verkkouutisissa kerrotaan, että lihantuottajien mukaan tavanomaisesti

tuotettu liha on ympäristön kannalta jopa parempi. Samasta aiheesta saatetaan siis uutisoida monelta eri kantilta.

Valitsin kuluttajien keskusteluviesteistä koostuvaan aineistoon viisi lähiruokaan liittyvää keskustelua sekä viisi luomuruokaan liittyvää keskustelua, jotka on kerätty suomi24-sivustolta. Lähi- ja luomuruokaan liittyviä viestejä on keskusteluissa yhteensä 95 kappaletta (ks. liite 3.) Halusin ottaa mukaan mahdollisimman tuoreita keskusteluaiheita ja kommentteja, joten keskustelut on käyty vuosina 2015–2017. Aineisto on kerätty helmikuussa 2017. Valitsin suomi24-sivuston, sillä sieltä oli mahdollista löytää kattava määrä lähi- ja luomuruokaan liittyviä keskusteluja. Keräsin aineiston käyttämällä sivuston omaa pikahakua hakusanoilla ”lähiruoka” ja ”luomuruoka”. Kriteerinä keskusteluille oli se, että keskustelun aloitusviesti oli kerännyt vastauksia.

Suomi24-keskustelupalsta (2017) on aloittanut toimintansa vuonna 1998 ja omalla sivustollaan keskustelupasta kertoo olevansa Suomen suurin ja suosituin. Suomi24-keskustelupalstalle on mahdollista kirjautua sisään tai kirjoittaa viestejä ilman kirjautumista. Keskusteluja voi lukea ilman sisäänkirjautumista. Keskusteluihin osallistuminen tapahtuu anonyymisti nimimerkin turvin. Suomi24-sivusta on laaja alusta monille erilaisille keskusteluille, keskusteluaiheita palstalla ovat esimerkiksi harrastukset, lemmikit ja matkailu (ks. kuva 4) Keskustelut luodaan otsikoimalla viestiketju, jolloin muilla keskustelijoilla on mahdollisuus kirjoittaa ketjuun omia viestejään. Keskusteluviestit tallentuvat toistensa perään.



Kuva 4. Suomi24-keskustelupalstan etusivu (suomi24 2017)

Nimesin keskustelupalstalle kirjoittajat kuluttajiksi, sillä viesteistä on selkeästi nähtävissä, että kirjoittajat edustavat omia mielipiteitään kuluttajien näkökulmasta. Tämä näkyy kommentoinnissa esimerkiksi kertomalla omista arkipäivän kauppastoksista. Lähi- ja luomuruokaan liittyvissä verkkokeskusteluissa kuluttajat pohtivat lähi- ja luomuruoan asemaa. Keskusteluissa nostetaan esiin yleisesti ruoan hinta, maku ja ulkomainen ruoka.

Kuluttajien näkökulma lähi- ja luomutuotannossa on mielenkiintoinen, sillä varsinkin verkon keskustelupalstoilla keskustelijat pääsevät esittämään mielipiteensä muille. Joukossa on kuitenkin toisinaan pahennusta herättäviä trolleja. Trollit ovat tahallisia häiriköitä, jotka provosoivat keskusteluja. Usein trolleamisella ilmaistaan erilaisia tunteita, kuten vihamielisyyttä. (Paasonen 2014: 30) Lähi- ja luomuruokaan liittyvissä keskusteluissa osa kommenteista on vaikeatulkintaisia, sillä kommenteista ei voi sanoa, ovatko kirjoittajat tosissaan vai haluavatko he kommentillaan herättää pahennusta. Keskusteluissa ei myöskään aina esitetä minkäänlaisia perusteluja omien väitteiden tueksi. Onkin kiinnostavaa tutkia, millaisin keinoin kuluttajat perustelevat näkemyksensä lähi- ja luomuruoasta.

Tutkimuksessani keskityn verkkosivustojen ja verkkouutisten tekstiin, en visuaaliseen ulottuvuuteen. Kuvat ovat tärkeässä roolissa, mutta koen, että saan tekstistä tarpeeksi aineistoa tutkielmaani varten. Lisäksi haluan pitää aineiston tasapuolisena, sillä keskustelupalstojen viesteissä ei ole kuvia. Tutkimukseni teoreettinen viitekehys perustuu argumentointikeinoihin, joten tutkimuksen kannalta riittävä määrä argumentointikeinoja on mahdollista löytää aineiston tekstisisällöstä. Verkkosivujen, verkkouutisten ja keskustelupalstojen digitaalisen ympäristön käsittelen tarkemmin luvussa 1.4.

1.3 Menetelmä

Tutkimukseni perustuu argumentaatioanalyysiin, jonka tärkein tehtävä on löytää tutkittavasta aineistosta väitteet ja niiden perustelut (Kakkuri-Knuuttila & Halonen 2000: 60). Tutkin, millä keinoin pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat perustelevat näkemyksensä lähi- ja luomuruoasta. Luonteeltaan tutkimukseni on kvalitatiivinen eli laadullinen. Laadullisen tutkimuksen avulla tutkimusaineistosta voidaan nostaa esiin muun muassa tiettyjä luokkia tai keinoja, jolloin kokonaisuuden helpottaminen hahmottuu. Usein laadullinen tutkimus määrittyy tutkijan omien päätelmien ja tulkintojen mukaan. Laadullisen tutkimuksen on oltava systemaattista, vaikka tutkijalla on oikeus tulkita aineistoa haluamallaan tavalla. (Hakala 2001: 16–18)

Aloitin tutkimukseni keräämällä sopivaa aineistoa verkosta. Tallensin verkkouutiset sekä keskustelupalstojen viestit itselleni talteen niiden mahdollisen katoamisen takia. Vaikka aineistoni on erivävä; verkkosivut, verkkouutiset sekä keskustelupalstat, en koe tämän vaikeuttavan tutkimusta. Koska ruoka herättää ihmisissä monenlaisia tunteita, esitetään ruoasta monenlaisia perusteluja. Halusin tutkimusaineistoa valitessani nostaa esille lähi- ja luomuruoan eri toimijaryhmät ja pitää tutkimusaineiston mahdollisimman monipuolisena ottamalla mukaan eri viestintäkanavia.

Valitsin teoreettiseksi viitekehyykseksi argumentaatiokeinojen tutkimisen. Argumentaatio on osa retoriikkaa ja retoriikan työkalu. Retoriikan ja argumentaation teoriapohjan rakentaminen oli luonnollista aloittaa Aristoteleen teoksia tutkimalla. Teoreettista

näkökulmaa tutkielmaani olen hakenut Chaïm Perelmanin teoksista. Perelman mainitaan usein yhtenä tärkeimpänä 1900-luvun retoriikan uudistajana. Retorinen analyysi sopii moneen aineistoon, ja tässä tutkimuksessa se taipuu digitaaliseen aineistoon, eli verkkosivustoihin, verkkouutisiin ja keskustelupalstoihin. Retorisessa analyysissä ei tutkita aineistoa sellaisenaan, vaan sen argumentointia. Argumentointi on aina osana laajempaa kontekstia. (Jokinen 1999: 126–128)

Katja Kytömäki (2012) on pro gradu -tutkimuksessaan *Argumentaatio Ajankohtaisen kakkosen Homoillassa* tutkinut, kuinka kyseisessä Homoillassa keskusteltiin. Osapuolina keskustelussa olivat yleisö, keskustelijat sekä toimittajat. Keskusteluissa eniten esiin nousseita perustelukeinoja olivat arvot ja auktoriteetit, vertailu ja rinnastus sekä esimerkit ja havainnollistus. Nämä argumentaatiokeinot perustuvat Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan oppeihin. Koska kyseessä oli monia mielipiteitä ja tunteita herättävä keskustelu, koen, että myös ruoka keskusteluaiheena herättää ihmisissä monenlaisia mielipiteitä. Omassa tutkimuksessani sovellan Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan (1971) argumentaatiokeinoja painottaen tunteisiin vetoavien arvojen tutkimusta. Lisäksi käsittelen auktoriteettiin vetoamista sekä järkeen vetoavia vertailua ja esimerkkejä.

Jotta pääsin käsiksi argumentaatiokeinoihin, luin aineiston useaan kertaan läpi. Aloitin etsimällä kustakin aineistosta argumentaatiokeinoja, joilla perustellaan jollakin tavoin lähi- ja luomuruokaa. Etsin aineistosta tunteisiin ja järkeen vetoavia keinoja, ja paikansin argumentaatiokeinot. Lähi- ja luomuruokaan liittyvässä aineistossa esiin nousivat erilaisiin arvoihin ja auktoriteettiin vetoaminen, esimerkkien sekä vertailun käyttö argumentaatiokeinoina. Esiin nousseita tunteisiin vetoavia arvoja auktoriteetin lisäksi ovat eläinten hyvinvointi, perhearvot, terveellinen sekä turvallinen ruoka, ympäristön tärkeys ja kotimaisuus. Seuraavaksi käsittelen tutkimusaineistooni kuuluvien verkkosivujen, verkkouutisten ja keskustelupalstojen viestinnällisiä ominaisuuksia.

1.4 Verkkosivut, verkkouutisointi ja keskustelupalstat viestintäkanavina

Tässä luvussa määrittelen tarkemmin tutkimukseni kanavavina olevat verkkosivut, verkkouutiset sekä verkkokeskustelut. Nämä kanavat ovat osa digitaalista ympäristöä. Termit kuten *digitaalisuus*, *digitalisaatio* tai lyhyemmin *digi* ovat osa 2010-luvun arkipäivää alasta riippumatta. Lyhyesti määriteltynä digitaalinen tarkoittaa analogisen vastakohtaparia. Digitaalinen kommunikointi mahdollistaa viestien välittämisen globaalisti ajasta ja paikasta riippumatta. (Eyman 2015: 53–54)

Digitalisaation myötä joukkoviestinten ja viestintäkanavien väliset rajat ovat hämärtyneet. Siirtyminen aiemmasta web 1.0:sta sosiaaliseen mediaan ja web 2.0:aan kuvaa teknologioiden kehittymisen vaiheita. Internet sai alkunsa 1960-luvulla Yhdysvalloissa, kun puolustusministeriö sekä monet yliopistot linkittivät koneensa yhteen. Kyseinen linkitys salli pääsyn tietokoneelta tietokoneelle ja mahdollisti uudenlaisen vuorovaikutuksen. (Jones 1999: 2) Internet ei syntynyt vahingossa tai sattumalta, vaan sen synty oli monipolvinen taival. Internet on osa teknologian kehittymistä, mutta myös osa modernia kehitystä ja taloudellisten organisaatioiden laajentumista. (Slevin 2000: 11) Tämän tutkimuksen kannalta oleellisia digitaalisia alustoja ovat lähi- ja luomuruokaan liittyvät verkkosivut, verkkouutiset sekä verkkokeskustelut.

Verkkosivut ovat multisemioottisia, sillä niissä käytetään tekstin ja kuvan lisäksi ääniraitoja ja videoita. Verkkoviestinnässä tärkeässä roolissa ovat näkyminen, läsnäolo ja toiminta tietynlaisessa ympäristössä. (Virsu 2014: 107, 109) Käyttäjän kannalta verkkosivujen tärkeimmät ominaisuudet ovat käytettävyys, visuaalinen ilme ja sisältö. Jos verkkosivujen käytettävyys ei ole kunnossa, on käyttäjän helppo etsiä haluamaansa tietoa muualta. Käyttäjät ovat erilaisten sivustojen tarjonnan yltäkylläisyydessä yhä enemmän kärsimättömiä ja vaativat tarpeidensa täyttämistä saman tien. (Nielsen 2000: 42) Yksinkertaisimmillaan sisältö on mitä tahansa verkkosivulle tuotettua digitaalista materiaalia. Sisältö on asia, jota käyttäjät tulevat sivustolle lukemaan, oppimaan sekä kokemaan. Elementtinä sisältö on tärkeä, sillä sen avulla viestiminen käyttäjille on mahdollista. (Holliman & Rowley 2014: 270–272)

Seuraavaksi käsittelemme uutisointia digitaalisessa ympäristössä. Perinteisesti uutiseen kuuluu otsikko, ingressi, varsinainen teksti ja kuvia. Uutisen muotoon vaikuttaa sen julkaisupaikka, esimerkiksi sanomalehdet ja verkkouutiset ovat julkaisultaan ja muodoltaan erilaisia. Usein verkkouutisten uutiskriteerit ovat viihteellisempiä kuin painetussa muodossa. (Valtonen 2012: 46, 62) Internetin merkitys uutisointikanavana on kasvanut vuosien saatossa, ja verkkouutisilta odotetaan ajankohtaisuutta sekä nopeaa päivittymistä. Monesti verkkouutiset ovat kooltaan kompakteja ja lyhyitä uutispaketteja. Tärkein informaatio löytyy heti uutisten kärjestä ja kuvituksena käytetään sekä kuvia että videoita.

Keskustelupalstalla tarkoitetaan palvelua, jonka kautta on mahdollista keskustella internetissä verkon välityksellä. (Salmi 2014: 192) Verkon keskustelupalstoilla kommunikaatio tapahtuu tuottamalla omia viestejä, jakamalla viestejä sekä lukemalla muiden viestejä ja mahdollisesti reagoimalla niihin. Verkossa tapahtuva keskustelu voidaan jakaa synkronisiin ja asynkronisiin palveluihin, jolloin synkroninen palvelu mahdollistaa reaaliaikaisen vuorovaikutuksen. Tällöin asynkroninen palvelu tarkoittaa viestinnän tapahtumista viiveellä. Synkronista keskustelua ovat esimerkiksi chat-keskustelut, kun taas keskustelupalstojen vuorovaikutus on asynkronista. (Laaksonen & Matikainen 2013: 194)

Verkkokeskustelut ovat osa internetin yhteisöllisyyttä, mutta samalla verkossa tapahtuvaa vuorovaikutusta on kuvattu ”kasvottomaksi”. Verkkokeskustelijoiden kirjalliset tuotokset ovat näkyvillä, mutta esimerkiksi ilmeitä, eleitä ja muita kielenulkoisia tekijöitä ei voida nähdä. Aikaisemmin pääasiainen internetin viestintämuoto on ollut teksti, sillä se hallitsee useimpia viestintätyyppisiä kuten blogeja, sähköposteja ja keskustelupalstoja. (Herring 2001). Teknologian ja viestintätyyppien kehittyessä tekstin mukaan ovat tulleet muun muassa kuvat ja äänet, sekä videot. Uudenajan web2.0 mahdollistaa vuorovaikutuksen ja yhteistoiminnan niin sosiaalisessa mediassa kuin esimerkiksi internetin keskustelupalstoilla. Esimerkiksi sosiaalisen median kanava Facebook on saanut alkunsa vuonna 2004, jolloin Mark Zuckerberg perusti kyseisen kanavan. Kaikille avoimeksi Facebook tuli vuonna 2006. (Weinberg 2016) 2010-luvulla Facebookissa on mahdollista käyttää keskusteluiden osana erilaisia GIF-animaatioita sekä tunteita

kuvastavia emojiä. Nämä keskusteluiden lisänä käytettävät ominaisuudet ovat käytettävissä myös internetin keskustelupalstoilla.

Seuraavassa kappaleessa käsittelen suomalaista ruokakulttuuria ja maataloutta. Käsittelen tarkemmin syömisen sosiaalisia vaikutuksia sekä ruoan terveydellisiä ja ekologisia ominaisuuksia. Samalla käsittelen johdantoluvussa määrittelemäni lähi- ja luomuruoan käsitteet tarkemmin. Luvussa 3 siirryn teoreettisen viitekehyksen pariin. Käsittelen retoriikan historian olennaiset pääkohdat antiikista digitaaliseen aikaan, ja perehdyn tutkimukseni kannalta tärkeisiin argumentaatiokeinoihin. Analyysiluvussa analysoin ensin pientuottajien verkkosivustot, sen jälkeen tiedotusvälineiden verkkouutiset sekä viimeisenä kuluttajien keskusteluviestit. Tämän jälkeen vertailen eri näkökulmia ja niistä nousseita analyysin tuloksia keskenään. Luvussa 5 tiivistän tutkimukseni tulokset ja johtopäätökset.

2 SUOMALAINEN RUOKAKULTTUURI

Ruoka koostuu erilaisista raaka-aineista, jotka yleisesti ottaen ovat luonnon tuotteita. Näitä luonnon tuotteita jalostetaan ja käsitellään eri tavoin ennen kuin niistä tulee ruokaa. Kun ihminen valmistaa ja syö ruokaa, muuttuu ruoka luonnon tuotteesta kulttuuriseksi tuotteeksi. Ruokaan liitetään paljon erilaisia kulttuurisia merkityksiä, jotka vaihtelevat alueellisesti. Kulttuuri vaikuttaa siihen, millaista ruokaa ostetaan ja syödään. Jokaisella maalla on oma kulttuurinsa, johon liittyvät niin uskonnolliset, historialliset ja maantieteelliset tekijät. Nämä syyt vaikuttavat siihen, mitä ajatuksia ruoka yleisesti herättää, mitä ihmiset syövät ja miten ruokatalous on järjestetty. Ruokakulttuuri on jatkuvasti, mutta suhteellisen hitaasti muuttuva ilmiö. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 7)

Ruoka ohjautuu kuluttajille neljän portaan kautta. Tutkimuksissa ruoantuotanto jaetaan yleensä karkeasti eri osa-alueisiin: maatalous, jalostus, kauppa ja kulutus. Elintarvikejärjestelmä on moninainen kokonaisuus, joka koostuu eri toiminnoista ja verkostoista. Tällä ruoantuotannon määritelmällä tarkoitetaan globaaleja ja teollistuneita menetelmiä. Maantieteellisesti ja ajallisesti ruoantuotannon eri vaiheet voivat olla kaukana toisistaan. (Silvasti 2006: 36)

Tässä luvussa käsittelen aluksi suomalaista maataloutta, jonka jälkeen siirryn ruokakulttuurin pariin. Lisäksi ruoka liittyy olennaisesti ihmisen elämään, jolloin syöminen osa sosiaalista kanssakäymistä. Jotta ruoka olisi hyväksi ihmiselle, on sen täytettävä erilaisia vaatimuksia. Tällaisia vaatimuksia ovat muun muassa ruoan terveellisyys, turvallisuus ja ekologisuus, jotka liitetään myös lähi- ja luomuruokaan. Terveellisyyteen ja turvallisuuteen liittyvät ominaisuudet voivat olla esimerkiksi asioita, joita kaivataan tavanomaisesti tehotuotetun ruoan tilalle.

2.1 Ruoka ja maatalous

Mitä kauemmaksi historiassa mennään, sitä epämääräisempää tietoa ihmisten ruoasta ja syömisestä on saatavilla. Aluksi ihmiset ovat olleet keräilykansaa, ja ravinto kerättiin suoraan luonnosta. Siirtyminen maanviljelyyn tapahtui vähitellen, ja maanviljelyn katsotaan alkaneen Suomessa todennäköisesti pronssikauden aikana 1500–500 eKr. Vankan aseman maanviljely sai myöhemmin rautakauden aikana 500 eKr.–1300. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 13) Alussa viljeltyt viljat eivät eronneet luonnonvaraisista, eivätkä kesyeläinten ja villieläinten luut eronneet toisistaan. Karjanhoito sai alkunsa villieläinten ajometsästyksestä. Eläimet ajettiin aitauksiin, jotta ne olisi helpompi teurastaa. Kaikkia ei teurastettu kerralla, jotta tuoretta lihaa oli saatavilla myöhemmin. Vankeudessa eläessään eläimet kesyyntyivät. Ensimmäisiä karjaeläimiä arvellaan olleen vuohi ja lammas, nauta ja hevonen kesytettiin vasta myöhemmin. (Huurre 2003: 20–21, 32)

Miksi ihminen sitten siirtyi keräilystä maanviljelyyn? Tom Standage (2009) esittää ajatuksen, jonka mukaan metsästäjä-keräilijän elämäntapa puhtaassa ympäristössä oli miellyttävää ja mukavaa. Aiemmin ajateltiin, että ihmiset siirtyivät maatalouteen siksi, että aikaa jäisi enemmän taiteen tekemiseen, uusien taitojen ja tekniikoiden kehittämiseen. Tämän näkökulman mukaan maatalous vapautti ihmisen luonnon armoilla ja kädestä suuhun elämisestä. Totuus on Standagen (2009: 31) mukaan toisenlainen: maatalous on tuottoisampaa ja sen avulla on mahdollista ruokkia enemmän ihmisiä. Maatalouden kehitys vaikutti elintapoihin myös Suomessa, jolloin ravintoa saatiin enemmän, asutus sijoittui tietyille alueille ja näin muodostui kaupunkimaisia keskuksia. (Huurre 2003: 21)

Suomessa maatalouteen ja ruoantuotantoon ovat vaikuttaneet erityisesti 1860-luvun katovuodet, kansalaissota vuonna 1918 sekä vuosien 1939–1944 sodat. Esimerkiksi maailmansotien aikana elintarvikkeista oli suuri pula ja kiinnostus omien tilojen hankkimiseen alkoi kasvaa. Maaseudulla elettiin luontaistaloudessa ja kaupungeissa taas omavaraisesti. Monilla kaupunkilaisilla oli pihapiirissään navetta, jossa pidettiin muutamia karjaeläimiä. Koska kaupunkien väestö kasvoi, piti monen hankkia ruokansa

ostamalla. Maaseudun asukkaat saivat tulonlähteen myymällä omia tuotteitaan toreilla. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 18–20) Maailmansotien jälkeistä aikakautta voisi kutsua lähiruoan aikakaudeksi, sillä tuotteet olivat niin sanottuja oman maan tuotteita eikä ruokaa ollut mahdollista kuljettaa pitkiä matkoja. Ihmiset saivat tuolloin käsiinsä vain lähellä tuotettua ruokaa. Koska karja ja muut tuotantoeläimet ovat olleet osana ihmisen elämää jo pitkään, on tuotantoeläimiä nimetty. Nykyisin tuotantoeläinten nimeämiseen liittyy tiettyjä säännöksiä, jonka mukaan kunakin vuonna syntyneille vasikoille on annettava nimet saman alkukirjaimen mukaan. (Ainiala, Saarelma & Sjöblom 2008: 270–271) Eläinten nimeäminen erilaisin luonnetta tai ominaisuuksia kuvaavien piirteiden mukaan on ominaista erityisesti pientilallisille, sillä heillä eläimiä on vähemmän verrattuna suuriin tuottajiin.

Suomalaiseen ruokakulttuuriin vaikutti suuresti myös teknologian ja teollisuuden kehittyminen, sillä esimerkiksi höyrylaivojen ja rautateiden ansiosta ruokaa oli mahdollista kuljettaa kauempaa. Sodan aiheuttaman pula-ajan jälkeen ruokakulttuurin ja maatalouden muutos oli nopeaa. Muutokseen vaikuttivat teknologian kehittymisen lisäksi muun muassa kaupungistuminen, naisten työssäkäynti ja yleinen elintason nousu. Esimerkiksi lihan kulutuksen kasvaminen antaa viitteitä elintason noususta. Lihan kulutus on noussut 1950-luvulta lähtien tasaisesti. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 23, 27) Nykyisin suuri lihankulutus liitetään muun muassa ympäristöhaittoihin. Esimerkiksi WWF on julkaissut lihaoppaan, jossa suomalaisia kuluttajia ohjeistetaan lihankulutukseen liittyvissä asioissa ympäristön näkökulmasta. Oppaan mukaan esimerkiksi ulkomailla tuotettua lihaa tulisi välttää, kun taas suomalaista luomulihaa voi nauttia kohtuudella. (WWF 2018)

Koska ruoan ja elintarvikkeiden kulutus on kasvanut, on maataloista tullut entistä tuottavampia. Tuottavuus saattaa aiheuttaa muita ongelmia, kuten ympäristöhaittoja tai eläinten laiminlyöntiä. Eettisyys ja terveysvaikutukset ovat saaneet kuluttajat vaatimaan monelta kantilta riskitöntä ruokaa. (Franklin 1999: 174) Esimerkiksi Oikeutta eläimille -järjestö julkaisi vuonna 2015 useita videoita, joissa kuvataan eläinten julmaa kohtelua ennen teurastusta (MTV 2015). Lähi- ja luomutuottajat ovat huomanneet, että eettisyys

on kuluttajille tärkeää ja kertovat esimerkiksi sivuillaan tarkasti, kuinka he kasvattavat, hoitavat ja ruokkivat eläimiään.

Vuonna 2016 Suomessa oli yhteensä 49 887 maatilaa. Suurin osa maatiloista keskittyy viljanviljelyyn ja muiden kasvien viljelyyn. Alla olevaan taulukkoon olen listannut suomalaisten maataloustilojen tuotantosuunnat (ks. taulukko 3). Suomessa viljatiloina on 17 796 kappaletta ja muuhun kasvinviljelyyn keskittyviä tiloja on 14 761 kappaletta. Kotieläintiloista lypsykarjatilat ovat suurimpia (7273 kappaletta) ja muita nautakarjatiloina on 3597 kappaletta. Sekatuotantoon keskittyviä tiloja on Suomessa 2152 kappaletta. Avomaanpuutarhatiloja on yhteensä 1353 kappaletta. Lampaiden ja vuohien tuotantoon keskittyy yhteensä 956 tilaa. Kasvihuoneyrityksiä on yhteensä 896 kappaletta. Sikatiloja (690 kappaletta) ja siipikarjatiloina (413 kappaletta) löytyy Suomesta vähiten. (Luke 2017)

Taulukko 3. Maatilojen tuotantosuunnat vuonna 2016 (Luke 2017)

TUOTANTOSUUNTA	TILOJEN MÄÄRÄ SUOMESSA
Viljatilat	17 796
Muut kasvinviljelytilat	14 761
Maitotilat	7273
Muut nautakarjatilat	3597
Sekatilat	2152
Avomaanpuutarhatilat	1353
Lammas ja vuohitilat	956
Kasvihuoneyritykset	896
Sikatilat	690
Siipikarjatilat	413
Yhteensä	49 887

MTK:n (2017) mukaan Suomessa maatilojen määrä on vähentynyt, mutta tilojen koko on kasvanut. Suomalainen maatalous on vuosien saatossa muuttunut pienistä tiloista sotien jälkeisiin suurien yritysten omistamiin tuotantotiloihin. Eniten viljatiloina on Varsinais-Suomessa ja Etelä-Pohjanmaalla, lypsykarjatalous taas keskittyy Pohjois-Pohjanmaalle ja Pohjois-Savoon. Luomutiloina kaikista tiloista on noin kahdeksan prosenttia. Osa

tuottajista on siirtynyt lähi- ja luomutuotantoon, jonka nähdään olevan massatuotannon vaihtoehto. Ruoka ja ravinto ovat olennainen osa ihmisten elämää. Ruokaa on saatavilla monipuolisesti ja ruokatuotteissa on valinnanvaraa. Kuluttaja voi esimerkiksi hedelmiä ostaessaan valita ulkomailla tuotettuja omanomaista tai valita lähellä tuotettuja kotimaisia luomutuotteita. Seuraavaksi käsittelemme ruokaa sosiaalisesta näkökulmasta ja nostan esille tekijät, jotka vaikuttavat ruoan valintaan. Määrittelen ruoan terveellisuuden ja turvallisuuden näkökulmista.

2.2 Sosiaalinen syöminen sekä terveellinen ja turvallinen ruoka

Lähi- ja luomuruokaa ostetaan ja kulutetaan monista eri syistä. Yleisesti ruoan valintaan vaikuttavat kulttuurin lisäksi sosiaaliset, taloudelliset ja ekologiset tekijät. Ihminen määrittelee ruoan joko syötäväksi tai syöntikelvottomaksi. (Mäkelä 2000: 201) Ruoka voidaan jakaa moniin eri vastakohtapareihin, joita ovat esimerkiksi hyvä ja huono, terveellinen ja epäterveellinen sekä feminiininen ja maskuliininen. Näin ollen ruoka ylittää maantieteellisten ja kulttuuristen rajojen lisäksi sukupuolten, sukupolvien ja yhteiskunnallisten luokkien välisiä eroja ja rajoja. (Lupton 1996: 1–2) Massimo Montanari (2006: 61) esittää ajatuksen, jonka mukaan ruoka ei itsessään ole hyvää tai huonoa. Ihmiset on pienistä pitäen opetettu tunnistamaan ruoka joko hyväksi tai pahaksi. Esimerkiksi rasvaisia ja teollisesti tuotettuja pikaruoka-annoksia pidetään yleisesti huonona ruokana. Niin sanottuna hyvänä ruokana voitaisiin pitää esimerkiksi eettisesti tuotettua lähi- tai luomuruokaa.

Ruokatottumukset luodaan jo lapsuudessa. Lapsuudessa syötyä ruokaa pidetään turvallisena vielä aikuisenakin. Ruokatottumukset ja -tavat muovautuvat matkalla aikuisuuteen. Ruokavalintoihin vaikuttavat ruoka-aineiden saatavuus, perheen ruokaperinne, makutottumukset sekä ruoan hinta. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 8–9) Ruoan valintaan vaikuttavat myös ideologiset syyt, esimerkiksi luomuruokaa ostetaan usein ideologisiin syihin vedoten. Vuonna 2012 tehdyn Luomubarometrin mukaan aktiivisimpia luomukuluttajia ovat noin 30-vuotiaat naiset, jotka ostavat luomutuotteita useita kertoja viikossa. Eniten luomutuotteita ostetaan

pääkaupunkiseudulla. Tutkimuksen mukaan luomutuotantoon liitetään puhtaus, ympäristön hyvinvointi ja luomuruoan herkullisuus. Luomuruoka mielletään usein kalliiksi. Tutkimuksessa kävi ilmi, että kuluttajat ostaisivat enemmän luomutuotteita, mikäli ne olisivat edullisempia. Hinta ei kuitenkaan ole ainoa tekijä, vaan kuluttajat haluavat olla varmoja siitä, että tuottajat saavat oikeudenmukaisen hinnan tuotteistaan. Lisäksi kuluttajat haluaisivat olla vakuuttuneempia luomutuotteiden erilaisuudesta. (Luomubarometri 2012) Luomutuotteita valitsemalla halutaan ehkä kritisoida materialistista elämäntapaa tai luomutuotteiden kulutusta pidetään trendikkäänä. Esimerkiksi 1980-luvulla luomua kannattivat ympäristöliikkeiden jäsenet, mutta 2000-luvulla luomua kuluttavat entistä enemmän vaihtoehtoliikkeisiin kuulumattomat ihmiset. (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006: 142)

Ruokaan ja ruokavalioon voidaan liittää terveysajattelu, jolloin puhutaan terveysvaikutteisista elintarvikkeista. Tällaisten elintarvikkeiden terveysvaikutus perustuu monipuoliseen ruokavalioon ja tuotteen säännölliseen käyttöön. Terveysvaikutteisia elintarvikkeita ovat esimerkiksi ksylitolipurukumi sekä kolesterolia alentavat elintarvikkeet. Terveysvaikutuksen käyttäminen myyntivalttina on tiukasti säänneltyä. (Niva, Mäkelä & Piironen 2003: 3, 52) Terveydelliseen ajatteluun voidaan liittää kasvis- ja vegaaniruokavalio, jotka ovat yhä useammalle kuluttajalle tietoinen valinta. Syitä eivät välttämättä ole vain tuotantoeläinten hyvinvoinnista välittäminen tai pienemmän hiilijalanjäljen tuottaminen, vaan perusteena voi olla omasta terveydestä huolehtiminen. (Mononen & Silvasti 2006: 10)

Terveellisyyden ja terveellisen ruokavalion korostaminen näkyy esimerkiksi terveys- ja fitness-blogeissa sekä sosiaalisen median kanavissa kuten Instagramissa. Osaksi terveellistä elämäntapaa liitetään niin urheilu kuin terveellinen ruokavalio. Erityisesti ruokavalion asemaa korostetaan monesti ja sen kerrotaan olevan avainasemassa muun muassa jaksamisessa. Lähi- ja luomuruoasta puhuttaessa terveellisyys on tärkeä arvo, sillä luonnonmukaisesti tuotettu ruoka saa sisältää vain tietyn määrän kemikaaleja ja lisäaineita (Evira 2017a).

Ruoan terveellisyteen liittyvää ravitsemustietoa on saatavilla monilta eri tahoilta. Ravitsemustiedon voi jakaa viralliseen tieteelliseen tietoon ja arkipäiväiseen tietoon. Ravitsemus- ja elintarviketutkimus liittyvät läheisesti luonnontieteiseen ja lääketieteeseen. Tieteellisessä tiedossa keskitytään siihen, mitä ja miten ihmisen pitäisi syödä pysyäkseen terveenä. Erilaisista tutkimustuloksista tiedotetaan runsaasti tiedotusvälineissä, kuten televisiuutisissa, blogeissa ja sanomalehdissä. Vaarana saattaa olla, että kuluttajat eivät osaa erottaa olennaista ja epäolennaista tietoa toisistaan. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003: 109–110) Suomessa ravitsemussuositukset laatii Valtion ravitsemusneuvottelukunta, joka on maa- ja metsätalousministeriön alainen asiantuntijaelin. Suomalaiset ravitsemussuositukset on julkaistu vuonna 2014. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2017) Evira (2017b) määrittelee ravitsemussuositukset seuraavasti:

Terveyttä edistävä ruokavalio on kokonaisuus, jota havainnollistetaan ruokakolmiolla ja lautasmalleilla. Monipuolinen ja vaihteleva ruoka-aineiden valinta mahdollistaa terveellisten, ympäristön kannalta kestävien ja hyvänmakuisten aterioiden ja välipalojen koostamisen.

Ravitsemussuositukset liittyvät terveelliseen ruokavalioon, ja sitä kautta ruoan tuotantotapoihin. Suosituksissa huomioidaan erilaiset kohderyhmät, sillä esimerkiksi aikuisille, lapsille, vegaaneille ja raskaana oleville on omat suosituksensa. Suositukset perustuvat pohjoismaisiin suosituksiin. Oppaassa otetaan huomioon ja määritellään myös lähi- ja luomuruoka. (Evira 2017b) Ravitsemussuositukset vaikuttavat osaltaan siihen, mitä ihmiset syövät ja millaista tietoa ihmiset ravinnosta saavat. Virallisten tahojen laatimia ravitsemussuosituksia voidaan käyttää esimerkiksi argumentaatiokeinona, jolloin ravitsemussuositukseen vetoaminen ajatellaan auktoriteettiin vetoamisena.

Terveellisuuden lisäksi ruoan turvallisuus nousee usein esiin. Tarkat säännökset Euroopassa takaavat sen, että kuluttajat saavat tuotteiden alkuperän helposti selville. Tuotteissa on esimerkiksi tarvittaessa ilmoitettava alkuperämaa ja lähtöpaikka kuluttajaa harhaanjohtamatta. (Ruokatieto 2016) Silvasti ja Mononen (2006) nostavat kuitenkin tutkimuksessaan esille sen, että ruoan turvallisuudesta vastaavat järjestelmät ovat monimutkaisia ja haavoittuvaisia. Esimerkiksi 1990-luvun alussa Euroopan maissa, erityisesti Iso-Britanniassa, levisi eläinten rehun välityksellä BSE-epidemia *bovine*

spongiform encephalopathy eli ”hullun lehmän tauti”. Pelkoa lisäsi se, että tauti aiheutti ihmiselle terveystorjuntaa, eikä tautia voinut tunnistaa ruoasta maun tai hajun avulla. Hullun lehmän tauti lisäsi ihmisten tiedonhalua, ja ruoasta sekä sen alkuperästä haluttiin tietää enemmän. Epäilyksiä herätti muun muassa eläinten kaltoinkohtelu sekä luonnottomat tuotantomenetelmät, joissa nautojen rehun sekaan jauhettiin eläinperäisiä aineksia. Taudin seurauksena Suomessa tuli voimaan erilaisia säännöksiä ja kieltoja koskien erityisesti eläinten rehuja. (ETT 2016) Tutkija Maarit Sirenin (2007: 8) mukaan Suomessa hullun lehmän tauti ja ruoan turvallisuus tuotiin esiin julkisin varoin tehtävällä tutkimustyöllä ja siihen liittyvällä hanketyöllä. Lähi- ja luomuruoka nostettiin esiin nimenomaan turvallisuuden näkökulmasta.

Uusien teknologioiden ja menetelmien ansiosta maantieteelliset ja ajalliset rajat eivät ole enää esteitä ruoan kuljetukselle. Ruoan globalisoituminen näkyy kansainvälisten yhtiöiden massa- ja tehotuotantona. Samalla ruoka leviää maailmanlaajuisille markkinoille ja ruoan alkuperän selvittäminen on yhä hankalampaa, sillä ruoan ainesosat voivat tulla monesta eri maasta. Globalisoitumisen lisäksi ruoka standardisoituu. Tällaisia standardointiin liittyviä keinoja ovat tuotteiden merkitseminen esimerkiksi kotimaisuuden ja luonnonmukaisuuden mukaan. Laatustandardi on keino merkitä esimerkiksi kasviksia niiden värin, koon ja maun mukaan. (Silvasti & Mononen 2001: 44–45) Arkielämässä tällaisiin laatumerkintöihin törmää päivittäistavarakaupoissa, niin sanotut ”kakkoslaadun” tuotteet ovat usein halvempia kuin laatustandardit täyttävät tuotteet. Samaan tapaan lähi- ja luomuruoan voisi ajatella olevan omanlaisensa laatustandardi. Päivittäistavarakaupoissa sekä lähi- että luomuruokatuotteet ovat yleensä merkitty näkyvästi sekä hintamerkintöihin että pakkauksiin.

Ruokaa ei nykyisin enää ajatella pelkästään kehon pakollisena ravintoaineena. Ruoan suhteen tehdään monenlaisia valintoja perustuen ruoan tuotantotapaan, makuun, hintaan, turvallisuuteen sekä terveellisyteen. Myös lähi- ja luomuruokaan liitetään tällaisia ominaisuuksia. Seuraavaksi käsitelen ruokaa ympäristön kannalta sekä määrittelen tarkemmin lähi- ja luomuruoan käsitteet.

2.3 Ekologinen ja vaihtoehtoinen ruoka

Ympäristön hyvinvointi on yksi tärkeä teema tutkittaessa lähi- ja luomuruokaan liittyviä merkityksiä. Teoksessa *Pysäytä ilmastonmuutos* Katja Antila (2008: 63–70) selvittää, että ruoka on yksi kolmesta suurimmasta ympäristön kuormittajasta. Hän toteaa, että tavallisen kuluttajan on hankala selvittää ruoan ilmastovaikutuksista ostopäätöstä tehdessä, sillä ilmastovaikutuksessa otetaan huomioon koko ruoan elinkaari. Ruoantuotantoon liittyvät vaikutukset liittyvät rehujen ja lannoitteiden tuotannosta muihin tuotannon ja viljelyn vaikutuksiin, tuotannossa käytettyihin energianlähteisiin, kuljetuksiin, pakkauksiin sekä ruoan valmistamiseen kotona. Ruoantuotanto lämpimissä maissa aiheuttaa erilaisia päästöjä kuin pohjoisessa. Kuljetus aiheuttaa vähemmän päästöjä kuin yleensä ajatellaan. Päästömäärä riippuu ruoasta itsestään, esimerkiksi lihantuotanto aiheuttaa enemmän ympäristöpäästöjä kuin kasvien ja juuresten tuottaminen.

Maanviljelyn huono puoli Standagen (2009: 41) mukaan on sen epäluonnonmukaisuus. Maatalous on ihmisille tärkeä elinkeino, mutta samalla haitallinen ympäristölle. Maatalous aiheuttaa monia ongelmia, kuten ympäristötuhoja, metsien tuhoutumista, villieläinten ja luonnonkasvien häviämistä sekä samalla muuttaa kasvien ja eläinten genetiikkaa. Esimerkiksi Suomessa maatalous tuottaa ravinteita vesistöihin ja kuormittaa samalla pohjavesiä. (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006: 133) Ympäristön näkökulmasta on kiinnostavaa pohtia vaihtoehtoisia tapoja tuottaa ruokaa. Yksi lähi- ja luomuruoan teema on ympäristöstä välittäminen, jotta viljely olisi mahdollisimman luonnonmukaista ja jotta kuljetusmatkat olisivat mahdollisimman lyhyitä.

Lähi- ja luomuruoasta voidaan puhua vaihtoehtoisina ruokina. Termillä *vaihtoehtoinen tuotanto* tarkoitetaan tavanomaisesta poikkeavaa elintarvikejärjestelmää ja -verkostoa. Tavanomaiseen tuotantoon liitetään usein ajatus massa- ja tehotuotannosta ja teollistuneista standardituotteista. Vastaavasti vaihtoehtoiseen tuotantoon liitetään korkeampi laatu, paikallisuus ja tuotteiden jäljitettävyys. Esimerkiksi luomutuotanto saattaa olla luonteeltaan massatuotantoa ja tuotteiden matka pellolta pöytään on usein pitkä. Hyvä esimerkki vaihtoehtoisesta tuotannosta on tuotteiden kulkeutuminen

maatilalta suoraan kuluttajalle, jolloin tuotantoketju on mahdollisimman lyhyt eikä ulotu kansainväliseen tuotantoon. (Sireni 2007: 9–11)

Lähiruoalle on monta erilaista määritelmää, ja joskus kuulee puhuttavan myös paikallisesta ja alueellisesta ruoasta. Paikallinen ruoka Monosen (2006: 43) mukaan tarkoittaa laajempaa ja monipuolisempaa käsitettä kuin lähiruoka. Paikallisesti tuotettu ruoka ei välttämättä ole lähellä, mutta se voidaan silti jäljittää maantieteellisesti. Lähiruokaan liitetään usein tietty maantieteellinen alue. Maa- ja metsätalousministeriö määrittelee lähiruoan paikallisruokana, jota tuotetaan, markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Omalla alueella lähiruoan suhteen tarkoitetaan joko maakuntaa tai sitä pienempää aluetasoa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2016) Elintarviketeollisuusliitto (2016) taas näkee lähiruoan suomalaisena ruokana; Suomi on kooltaan pieni maa, joten tästä syystä kaikki Suomessa tuotettu ruoka on paikallista ruokaa.

Monesti lähi- ja luomuruoasta puhutaan synonyymeina, mutta sitä ne eivät ole. Vaikka lähiruoka on suosittua, ei se välttämättä ole eettisesti tuotettua tai ympäristöystävällistä. (Mononen 2006: 43–44) Lähiruokaa on saatavilla esimerkiksi päivittäistavara-kaupoissa. Muun muassa S-ryhmä on laatinut lähiruokastrategian, jonka mukaan, se haluaa tarjota kuluttajille mahdollisimman paljon paikallisia vaihtoehtoja. S-ryhmä etsii aktiivisesti paikallisia tuottajia, ja kertoo, että lähiruoka on tällä hetkellä erittäin trendikästä. (S-kanava 2017)

Lähiruokaa on saatavilla monista kanavista. Monet ostavat lähiruokaa päivittäistavara-kaupoista, mutta muitakin vaihtoehtoja on. Lähiruokaa on saatavilla lähiruokatoreilta ja lähiruokapiireistä. Lähiruokaa voi ostaa suoraan myös tuottajien tiloilta, ja joillakin pientuottajilla saattaa olla erillinen pieni kauppatila tuotteiden myyntiä varten. Monissa kaupungeissa saattaa olla erikoismyymälöitä, jotka myyvät lähiruokaa. Usein tällaiset kaupat toimivat kahvilan tai muun ravintolatoiminnan yhteydessä. Uusin ilmiö on lähi- ja luomuruoan verkkokauppa. Esimerkiksi ruokaasuomesta.fi (2018) tarjoaa kuluttajille mahdollisuuden ostaa suoraan tiloilta internetin välityksellä.

Ruokapiirit ovat Luomuliiton (2017) määritelmän mukaan piirejä, joissa tuottajat ja kuluttajat kohtaavat ilman välikäsiä. Yleensä tällaiset ruokapiirit ovat alueellisia ja käytännöt vaihtelevat. Ruokapiireihin on mahdollista päästä mukaan esimerkiksi Facebookin kautta. Lähiruokaa on saatavilla muissa muodoissa, esimerkiksi lähiruokatreffien tai lähiruoka-autojen kautta. Lähiruokatreffit ovat Keskon ja Ruokatiedon järjestämä yhteinen tapahtuma, joka tuo yhteen K-kauppiaita ja pientuottajia. (Kesko 2015) Kauppa-autot olivat ennen suosittuja maaseudulla ja niitä näkee silloin tällöin edelleen. Lähiruoka-autot ovat tavallaan paluu entisaikoihin, kuluttajat saavat itse tulla paikan päälle valitsemaan lähellä tuotettua ruokaa tiettyinä aikoina. Tällä tavoin halutaan korostaa perinteisiä ruoantuottamisen arvoja; mieluummin pientä ja paikallista kuin persoonatonta massatuotantoa.

Vuonna 2006 tehdyssä tutkimuksessa *Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta* tutkitaan eri-ikäisten kuluttajien asenteita ja mielipiteitä lähiruokaa kohtaan. Kuluttajat esittivät seuraavanlaisia määritelmiä lähiruoasta: ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 kilometrin säteellä sen ostopaikasta; ruoka on tuotettu millä tahansa paikkakunnalla Suomessa; ruoka on tuotettu enintään 100 kilometrin säteellä, mutta ei Suomessa sekä ruoka on tuotettu EU-alueella, mutta ei Suomessa. Väittämistä ensimmäinen *ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 kilometrin säteellä sen ostopaikasta* oli vastaajien mielestä paras kuvaamaan lähiruokaa. Vastaajat olivat 15–77 -vuotiaita miehiä ja naisia. (Isoniemi ym. 2006: 16–19) Tutkimuksesta käy ilmi lähiruoan määrittelyksen vaikeus. On esimerkiksi hankala määritellä tarkkaa kilometrimäärää lähiruoan tuotantoalueelle. Jotkut kuluttajat saattavat ajatella lähiruoan laajemmin, jolloin lähiruoka tarkoittaa EU-alueen sisällä tuotettua ruokaa. Toisille taas lähiruoka on vain hyvin pienellä alueella tuotettua ruokaa. Määrittelyssä on otettava huomioon lisäksi alueelliset erot. Esimerkiksi Lappi alueena on hyvin laaja verrattuna pääkaupunkiseutuun. Lapissa lähiruoan määritelmän voisi ajatella olevan laajempi kuin alueellisesti pienemmällä pääkaupunkiseudulla.

Luomutuotettu ruoka tarkoittaa nimensä mukaisesti luonnonmukaisesti viljeltyä ruokaa. Luomutuotteet eivät saa olla haitallista ihmisille, eläimille tai kasveille eivätkä valmistusmenetelmät saa olla vaaraksi ympäristölle. Luomutuotteiden valmistuksessa saa

vain rajoitetusti käyttää kemikaaleja ja lisäaineita. Esimerkiksi keinotekoisien väriaineiden käyttö on kokonaan kielletty. Luomutuotannossa otetaan huomioon myös eläimet, jolloin eläinten hyvinvointi on tärkeä osa tuotantoa. (Evira 2017a) Kahl ym. (2011) esittävät, että luomuruoka määritellään tietyin näkökulmin ja kriteerein. Jokainen luomuruokaa koskeva kriteeri on kuvattu erityisen mittarin mukaan. Luomuruokaa koskevat mittarit taas määrittyvät säättöarvon ja menetelmän mukaan.

Luomutuotannolla on neljä kansainvälisesti sovittua periaatetta, jotka ovat terveysperiaate, ekologiaperiaate, oikeudenmukaisuusperiaate sekä huolenpidon periaate. Nämä periaatteet on alunperin määritellyt IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movements) vuonna 2005. (IFOAM 2017) Luomutuotannon tavoitteena on tuottaa korkealaatuisia elintarvikkeita, kun taas tavanomaisen tuotannon tavoitteena on tuottaa mahdollisimman suuri sato (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006: 131).

Luomutuotanto on saanut alkunsa maailmalla maatalouden ympäristöongelmien tunnistamisen aikaan. Toisen maailmansodan jälkeen maatalouden modernisoituminen ja teknologian kehitys lisäsivät maatalouden tuottavuutta. Maataloutta pidettiin ympäristöystävällisenä ja maanviljelijöiden suhdetta luontoon ylistettiin. Ympäristöongelmat tiedostettiin 1960-luvulla, ja niiden taustalla oli ajatus ympäristön vaarantumisesta. Aluksi ongelmia vähäteltiin, mutta myöhemmin vihreiden arvojen kannatuksesta tuli suotavaa. (Mononen 2008: 11–14) On huomioitava, että ympäristöongelmien vähättely ei liity pelkästään luomutuotannon syntyvaiheisiin, sillä ympäristöongelmia vähätellään yhä 2000-luvulla. Luomutuotannon kehityksen alussa siihen liittyvät vahvasti ympäristöliikkeet. Suomessa ympäristöliikkeet vaikuttivat 1960- ja 1970-luvuilla, jolloin esimerkiksi luonnonsuojelijat saivat tiedotusvälineissä paljon näkyvyyttä. Laajemmalti ympäristöliikkeiden takana oli ajatus kulutuskeskeisen elämäntavan kritiikistä. Näin syntyi uutta kansalaistoimintaa kuten kierrätysliikkeitä ja ekopuoteja. (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006: 133–134)

Osana suomalaista maataloutta luomu on ollut 1980-luvun alkupuolelta lähtien. Aluksi luomutuotantoa harjoittivat maatalouden ja viljelijöiden etujärjestöjen ulkopuolelta tulevat henkilöt. Varsinainen luomubuumi vaikutti Euroopassa 1990-luvulla, jolloin

luomutilojen määrä moninkertaistui. Nopean kasvun selittivät erityisesti poliittiset muutokset; Euroopan unionin yhteiseen maatalouspolitiikkaan siirtyminen sekä Maa- ja Metsätaloustuottajien keskusliiton myönteisempi asenne luomua kohtaan. (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006: 133–134) Tärkeitä asioita luomutuotantoon liittyen ovat sen alkuperä ja erikseen kehittynyt luonnonmukainen tuotantosuunta. Luomutuotanto on saanut alkunsa länsimaissa eli maissa, joissa ruokaa tuotetaan yli oman tarpeen. (Mononen 2008: 14) Yli tarpeiden riittävä ruoantuotanto mahdollistaa sen, että kuluttajilla on runsaasti valinnanvaraa, jolloin he esimerkiksi voivat ostohetkellä miettiä, valitsevatko vaihtoehtoisesti tuotettua lähi- ja luomuruokaa vai tavanomaisesti tuotettua ruokaa.

Ruoka on moniulotteinen asia. Siihen liitetään monia asioita, kuten sosiaalisuus, terveellisyys, turvallisuus ja ekologisuus. Ruokaa kulutetaan eri syistä, toisille on tärkeää ruoan terveellisyys, toisille taas ruoan ympäristöystävällisyys on syy tehdä ruokavalinnat. Lähiruoalle on monia määrittelyjä, kun taas luomuruoan tuotanto nojaa tarkkoihin laissa säädettyihin säännöksiin. Seuraavaksi käsittelen ruokakeskusteluihin liitettävää retoriikkaa ja argumentaatiokeinoja.

3 RUOKAAN LIITTYVÄ RETORIikka JA ARGUMENTAATIOKEINOT

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, millaisiin keinoihin lähi- ja luomuruoasta puhuttaessa vedotaan. Tähän käytän apuna retoriikan tutkimusta. Retoriikka kuuluu arkipäivään ja sitä harjoitetaan huomaamatta. Jan Blomsted (2003: 7–9) kuvailee retoriikkaa kieleksi, joka ohjailee ajattelua ja erityisesti toisten ajattelua. Usein retoriikkaan yhdistetään puhetaito, mutta retoriikka voi olla esimerkiksi neuvottelua merkityksistä, esitystavoista tai osapuolten etäisyydestä ja läheisyydestä.

Erkki Karvosen (1999: 259) mukaan retoriikan tutkimus on pohjimmiltaan "retorisissa esityksissä tehtyjen valintojen tarkastelua". Retoriikassa ollaan kiinnostuneita esimerkiksi siitä, miksi tekijä valitsee tiettyjä retorisia keinoja ja argumentteja tuekseen. Samalla voidaan tutkia, mitä tarkoituspäriä tekijän valinnat palvelevat. Retoriikan tutkimuksessa voidaan siis käyttää monia eri suuntia ja näkökulmia. Kari Palonen ja Hilikka Summa (1996: 10) esittävät retoriikan eri luokittelukeinoja, joita ovat argumentoinnin retoriikka, puheiden retoriikka sekä kielikuvien retoriikka. Argumentoinnin retoriikassa tarkastellaan esityksen keinoja, joilla halutaan muuttaa tai vahvistaa yleisön käsityksiä. Puheiden retoriikassa tarkastellaan ja arvioidaan esimerkiksi tekstiä, puhetta, kuvia tai muita vastaavia esityksiä omina kokonaisuuksinaan. Kielikuvien retoriikkaa taas käytetään erilaisten taidonilmausten tarkastelun ja argumentoinnin välineenä. Tässä tutkimuksessa tarkastelen argumentoinnin retoriikkaa, sillä haluan selvittää, millä tavoin eri osapuolet perustelevat näkemyksensä lähi- ja luomuruoasta. Tutkin niitä esityksen keinoja, joilla eri toimijaryhmät haluavat yleisönsä vakuuttaa.

Tässä teoriaosuudessa keskityn retoriikan ja argumentaation esittelyyn. Aluksi käyn läpi retoriikkaa yleisesti retoriikan historiasta digitaalisen retoriikkaan, jonka jälkeen määrittelen tarkemmin tutkimuksessani työkaluna olevat argumentaatiokeinot. Nojaan erityisesti Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan (1971) argumentaatioteorian ajatuksiin. Esimerkiksi Katja Kytömäki (2012) on pro gradu -tutkimuksessaan *Argumentaatio Ajankohtaisen kakkosen Homoillassa* tutkinut perustelukeinoja, joita Homoillassa käydyssä keskustelussa esitetään niin toimittajien, yleisön kuin keskustelijoiden puolesta.

Argumentointikeinoina tutkimuksessa käsitellään tieto ja totuus, arvot ja auktoriteetit, vertaus ja rinnastus sekä esimerkit ja havainnollistus. Kytömäen tutkimusaihe on monenlaisia tunteita herättävä. Koska ruoka on myös aihe, josta keskustellaan paljon ja joka herättää erilaisia tunteita, nojaan tässä tutkimuksessa erityisesti arvoihin vetoavaan argumentointiin. Lisäksi tarkastelen auktoriteettiin, vertailuun ja esimerkkeihin nojaavia argumentointikeinoja.

3.1 Antiikin retoriikasta digitaaliseen retoriikkaan

Retoriikan avulla kuulijoita suostutellaan ja vakuutetaan. Alkunsa retoriikka on saanut antiikin Ateenassa filosofien ja sofistien välisissä keskusteluissa. Platonia pidetään idealistisen filosofisen järjestelmän luoja, joka esitti ankaraa kritiikkiä asioista, joita ympärillään kuuli. (Haapanen 1996: 23) Retoriikka ajateltiin tuolloin nimenomaan puhetaidona eli kielenkäytön avulla tapahtuvana suostutteluna. Puhetaidon tarkoituksena oli vedota kuulijan tunteisiin ja järkeen, kuitenkin kuulijaa pakottamatta. (Kakkuri-Knuutila 1994: 48–49)

Retoriikan pääteoksena pidetään Aristoteleen *Retoriikkaa*. Teoksessa Aristoteles selvittää vaikuttamisen luonnetta ja ennen kaikkea sen ydintä. Aristoteleen määritelmän mukaan retoriikka on mahdollista jakaa kolmeen vakuuttamisen keinoon; eetokseen, paatukseen ja logokseen. Eetoksella tarkoitetaan puhujan luotettavuutta. Kun puhuja pitää puhetta, pyrkii hän luomaan luotettavaa kuvaa itsestään tuomalla esiin omaa luonnettaan ja vakuuttaa kuulijaa oman esiintymisensä ja esityksensä kautta. Paatos tarkoittaa tunteisiin vaikuttamista. Kuulijan oma tunnetila vaikuttaa siihen, miten asiat koetaan. On esimerkiksi eroa, kuuleeko jonkin uutisen ollessaan surullinen tai iloinen. Logos tarkoittaa argumentin asiasisältöä. Usein logosta käytetään järkeen vetoamisen keinona. (Kakkuri-Knuutila 2000b: 233)

Retoriikka kukoisti vahvana antiikin ajalla. Kukoistuksen jälkeen retoriikka alettiin halveksua 1500-luvulla, jolloin retoriikan sijaan selviöt nousivat ajattelun lähtökohdiksi. Tämä johti siihen, että järjellisiä argumentteja haluttiin kiistää. (Perelman 1996: 14–15)

Epäluulo retoriikkaa kohtaan oli vahvaa vielä 1900-luvulle asti, mutta niin kutsutun informaatiovallankumouksen ansiosta 1900-luvun loppupuolella mielenkiinto retoriikkaa kohtaan palautui. (Blomsted 2003: 19–21) Tätä alettiin kutsua *uudeksi retoriikaksi*. Sen tärkeimpinä vaikuttajina pidetään Chaïm Perelmania, Stephen Toulminia ja Kenneth Burkea. Heidän tutkimuksistaan kehittyi uuden retoriikan suuntaus, jossa keskiössä on argumentointi. Argumentoinnilla tarkoitetaan niitä kielellisiä keinoja, joiden avulla halutaan muuttaa joko muuttaa tai vahvistaa ihmisten käsityksiä jostakin tietystä asiasta. (Summa 1996: 51)

Uuden retoriikan myötä huomattiin, että informaatio ei useinkaan ole valmista tietoa vaan *in-formaatiota*. Tällä tarkoitetaan eri merkkien tulvaa, jota täytyy järjestää ja tulkita monella tavalla. Erityisesti teknologian kehitys 2000-luvulla on vaikuttanut ihmisten tapaan viestiä ja keskustella eri ympäristöissä. Viestimet, kuten televisio, radio ja puhelin, eroavat perinteisistä kirjoista ja sanomalehdistä monin tavoin. Uusien viestintävälineiden ansiosta mukaan on mahdollista saada emotionaalisia tekijöitä kuten äänensävyt, intonaatiot, tauot ja puhetavat. Kuvaviestimissä mukaan tulevat myös ilmeet ja eleet. Esimerkiksi televisiouutiset ovat pitkälle tyylliteltyjä, sillä uutiset on tyyllitelty luomaan mielikuva pelkästä faktojen välittämisestä. (Blomsted 2003: 19–21)

Vaikka antiikin aikainen klassinen retoriikka ja uusi retoriikka ovat edelleen osana puheiden ja tekstien tutkimuksissa, on teknologian kehitys vaikuttanut ihmisten tapaan viestiä. Yhä useammin retoriikka ilmenee digitaalisessa ympäristössä kasvokkain pidettyjen puheiden sijaan. Tutkimukseni aineisto muodostuu lähi- ja luomuruokaan liittyvistä pientuottajien verkkosivuista, yle.fi-sivuston verkkouutisoinnista sekä suomi24-keskustelupalstan keskusteluista. Aineistoni koostuu digitaalisessa ympäristössä tapahtuvasta vaikuttamisesta. Tutkimusaineiston digitaalisuudesta johtuen on tärkeää käsitellä retoriikkaa myös digitaalisessa ympäristössä. Digitaalinen retoriikka tutkii, millaista viestinnällinen vaikuttaminen verkossa on (Harakka & Eronen-Valli 2017: 23).

Digitaalinen retoriikka on jatkumoa sekä antiikin Kreikan retoriikalle että uudelle retoriikalle. Perinteisesti ajateltuna retoriikasta erotetaan kaksi roolia, jotka ovat puhuja

ja yleisö. Viestintävälineet ja teknologia ovat kehittyneet nopeasti, ja digitaalisuuden myötä retoriikan perinteisten roolien rajat ovat hämärtyneet. Retoriikka ei rajoitu pelkkään puhumiseen, vaan retoriikka voi yhtä lailla olla niin kirjoitettua kuin kuvallista viestintää. Lisäksi puhuja voi maailmanlaajuisen verkon myötä olla kuka tahansa ja mihin aikaan tahansa. Tästä syystä nykyaikaisempi termi puhujalle voisi olla sisältöjen tuottaja tai jakaja. Puhujan halu vaikuttaa yleisöön tunteiden ja argumentoinnin kautta on kuitenkin säilynyt samana. (Harakka & Eronen-Valli 2017: 23)

Digitaalinen retoriikka tarkoittaa viestinnän erilaisten vaikutuskeinojen vastaanottamista ja tuottamista verkkoviestinnän alustoilla. Aristoteleen näkökulmasta digitaalinen retoriikka voidaan käsittää taidoksi havaita viestinnälliset keinot, joita käytetään kunkin asian yhteydessä yleisön vakuuttamiseksi. Digitaalisessa viestinnässä viestintä tapahtuu aina digitaalisen teknologian välityksellä. Digitaalisen retoriikan käsitteet eivät suoraan siirry antiikin ajoista nykypäivään, vaan käsitteet on sovellettava ja muokattava ajanmukaisiksi. (Harakka & Eronen-Valli 2017: 24)

Terminä digitaalinen retoriikka esitettiin ensimmäisen kerran vuonna 1989. Tuolloin Richard Lanham luennoi tietokonevälitteisestä viestinnästä ja retoriikasta. Hänen mukaansa klassinen retoriikka tarjoaa parhaan teoreettisen viitekehyksen digitaalisen kommunikaation tutkimiseen. Lanham keskittyi kuitenkin pääsääntöisesti digitaalisten tekstien tutkimiseen, ei niinkään täydellisesti määrittelemään digitaalista retoriikkaa teoriana. Vuonna 1993 Lanham laajensi tutkimuksensa koskemaan hypertekstiä, jotka tuolloin tarkoittivat muun muassa linkkejä. Viestintävälineiden kehittyessä hyperlinkit tarkoittivat muun muassa kuvia, videoita ja animaatioita. Retoriikka ylitti perinteisen puheen ja tekstin rajat, ja samalla kiinnostus digitaalista retoriikkaa kohtaan lisääntyi. (Eyman 2015: 17–25)

Retoriikan ja erityisesti digitaalisen retoriikan määritelmät ovat tärkeitä tutkimukseni kannalta. Haluan selvittää, mihin pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat vetoavat puhuessaan lähi- ja luomuruoasta digitaalisilla alustoilla, joten on tärkeää määritellä retoriikka ja erityisesti digitaalinen retoriikka. Seuraavaksi käsittelen tutkimukseni kannalta oleellisia argumentaatiokeinoja.

3.2 Argumentaatio väitteiden tukena ruokakeskusteluissa

Lähi- ja luomuruoka, kuten ruoka yleensäkin, herättää ihmisissä monenlaisia mielipiteitä. Tällaisia ruokaan liittyviä mielipiteitä argumentoidaan eri tavoin. Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, kuinka pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat perustelevat oman näkemyksensä lähi- ja luomuruoasta. Argumentoinnilla tarkoitetaan muun muassa väitteiden perustelua (Summa 1996: 51). Argumentoinnin tutkimus painottuu usein retoriseen suuntaan, jolloin tutkitaan retoristen keinojen merkitystä vakuuttavuuden kannalta. Tutkimus voi painottua formalistiseen suuntaan, jolloin kysymys on argumenttien pätevyyden arvioimisesta tai tutkimisesta. (Palonen & Summa 1996: 11) Tässä tutkimuksessa keskityn argumenttien tutkimiseen retorisesta suunnasta, sillä haluan selvittää, millaisin keinoin pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat perustelevat näkemyksensä lähi- ja luomuruoasta.

Argumentin avulla perustellaan esitetyt väitteet ja vahvistetaan mielipiteitä. Jotta tämä onnistuu, on argumenttien oltava totuudenmukaisia, ymmärrettäviä, objektiivisia ja relevantteja. (Kakkuri-Knuutila 2000a: 19) Tärkeää argumenttianalyysissä on erottaa argumentti, selitys ja kuvaus toisistaan. Jotta argumentteja on mahdollista analysoida, on ne esitettävä kokonaisuuksina. Lyhyesti määriteltynä argumentit ovat väitteitä, jotka perustellaan. Argumentaation varsinaisena tarkoituksena on perustella omat väitteet yleisölle mahdollisimman kattavasti. (Kakkuri-Knuutila & Halonen 2000: 61)

Yksinkertaisimmillaan argumentin osiksi voidaan nimetä väite, perustelu ja taustaoletus. Väite on asia, joka kuulijan halutaan uskovan. Perustelu taas on syy, miksi väite tulisi uskoa. Tällöin argumentin käsite on kaksimerkityksinen, jolloin sillä voidaan viitata sekä perusteluun että väitteen, perustelun ja taustaoletusten kokonaisuuteen. Taustaoletukset luovat argumentaatiolle pohjan ja yhdistyvät näin väitteen perusteluihin. (Kakkuri-Knuutila & Halonen 2000: 63) Perelman ja Olbrechts-Tyteca (1971) jakavat teoksessaan *The New Rhetoric – A Treatise on Argumentation* argumentoinnin kolmeen osaan; viitekehykseen, lähtökohtiin ja tekniikoihin. Viitekehysellä tarkoitetaan argumentin yleisöä, ja lähtökohdat taas ovat esisopimuksia, joiden varaan argumentointi rakentuu (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 18, 65). Tässä tutkimuksessa keskityn kolmanteen

osaan eli argumentoinnin tekniikoihin, jolla Perelman ja Olbrechts-Tyteca (1971: 187) tarkoittavat argumentin kulkua.

Argumentoinnin tekniikat voidaan jakaa kahteen pääluokkaan, jotka kuvastavat toistensa vastakohtia. Nämä luokat ovat *assosiatiivinen* ja *dissosiatiivinen argumentointi*. Assosiatiivisuuden kautta eri asioita on mahdollista ymmärtää jonkin toisen asian kautta joko positiivisesti tai negatiivisesti. Assosiatiivisessa argumentoinnissa siis yhdistetään eri asioita tai elementtejä. Dissosiatiivinen argumentointi taas erottaa aikaisemmin yhteen kuuluneet asiat tai elementit. Usein nämä molemmat tekniikat ovat osana argumentointia, sillä esimerkiksi asioita, jotka eivät jollakin tasolla kuulu yhteen, ei voida yhdistää. Assosiatiiviset argumentit voidaan edelleen jakaa *kvasiloogisiin argumentteihin, todellisuuden rakenteeseen perustuviin argumentteihin* ja *todellisuuden rakennetta luoviin argumentteihin*. (Perelman ja Olbrechts-Tyteca 1971: 190-192)

Kvasiloogiset argumentit perustuvat määrälliseen ajatteluun, jolloin tällaiset argumentit liitetään muun muassa matematiikkaan ja logiikkaan. Tällä tavoin on mahdollista vertailla tai yhtäläistää asioita ja elementtejä. (Perelman ja Olbrechts-Tyteca 1971: 193–194). Esimerkiksi uutisissa käytetään argumentointikeinona matemaattisia lukuja silloin, kun erilaisia asioita vertaillaan ja vertailutulokset halutaan esittää selkeästi. Perelmanin (1996: 62) mukaan kvasiloogisten argumenttien tueksi valitaan vahvimmat mahdolliset perustelut, mutta usein niitä täydennetään muilla argumentoinnin tekniikoilla, sillä ne eivät yksinään ole riittävä perustelukeino. Tässä tutkimuksessa tutkimani vertailuun nojautuvat argumentointikeinot ovat Perelmanin ja Olbrechtsin (1971: 242) jaottelun mukaan osa kvasiloogisia argumentaatiokeinoja.

Todellisuuden rakenteeseen pohjautuvalla tekniikalla argumentoidaan sellaisia asioita tai aiheita, jotka halutaan saada hyväksytyksi. Tällaiset argumentit eivät välttämättä perustu pelkästään todellisuuteen ja faktoihin, vaan ne voivat olla osa uskomuksia tai arvoja. Todellisuuden rakenteeseen pohjautuvat argumentit voidaan jakaa *peräkkäisyys-* ja *rinnakkaisuussiteisiin*. Peräkkäisyysiteillä tarkoitetaan syy- ja seuraussuhteita, joilla saman tason suhteita voidaan rinnastaa toisiinsa. Syyhyn ja seuraukseen perustuvat argumentit suuntautuvat syiden tutkimiseen, tosiseikan arvottamiseen tai seurausten

toteamiseen. Tällaista asioiden yhteen liittämistä voidaan kutsua peräkkäisyysiteiksi. Seurauksia voidaan havainnoida ja niistä voi esittää erilaisia olettamuksia muun muassa ennakkotapausten perusteella. (Perelman 1996: 93, Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 261–262) Esimerkiksi ruokakeskusteluissa puhutaan muun muassa lähiruoan heikentyneestä suosiosta. Lähiruoan tulevaisuutta pyritään ennustamaan tutkimalla muiden samanlaisten ruokasuuntausten ennakkotapauksilla. Rinnakkaisuussiteet tarkoittavat kahden eri tason asioiden yhdistämistä (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 262). Lähi- ja luomuruokaan liittyvissä keskusteluissa rinnakkaisuussiteet ilmenevät muun muassa pientuottajien näkökulmassa. Lihaa tuottavien pientuottajien toimintaan liitetään usein eläimet ja niiden hyvinvointi. Eläinten hyvinvoinnin perusteella taas arvioidaan pientilallisten mainetta.

Todellisuuden rakennetta luovissa argumentoinnissa pyritään esittämään asiat säännönmukaisuuksien avulla. Todellisuudesta luodaan kuva konkretisoimalla asioita muun muassa erilaisten mallien avulla. (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 191) Tutkimuksessani painotan esimerkkeihin nojautuvia argumentteja, jotka lukeutuvat todellisuuden rakennetta luoviin argumentteihin. Lisäksi ruokaan liittyvissä keskusteluissa käytetään monesti erilaisia metaforia. Metaforilla tarkoitetaan asioiden vertailua ilman kuin-sanaa. Merkitykseltään metaforat ovat monipuolisia, sillä niiden avulla on mahdollista värittää omaa puhetta tai vastaavasti niiden kautta on mahdollista tehdä uusi asia ymmärretyksi vanhan avulla. (Kakkuri-Knuutila 2000b: 259) Esimerkiksi kasvisruokavaliota noudattavia ihmisiä saatetaan metaforan tavoin kutsua pupunruoan syöjiksi tai luomutuotteita suosivia henkilöitä luomuhipeiksi.

Olennaisia argumentaatiokeinoja tutkimukseni kannalta ovat *arvot*, *auktoriteetti*, *esimerkit* sekä *vertailu*. Tutkimukseni kannalta vertailu luokitellaan osaksi kvasiloogisia argumentteja ja esimerkit osaksi todellisuuden rakennetta luovia argumentteja. Argumentointikeinojen avulla perustellaan väitteitä lähi- ja luomuruoasta. Usein lähi- ja luomuruokaan liittyvissä keskusteluissa vedotaan tunteisiin. Tästä syystä painotan argumentaatiokeinojen määrittelyssä erityisesti tunteisiin vetoavia argumentaatiokeinoja eli arvoihin ja auktoriteettiin vetoamista. Tunteisiin vetoamisen rinnalla käytetään lisäksi järkeen vetoamista, sillä tunteisiin vetoaminen ei välttämättä ole yksinään riittävä keino

(Ylikoski 2000: 161). Järkeen vetoamisen keinoista käsittelen esimerkkejä sekä vertailua. Seuraavaksi määrittelen lyhyesti arvojen, auktoriteetin, esimerkkien ja vertailun käyttämisen argumentaatiokeinoina.

3.2.1 Arvot ja auktoriteetti

Arvoihin ja auktoriteettiin vetoaminen on päätökseen eli tunteisiin vetoava keino. Petri Ylikosken (2000: 161, 163–164) mukaan ”tunteiden ja hyväksyttävän argumentin suhde on mielenkiintoinen”. Tunteet nähdään argumentaation ulkoisena ja ei-tiedollisena seikkana, mutta toisaalta tunteiden synnyttäminen on usein argumentaation tavoitteena. Arvojen ja auktoriteettien käyttäminen perusteluna on varsin tyypillistä. Väitteen tueksi saatetaan esimerkiksi viitata tutkimukseen tai arvovaltaiseen asiantuntijaan. Auktoriteetin tulisi olla hyväksytty juuri omalla alallaan, jotta perustelu on onnistunut.

Arvot voivat olla esimerkiksi ihanteita, periaatteita, päämääriä tai muita sosiaalisia tai psykologisia konstruktioita. Vaikka arvo on käsitteenä laaja ja ongelmallinen, on arvon käsite yksi tapa käsitteellistää inhimillistä ymmärrystä tai käsitystä. (Virsu 2014: 110) Esimerkiksi ruokaostoksilla kuluttaja ei tee päätöstä pelkästään omien asenteidensa perusteella vaan ostopäätökseen vaikuttavat myös tilannetekijät sekä sosiaalinen ympäristö. Asenteet liittyvätkin tiettyihin tilanteisiin, arvot taas ovat eräänlaisia ihannetiljoja. (Joronen 2009: 53)

Arvoihin ja auktoriteettiin vetoamista tulisi käyttää muiden argumenttien tukena. Arvojen ja auktoriteettien käyttämistä argumentaatiokeinona kritisoidaan siksi, että niihin vetoaminen ainoastaan kumoo mielipiteen tai oletuksen. Arvoihin ja auktoriteettiin vetoamista ei kuitenkaan usein kyseenalaisteta, sillä useimmiten epäily kohdistuu auktoriteetin valintaa kohtaan. (Perelman 1996: 108–109) Lähi- ja luomuruokaan liittyen on osattava valita oikeanlaiset auktoriteetit ja vedottava oleellisiin arvoihin. Lähi- ja luomuruokakeskusteluissa ei olisi esimerkiksi kovin vakuuttavaa puhua geenimanipuloiduista ruokatuotteista positiiviseen sävyyn, sillä lähi- ja luomutuotannon tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman puhtaita ja luonnonmukaisia tuotteita.

3.2.2 Esimerkki perustelukeinona

Esimerkkien käyttö argumentaatiokeinona on todellisuuden rakennetta luova argumentointitekniikka. Esimerkkien avulla tekstistä tai puheesta tulee havainnollistava ja konkreettinen, samalla esimerkkien käyttö argumentointikeinona on yleistä (Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971: 351) Esimerkkien arvo perustelukeinona riippuu siitä, liittyvätkö ne johonkin keskusteluaiheen tyypilliseen puoleen. Usein tekstin tai puheen vastaanottaja osaa tunnistaa esimerkin ilman paneutumista. Voi kuitenkin käydä niin, että todella havainnollisesti esitetty esimerkki antaa kuvan, jonka mukaan ilmiö esiintyy harhaanjohtavasti liian tavanomaisena. (Kakkuri-Knuutila 2000b: 251)

Kun argumentoidaan esimerkkien avulla, oletetaan samalla olevan tietynlaisia säännönmukaisuuksia. Esimerkit toimivat näiden säännönmukaisuuksien konkretisoijina. Esitettyä asiaa ei pidetä ainutkertaisena, eikä esitettyä asiaa ja esimerkkiä pidetä erottamattomasti yhteen sidottuina. Esimerkkien suhteen on oltava tarkkana, sillä liian kaukaiset esimerkit saattavat kääntyä puhujaa vastaan. Tällöin epäpätevä esimerkki saa aikaan epäpätevän väitteen. (Perelman 1996: 120–121)

Esimerkkien avulla voidaan luoda ennakkotapaus, sääntö tai malli. Jotta jäljitelty malli on uskottava, on sen esimerkin tapaan oltava tarkkaan valittu ja luotettava. Asian lisäksi henkilö voi olla malli. Tällöin henkilön tulee olla kuulijoiden joukossa arvostettu, jotta perustelusta tulee luotettava. (Perelman 1996: 122, 125). Esimerkiksi ruoan suhteen on paljon ennakkotapauksia ja sääntöjä liittyen muun muassa ruokailutapoihin ja -tottumuksiin. On yleisesti hyväksyttävämpää syödä niin sanottua hyvänä pidettyä ruokaa tavanomaisina ruokailuajoina kuin syödä roskaruokaa yöaikaan. Tällöin niin kutsuttua hyvää ruokaa voidaan käyttää esimerkinomaisena perustelukeinona ruoasta puhuttaessa.

3.2.3 Vertailu perustelukeinona

Perelmanin ja Olbrechts-Tytecan (1971) mukaan vertailu on osa kvasiiloogista argumentointitekniikkaa. Vertailu on tavallinen tapa muodostaa argumentteja. Vertailua

käytettäessä on oltava tarkka siitä, ovatko kahden tilanteen tai asian yhtäläisyydet suurempia kuin niiden eroavaisuudet. (Kakkuri-Knuuttila 2000b: 252) Täysin samanlaisia asioita ei voi rinnastaa, sillä ne ovat itsestäänselvyyksiä. Osittainen samuus voi kuitenkin olla argumentaation kohteena. Esimerkiksi on turha kiistellä siitä, että omena ja banaani ovat molemmat hedelmiä, sillä asian on kiistattomasti totta. Esimerkiksi siitä voidaan väitellä, ovatko omena ja banaani maukkaita hedelmiä. (Perelman 1996: 70)

Perelmanin (1996: 75–76) mukaan luonnollisissa asioissa täydellinen samuus on lähes mahdotonta. Tällöin retoriikan osalta kyse on enemmänkin osittaisesta samaistamisesta, eikä niinkään formalistisesta samuudesta. Osittaisessa samuudessa asioiden erilaisuus nähdään toissijaisena ja samuus ensisijaisena. Vertailuun nojaavassa argumentoinnissa on tärkeää huomata se, kuinka varsinainen perustelukohde ymmärretään. Jos esimerkiksi käsitteet ovat kaukana toisistaan, ilmenee vertailu niin, että alemman asian arvo laskee ja ylemmän asian arvo nousee. Tällöin argumentoijan on muistettava ottaa huomioon se, että vertailukohteen voi joutua niin sanotusti uhraamaan, sillä sen arvo voi muuttua. (Perelman 1996: 86–89)

Perelman ja Olbrechts-Tyteca (1971: 242–248) esittävät, että vertailua voidaan tehdä vastakohtien, vertailuasteen, järjestyksen tai uhrausten avulla. Vastakohtia käyttämällä voidaan vertailla esimerkiksi ajallisia tapahtumia, kuten mitä tällä hetkellä tapahtuu verrattuna menneeseen aikaan. Vertailuasteella tarkoitetaan eri adjektiivien vertailumuotoja, jolloin jokin asian on esimerkiksi hyvä, mutta toinen asia parempi. Järjestyksestä vertailemalla tarkoitetaan kvantitatiivista järjestystä, kuten ensimmäinen, toinen ja niin edelleen. Vertailukeinoista uhraus perustuu siihen, että joistain asioista on luovuttava, jotta haluttu lopputulos voidaan saavuttaa. Tässä tutkimuksessa keskityn erityisesti vastakohtien vertailuun, joka on yleistä ruokaan liittyvissä keskusteluissa.

Tässä luvussa paneuduin tarkemmin työni kannalta oleelliseen teoreettiseen viitekehykseen, joka koostuu retoriikasta ja argumentaatiokeinoista. Seuraavassa luvussa analysoin tutkimukseni aineistoa käyttämällä tässä luvussa määriteltyjä käsitteitä ja retoriikan työkaluja. Analyysin lopussa vertailen, millä tavoin eri näkökulmien perustelukeinot eroavat toisistaan.

4 LÄHI- JA LUOMURUOKAAN LIITTYVÄT PERUSTELUKEINOT

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, kuinka lähi- ja luomuruoasta puhutaan. Selvitän, mitä argumentointikeinoja pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat käyttävät puhuessaan lähi- ja luomuruoasta. Käytän tutkimuksessani menetelmänä laadullista tutkimusta, joka määrittyy tutkijan omien päätelmien mukaan. (Hakala 2001: 16–18) Luin pientuottajien verkkosivustot, tiedotusvälineiden verkkouutiset sekä kuluttajien keskusteluviestit useaan kertaan läpi. Aloitin etsimällä kustakin aineistosta argumentaatiokeinoja, joilla perustellaan jollakin tavoin lähi- ja luomuruokaa. Etsin aineistosta tunteisiin ja järkeen vetoavia keinoja, ja paikansin argumentaatiokeinot luvussa 3.3 tekemiäni määritelmien perusteella. Analysoin pientuottajien verkkosivut, tiedotusvälineiden verkkouutisoinnin ja kuluttajien keskusteluviestit erillään, jotta voin tehdä vertailua näiden näkökulmien välillä. Etsin pientuottajien verkkosivuilta, tiedotusvälineiden verkkouutisista ja kuluttajien keskusteluviestistä jokaisesta neljä selvimmän esiin nousutta argumentaatiokeinoa.

Yleisimmät aineistosta löytyneet argumentaatiokeinot ovat erilaisiin arvoihin ja auktoriteettiin vetoaminen, esimerkit sekä vertailu. Arvoilla vedotaan lukijan tunteisiin. Jotta arvojen käyttö argumentaatiokeinona olisi onnistunut, on arvojen oltava omalla alallaan yleisesti hyväksytyjä (ks. Ylikoski 2000). Arvot olen jakanut eläinten hyvinvointiin, perhearvoihin, kotimaisuuteen, terveelliseen ja turvalliseen ruokaan sekä ympäristöarvoihin. Kyseisillä arvoilla viitataan siihen, mitä perusteluissa halutaan korostaa ja nostaa esiin. Konkreettisten esimerkkien avulla argumentista pyritään tekemään helpommin ymmärrettävä (ks. Jokinen 1999). Vertailuun nojaavissa argumenteissa voidaan käyttää esimerkiksi vastakohtia tai vertailuasteita (ks. Perelman & Olbrechts-Tyteca 1971).

Luvussa 4.1 käsittelen pientuottajien verkkosivuilla esiintyvät argumentaatiokeinot ja kuinka niillä pyritään vaikuttamaan lukijaan. Tämän jälkeen käsittelen tiedotusvälineiden argumentaatiokeinoja luvussa 4.2, jonka jälkeen käsittelen kuluttajien käyttämiä argumentaatiokeinoja luvussa 4.3. Luvussa 4.4 vertailen eri näkökulmien argumentaatiokeinoja ja esitän yhteenvedon tekemistäni analyysistä. Tarkoitukseni ei

ole arvioida argumentaatio- ja perustelukeinojen hyvyttä tai huonoutta, vaan keskityn tarkastelemaan niiden sisältöä. En ole puuttunut tekstiesimerkkien sisältöön, enkä ole korjannut esimerkkien mahdollisia kirjoitusvirheitä.

4.1 Pientuottajat lähi- ja luomuruoan puolestapuhujina

Pientilojen verkkosivuilla lähi- ja luomuruokaa perustellaan eläinten hyvän hoidon, kasvatuksen ja ruokinnan avulla, jolloin argumentaatiokeinona käytetään tunteisiin vetoamista. Eläinten hyvinvoinnilla tarkoitan eläinten hoidosta, kasvatuksesta ja ruokinnasta muodostuvaa kokonaisuutta. Eläinten hyvinvoinnista kertominen on suunnattu pääosin kuluttajille, jotka voivat halutessaan käydä pientuottajien yrityssivuilta katsomassa, kuinka pientilalliset huolehtivat eläimistään.

Pientiloilla, joilla tuotantosuuntana on lihatuotanto, kerrotaan tarkasti eläinten hoidosta ja ruokinnasta. Joillakin tiloilla yksilöllistetään eläimiä antamalla niille nimet. Kasvatuksessa ja ruokinnassa painotetaan luonnonmukaisuutta. Esimerkissä (1) Antilan tila kertoo eläinten kasvatuksesta heidän omalla tilallaan, jossa he tuottavat pääasiassa lihaa.

- (1) Naaraspuoliset (rotujen parhaat) molemmista roduista kasvatetaan uusiksi emoiksi, ja ruokinta kuntoluokituksen mukaan. Ensimmäiset omat angusvasikat syntyivät keväällä 2015. Ensimmäiset emot ovat vapautettu teineinä Huittisten vankilasta! Nyt kaikki angusteuraseläimet on meillä syntyneitä ja kasvaneita.

Esimerkissä (1) korostetaan sitä, että eläimet saavat mahdollisimman vapaan ja luonnollisia oloja noudattavan kasvatuksen. Lisäksi pientilallisille on tärkeää, että he itse kasvattavat omat tuotantoeläimensä. Luomutiloilla eläinten kasvatusta on tiukkaan säädeltyä, jolloin pientuottajat haluavat panostaa tuotantoeläinten kasvatukseen, sillä he uskovat, että mahdollisimman luonnonmukaisten olojen vuoksi eläimet ovat onnellisempia.

Kasvatukseen liitetään olennaisesti eläinten ruokinta. Pientiloilla on haluttu tehdä mahdollisimman luonnonmukaista eläinten iästä huolimatta. Erityisesti luomutiloilla on tärkeää noudattaa luomutiloille laadittuja säädöksiä. Pientilat korostavat sivuillaan sitä, että eläinten ruokintaan käytetty rehu on kasvatettu pääosin omalla tilalla. Esimerkissä (2) Pohjosahon tila kertoo, kuinka he ruokkivat tilan siat.

- (2) Omassa sikalassa syntyneet pikkuporsaat totuttelevat emon maidon jälkeen kiinteään ruokaan syömällä helposti sulavaa viljapohjaista ostorehua. Pikkuporsasrehusta siirrytään omien peltojen ohran, vehnän ja kauran sekä valkuaisainetiivisteiden yhdistelmään. Jo viljeltävien lajikkeiden valinnassa on kiinnitetty huomiota viljan soveltuvuuteen sioille. Valkuaisainetiivistettä sisältää GMO-vapaata soijaa. Vilja tuotetaan ympäristöehtojen mukaisesti. Lannoitteena käytetään sikalan lantaa, joka levitetään keväällä ennen kasvukautta pelloille kasvien käyttöön.

Esimerkissä (2) annetaan yksityiskohtaista tietoa sikojen ruokinnasta vaihe vaiheelta. Esimerkissä korostetaan sitä, että sikojen ruokintaan käytettävä vilja tulee omalta tilalta. Pohjosahon tila mainitsee erikseen, että soija on GMO-vapaata. Pientila haluaa ruokinnasta kertomalla tuoda esille sikojen mahdollisimman luonnonmukaisen ruokinnan. He haluavat herättää luottamusta sillä, että ruokintaan käytettävä vilja tulee omalta tilalta. Tuotantoeläinten syövä rehu vaikuttaa omalta osaltaan lihan laatuun.

Tuotantoeläinten nimeäminen pientiloilla on kiinnostava seikka. Pientilojen tuotantoeläimet nähdään yksilöinä, joihin liitetään erilaisia ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä. Usein eläimiä on tuotantotiloilla suuri määrä, joten eläimet on merkitty muilla tavoin. Esimerkeistä (3, 4) käy ilmi, millaisia nimiä eläimille annetaan. Nimiin on liitetty tiettyjä luonteenpiirteitä, joiden ajatellaan lisäävän eläimen yksilöllisyyttä.

- (3) Majan tilalla asustaa **32 emolehmää, muiden muassa vinonaamainen Milla, Minni, porukan pieni ”musta lammas” Maili, johtajalehmä Marabou, Maisa, Mansikka, ihana ja lihava Miss Emma, Menuetti, Muffinssi, joka vuosi kaksoiset tekevä Myy, Menninkäinen, MuuMuu, Manna, Miina ja My Little Cow, joka on saanut lempinimekseen ’hullu kuolaaja’.**
- (4) Lehmät vasikoineen pääsevät keväällä laitumelle ja sonnipojat **Doping** ja **Höperö** päästetään lehmien mukaan juhannuksen alla.

Tuotantoeläinten nimeämiseen on oma säännöksensä, jonka mukaan suositellaan, että kunakin vuonna syntyneet eläimet nimetään samalla alkukirjaimella. (ks. Ainiala ym. 2008) Esimerkissä (3) kaikki lehmät on nimetty alkavaksi m-kirjaimella. Lisäksi eläinten nimeäminen liittyy eläimet niin sanotusti osaksi perhettä, kuten lemmikkieläintenkin kohdalla. Ilman nimeä tuotantoeläimet nähdään yhtenä joukkona, ei niinkään erilaisina yksilöinä. Usein nimet liittyvät tuotantoeläimen luonteenpiirteisiin tai ulkonäköön. Kun eläimet nimetään hauskoilla tai ihmisen nimillä, antaa se pientuottajista kuvan, että he todella välittävät eläimistään. Nimelliseen eläimeen todennäköisesti kiintyy enemmän kuin nimettömään eläimeen. Osa kuluttajista saattaa esimerkiksi arvostaa sitä, että tuotantoeläimiä kohdellaan kuin lemmikkejä. Eläinten hyvä kohtelu on osa eläinten kokonaisvaltaista hyvinvointia.

Pientuottajien verkkosivuilla esiin nousee eläinten hyvinvoinnin korostus, joka on samalla arvoihin vetoava argumentaatiokeino. Hyvinvoinnista kertominen liitetään pientuottajiin rinnakkaissiteiden avulla. Tällöin eläinten hyvinvointi nähdään pientuottajille tyypillisenä. Tunteisiin vetoavina arvoina eläinten hyvinvointiin liitetään eläinten kasvatusta, ruokintaa sekä nimeäminen. Kun tuotantoeläimet voivat hyvin, on se tärkeä keino erottaa pientilat suuremmista ja tavanomaisista tuotantotiloista. Koska kuluttajille on tärkeää tietää esimerkiksi lihan alkuperä, voivat he tilan yrityssivuilta tarkistaa, kuinka pientilalla toimitaan. Pientilojen verkkosivut antavat siis tietoa sellaisille kuluttajille, joille on tärkeää pientilallisten arvomaailma tuotantoeläinten kohdalla. Koska pientilojen verkkosivut ovat erilaisia, eivät kaikki sivustot tarjoa samanlaista tietoa. Osalla pientuottajista sivut voivat myös olla vanhoja tai niitä ei ole päivitetty pitkään aikaan.

Perheeseen ja sukuun liittyvillä arvoilla halutaan usein korostaa pienten tilojen tuottamaa ruokaa. Perhearvot ovatkin nimenomaan pientilallisten valttikortti, jolloin oman tilan historiasta ja eri vaiheista on helppo kertoa. Perhearvoilla tarkoitan pientilallisten tapaa kertoa oman tilan historiasta ja toiminnasta. Pientuottajien verkkosivuilla perhearvojen merkitys nouseekin esiin erityisesti maatilain historian ja tarinankerronnan roolissa. Pientilojen tarinoissa esitellään tilan omistajat nimeltä, jolloin tarinankerronta on tuttavallisempaa. Sana *perheyritys* nousee esiin monella pientuottajien sivustoilla.

Kutsumalla tilaa esimerkiksi perheyrikykseksi halutaan erottaa suuremmista massatiloista. Tervakankaan Marjatila kertoo etusivulla tilastaan alla olevan esimerkin (5) mukaisesti.

- (5) Tervakankaan Marjatila on perheyrikytys. Tilalla on viljelty mansikkaa vuodesta 1987, jolloin ensimmäiset mansikantaimet istutettiin melkein kotipihaan. Mansikka-ala oli puoli hehtaaria. Yrittäjinä toimivat tuolloin Pentti ja Tarja Vimpari, maaliskuussa 2014 ohjat otti käsiinsä Kalle Vimpari. Pinta-ala on kasvanut ja pellot vaihtaneet paikkaa. Marjatilalle on kodistamme matkaa puoli kilometriä.

Esimerkistä (5) käy ilmi, että marjatilän historiaa halutaan korostaa vuosiluvuilla ja kertomalla, että tilalla on tehty sukupolvenvaihdos. Historiasta kertomalla vedotaan siihen, että tila on ollut jo jonkin aikaa olemassa ja on sen vuoksi luotettava maatila. Pinta-alan kasvamisella halutaan kertoa, että tilan suosio on vuosien saatossa vain kasvanut. Pientuottajien yrityssivuilla pitkät perinteet ja suvulla säilynyt tilan omistus ovat tärkeä perustelukeino lähi- ja luomuruoosta puhuttaessa. Perhearvoin vetoaminen erottaa pientilat suuremmista tuotantoyrityksistä. Samalla pientilallisten perhearvot ovat kuin entisaikoihin palaamista; aikaan, jolloin maatilän työt tehtiin perheen kesken ilman pitkälle suunniteltuja prosesseja ja massatuotantoa.

Pientilojen toiminnasta kertomiseen liitetään ympäristöystävällinen ajattelu. Pientilojen ekologinen toimintatapa menetellään jo luomutiloja koskevissa säännöksissä, jolloin ympäristöystävällisyys on ikään kuin itseisarvo (ks. IFOAM 2017). Pientilat haluavat sivuillaan nostaa esiin ympäristön tärkeyden, jolla vedotaan enemmän tunteisiin kuin järkeen. Ympäristön tärkeyden arvolla tarkoitan ympäristöystävällistä ajattelutapaa, joka halutaan nostaa pientilojen toiminnasta kerrottaessa esiin. Esimerkissä (6) Lampisen luomutilan verkkosivuilla kerrotaan, kuinka tilalla huolehditaan maan kunnosta. He huolehtivat tilallaan ympäristöstä muun muassa luomukompostia käyttämällä. Ympäristöystävällisyysajattelu herää sanasta *luomukomposti*, sillä sana luomu tarkoittaa luonnonmukaista.

- (6) Maan kunnosta huolehdimme viherlannoitusnurmien ja luomukompostin avulla.

Oksasen Puutarhan sivuilla kerrotaan, kuinka he ovat puutarhassaan huomioineet ympäristöystävällisen sähköntuotannon (esimerkki 7). Sähköntuotanto on ympäristöä kuormittavaa, joten vihreiden sähkötuotantotapojen käyttö vetoaa arvojensa puolesta ympäristön tärkeyteen.

- (7) Siirryimme ekologiseen VihreäVoimaan, Oksasen Puutarhan käyttämä sähkö on nyt uusiutuvista luonnonvaroista tuotettua VihreäVoimaa.

Ympäristön tärkeyden arvoon liitetään niin mahdolliset saasteet kuin energiantuotantotavat. Koska ympäristön tilasta ollaan yleisesti huolissaan, saattaa monille kuluttajille olla tärkeää, että heidän ostamansa tuotteet on tuotettu ympäristöystävällisesti. Ympäristön tärkeyden arvo on muiden tunteisiin vetoavien arvojen tapaan suunnattu pientilojen verkkosivuilla vieraileville kuluttajille. Ympäristön arvossa esiin nousevat erityisesti maan kunnosta huolehtiminen sekä energiantuotantotavoista kertominen. Erityisesti luomutilojen kohdalla ympäristöstä välittäminen on asia, joka voidaan ajatella rinnakkaisiteenä.

Esimerkkien avulla argumentista tehdään havainnollistava ja helposti ymmärrettävä (ks. Kakkuri-Knuutila 2000b) Pientiloilla, joilla keskitytään viljojen, kasvien, juuresten, salaattien tai hedelmien viljelyyn korostetaan erityisesti tuotteiden laadukkuutta. Tuotteiden laadukkuutta esitetään esimerkkien eli tilojen itselaatimien reseptien muodossa. Reseptit ovat ikään kuin malli, jota kuluttajat voivat hyödyntää ruoanlaiton yhteydessä. Pientuottajien sivuilla reseptit houkuttelevat ostamaan tuotteita, joista voi pientilojen antamien ohjeiden mukaan valmistaa ruokaa. Reseptit pientuottajien verkkosivuilla ovat kiinnostava seikka, sillä nykyisin reseptejä löytyy helposti ja monesta paikasta muun muassa internetin hakukoneiden avulla, erilaisista lehdistä, sosiaalisesta mediasta ja television kokkiohjelmista.

Miksi maatilat sitten pitävät reseptien julkaisua tarpeellisena? Ensinnäkin resepteillä voidaan korostaa tilan omien tuotteiden ainutlaatuisuutta. Esimerkiksi Taatilan Maatilalla on reseptivihko, jossa löytyy perinteisiä reseptejä, jotka on nimetty viittaamaan tilaan itseensä ”Kaalikäryleet Taatilan tapaan”. Samalla reseptissä käytetään tuotteita, jotka kuuluvat tilan valikoimaan. Taatilan tapauksessa kaalikärylereseptissä tuodaan esiin

erityisesti heidän viljelemänsä keräkaali. Reseptit eivät suoranaisesti perustele lähi- ja luomuruoan yleisyyttä, mutta ne antavat ymmärtää, että lähi- ja luomuruoasta on mahdollista tehdä herkullisia ruokia.

Resepteillä vedotaan tuotteen monipuoliseen käyttöön havainnollistavan esimerkin avulla. Oksasen Puutarha tuottaa salaatteja ja yrttejä, ja on sivustollaan järjestänyt kilpailun, jossa etsitään parhaita salaattireseptejä. Samalla resepteissä kerrotaan, että tuotteiksi tulisi valita Oksasen Puutarhan salaatteja ja yrttejä. Näin annetaan ymmärtää, että tiettyjä tilan tuotteita käyttämällä ruoan lopputulos on paras mahdollinen. Esimerkissä (8) kuvataan Lämmin sieni -rucolaleivän reseptiä, jossa korostetaan vain Oksasen tilalta saatavia tuotteita.

- (8) Oksasen roomansalaattia
 Oksasen rucolaa
 Sieniä
 Punasipulia
 Parmesaaniraastetta
 Valkosipulia
 Saaristolaisleipää
 Mustapippuria
 Suolaa
 Öljyä

Nevalan maatilan verkkosivuilla reseptit on nimetty tilan mukaan. Herkullisia reseptejä - osion alta löytyy esimerkiksi ”Sisäfilee Nevalan tapaan”, ”Nevalan nopeat suikaleet” ja ”Nevalan Mamman maksapihvit”. Itse tilan tuotteita ei suoraan nosteta reseptien esimerkiksi, vaan jo heti reseptin nimellä halutaan perustella tuotteiden ainutlaatuisuus. Reseptien avulla tavallisetkin tuotteet on mahdollista muuttaa erityisiksi ja ainutlaatuisiksi, ottamalla esimerkiksi yleisiä reseptejä ja lisäämällä niihin tilan omaa näkökulmaa. Tällä tavoin voidaan oman tilan lähi- ja luomuruokatuotteet perustella muiden tuotteita paremmiksi. Konkreettisen malliesimerkin avulla lukija vakuutetaan siitä, että kannattaa valita tuote nimenomaan kyseiseltä pientilalta. Reseptien avulla pientuottajat houkuttelevat ostamaan tuotteitaan ja samalla kertovat, mitä kaikkea tuotteista voi tehdä ja mihin kaikkeen tuotteita voi käyttää. Esimerkkeihin vedotessa pientiloilla reseptit nousevat erityiseen asemaan.

Pientuottajat ovat lähi- ja luomuruoan puolestapuhujia verkkosivustojensa kautta. He vetoavat eläinten hyvinvointiin, perhearvoihin ja ympäristön tärkeyteen, jotka argumentaatiokeinoina ovat positiivisia ja lähi- ja luomuruokaa suosivia. On ymmärrettävää, että pientuottajat vetoavat positiivisiin ja lähi- ja luomuruoan puolesta puhuviin argumentaatiokeinoihin, sillä verkkosivut ovat heille yksi markkinoinnin kanava, jonka kautta he saavat lähi- ja luomutuotteilleen myyntiä. Verkkosivujen suhteen on muistettava tietynlainen kriittisyys, sillä sivuilla ei välttämättä ole tuoretta tietoa.

Taulukko 4. Argumentaatiokeinot pientuottajien verkkosivuilla

ARGUMENTAATIOKEINO	ILMENEMINEN
Arvoihin vetoaminen: eläinten hyvinvointi	-eläinten ruokinta -eläinten kasvatusta -eläinten nimeäminen
Arvoihin vetoaminen: perhearvot	-tilan historia -tilan henkilöiden esittely
Arvoihin vetoaminen: ympäristön tärkeys	-omalla tilalla tapahtuva ympäristöstä huolehtiminen -tilan energiamuotojen esittely
Esimerkit	-reseptit tilan omista tuotteista

Pientuottajien verkkosivuilla käytetään selvästi tunteisiin vetoavia argumentaatiokeinoja. Arvoina käytetään eläinten hyvinvointia, perhearvoja sekä ympäristön tärkeyttä. Lisäksi sivulla käytetään tilojen omia reseptejä esimerkinomaisena argumentaatiokeinona. Yllä olevaan taulukkoon (ks. taulukko 4) olen taulukoinut pientilojen verkkosivustoilla eniten käytetyt argumentaatiokeinot ja niiden ilmenemisen verkkosivuaineistossa.

4.2. Tiedotusvälineiden suhtautuminen lähi- ja luomuruokaan

Uutisten ensisijainen tarkoitus on välittää lukijoille faktapohjaista tietoa. Tämä näkyy uutisissa esimerkiksi asiantuntijoihin ja muihin auktoriteetteihin vetoamalla. Auktoriteettiin vetoamisella tarkoitan oman alan asiantuntijan tai tutkimusten käyttämistä

perustelukeinona. Auktoriteetin on oltava uskottava vähintään omalla alallaan. Lähi- ja luomuruokaan liittyvässä verkkouutisoinnissa käytetään perustelukeinona ruoan laatumerkintöjä, alan asiantuntijoita sekä erilaisia tutkimustuloksia.

Ruoan suhteen laadukkuus on tärkeää ja monet ruokatuotteet merkitään erilaisin laatumerkinnoin. Verkkouutisessa *Uusi konsti lähiruoan markkinointiin – Etelä-Savo ottaa käyttöön eurooppalaisen D.O.-alkuperämerkinnän* kerrotaan luomuruoan laadusta kertovasta merkinnästä. Merkin tarkoituksena on uutisen mukaan vakuuttaa paikallisten kuluttajien lisäksi kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat (esimerkki 9). Merkin käyttö on auktoriteettiin vetoavaa argumentointia.

- (9) Eurooppalainen ruoan laadusta ja alkuperästä kertova Designation of Origin otetaan käyttöön Saimaan alueella ensimmäisenä Suomessa.

Lähi- ja luomuruoan suhteen erilaiset tutkimustulokset ovat auktoriteetin omainen keino vedota lukijaan. Tutkimusten on oltava tarpeeksi laajoja ja kattavia, jotta ne ovat tarpeeksi uskottavia. Verkkouutisessa *”Missä syödään kotimaista, missä tuontiruokaa?” Tältä näyttää ruoka-Suomi* käsitellään ruoan jakautumista Suomen sisällä. Tutkimuksen aiheena on nimenomaan kotimainen ruoka sekä lähi- ja luomuruoka (esimerkki 10).

- (10) Yli neljä viidestä suomalaisesta pitää tärkeänä, että ruoka on kotimaista. Tämä käy ilmi Taloustutkimuksen vuoden 2015 Suomi syö -tutkimuksesta. Ruokakassien sisällössä on kuitenkin eroja eri puolella Suomea.

Uutisessa vedotaan Taloustutkimuksen tekemään Suomi syö 2015 -tutkimukseen. Auktoriteetin eli tutkimustuloksen käyttäminen argumentointikeinona edellyttää, että tutkimukset ovat suhteellisen tuoreita. Verkkouutinen on julkaistu vuonna 2016, joten tällöin tutkimustuloksen on oltava uskottavuuden kannalta mahdollisimman uutta. Jo Taloustutkimus tutkimuksen tekijänä herättää luottamusta, sillä se on tunnettu ja kansallinen asiantuntijaorganisaatio. Tutkimustuloksia esittäessä on tärkeää mainita, kuka tutkimuksen on tehnyt.

Asiantuntija-aukioriteetin on oltava luotettava ja uskottava vähintään omalla alallaan, silloin kun auktoriteettia käytetään argumentaatiokeinona. Lähi- ja luomuruokaan

liittyvässä verkkouutisoinnissa asiantuntijoina käytetään muun muassa liittojen ja yhtiöiden johtajia ja päälliköitä, tutkijoita ja professoreita sekä ruokakauppiaita. Uutisten tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman puolueetonta tietoa lukijoilleen, joten monessa uutisessa vedotaan moneen auktoriteettiin vain yhden auktoriteetin sijasta. Verkkouutisessa *Ruokavalinnat viestivät arvoista - luomun kuluttaja on epäitsekäs ja aito ihminen?* käytetään asiantuntijana Vaasan yliopiston professoria (esimerkki 11). Uutisessa käsitellään ruokavalintoihin liittyviä arvoja, ja sitä kuinka kuluttajan sukupuoli saattaa vaikuttaa ruokavalintoihin.

- (11) –Kun tulimme Kauhajoelle keräämään aineistoa, niin eihän se niin mennyt, vaan pikemminkin toisinpäin. Vähän kuin leimakirves nousi ja mies, joka näytti suosivan luomua koettiin negatiivisemmin muitten miesten toimesta, sanoo Vaasan yliopiston kuluttajakäyttäjymisen professori Harri Luomala.

Asiantuntija-auktoriteettiin vetoaminen on vahvaa uutisoinnissa, mikä toisaalta on uutisten perimmäinen idea. Yliopiston professorin haastattelun käyttäminen perustelukeinona luo verkkouutiselle uskottavuutta. Vaikka professori Harri Luomala ei haastattelussa totea jyrkkiä tai erikoisia mielipiteitä, vaan ennemmin totea ennalta-arvattavia asioita, tuo mielestäni hänen äänensä käyttäminen verkkouutisessa aiheelle vakuuttavuutta. Lähi- ja luomuruokaa käsittelevissä verkkouutisissa auktoriteettiin vetoaminen nostaa esiin erityisesti ruoan laatumerkinnät, tutkimustulokset sekä asiantuntijoiden puheenvuorot.

Terveellisyys ja turvallisuus ovat kuluttajan kannalta tärkeitä, sillä ruokaan on pystyttävä luottamaan. Toisille ruoan terveellisyys on oleellisempaa kuin muut ruokaan liitettävät arvot. Verkkouutisoinnissa näihin arvoihin vetoaminen näkyy luomuun liittyvissä tarkoissa säädöksissä. Luonnonmukaisesti tuotetun ajatellaan olevan terveellistä ja turvallista, sillä luomutuotanto on tarkkaan säädeltyä ja luomutuotannossa vältetään erilaisia lannoitteita ja luomutuotteissa vältetään säilöntäaineita.

Ulkomailta tuotua luomuruokaa valvotaan tiukasti, ja valvontaa hoitaa Suomen Tulli. Verkkouutisessa *Tulli valvoo tuontiluomua pistokokein: 5–10 prosenttia testatuista tuotteista kärähtää* otetaan kantaa ulkomailta tuotuihin luomutuotteisiin. Ulkomailta

tuodaan Suomeen erityisesti lämpimiä kasvuolosuhteita vaativia hedelmiä ja vihanneksia. Torjunta-aineet ja säilöntäaineet koetaan terveydelle haitallisiksi eikä tuotteita välttämättä koeta turvallisiksi. Esimerkissä (12) kerrotaan, millaisia aineita Tulli testaa tuontiluomutuotteista.

- (12) Luomuelintarvikkeista etsitään yleensä aina torjunta-aineita, joskus myös salmonellaa, homemyrkyjä ja säteilytyksen jälkiä. Torjunta-aineiden tutkimusmenetelmä on Ojanperän mukaan Euroopan mittakaavassakin laadukas.

Terveellisuuden ja turvallisuuden arvo nousee esiin ulkomailta tuoduissa luomutuotteissa. Tuontiluomutuotteille annetaan hieman epäluotettava kuva, sillä niistä saattaa löytyä ihmisen terveydelle haitallisia aineita. Samalla perustelukeinona käytetään vertailua suomalaisten ja ulkomaalaisten tuotteiden kesken. Suomalaiset tuotteet esitetään terveellisinä ja turvallisina, kun taas ulkomaiset tuotteet esitetään epäluotettavammassa valossa. Kotimaisiin luomutuotteisiin vedotaan niiden terveellisuuden ja turvallisuuden puolesta.

Ajatus ”mitä vähemmän lihaa, sen parempi” liittyy ympäristöystävälliseen ajatteluun. Lihantuotanto koetaan usein ympäristölle haitalliseksi siitä johtuvien suurien päästöjen vuoksi. Samalla lihantuotantoon, kuten muuhunkin ruoantuotantoon, liittyvät kuljetusmatkat koetaan osaltaan ympäristön saastuttajaksi. Tie lihatilalta kuluttajan lautaselle voi olla pitkä, jolloin ympäristöystävällisyys on otettava huomioon monessa eri ruoantuotannon ketjun osassa. Verkkouutisoinnissa painotetaan kuluttajan tekemiin valintoihin liittyviä ympäristön arvoja. Verkkouutisessa *WWF julkaisi Lihaoppaan: Kotimainen tehotuotettu sianliha ja broileri vältettävien listalla, luomua voi syödä kohtuudella* pohditaan ruoan ympäristövaikutuksia (esimerkki 13).

- (13) - Liha ja ruoka ylipäänsä on tärkeimpiä päivittäisiä valintoja, mitä ihminen tekee. Sillä on suuri merkitys ilmaston, vesistöjen ja Itämeren rehevöitymisen sekä luonnon monimuotoisuuden säilymisen kannalta, sanoo ohjelmapäällikkö Jussi Nikula.

Suomessa ympäristön tärkeys liitetään lähiympäristöön, niin myös yllä olevassa esimerkissä (13). Usein ympäristöasioissa ovat esillä vesistöt sekä Itämeri. Ympäristön tärkeydellä on järkevää viitata lähiympäristöön tai Suomea koskeviin asioihin, sillä silloin

esimerkiksi juuri kuluttajien on helppo suhteuttaa omat ympäristöön liittyvät valinnat tuttuun ympäristöön. Laajemmassa mittakaavassa taas monesti vedotaan muun muassa jäätikköjen sulamiseen ja kasvihuoneilmiöön. Jäätikköiden sulaminen voi olla monelle melko kaukainen asia, ja sulamisen vaikutuksia voi olla vaikeaa suhteuttaa omaan elämään. Ympäristön tärkeyden lisäksi verkkouutisessa käytetään auktoriteettiin vetoamista, sillä haastateltavana on WWF:n ohjelmapäällikkö Jussi Nikula.

Tavanomaista lihaa ja luomulihaa verrataan samassa uutisessa. Ympäristön kannalta luomutuotettu liha nostetaan paremmaksi vaihtoehdoksi. Luomutuotettu liha on nimensä mukaisesti luonnonmukaisesti tuotettua, jolloin ympäristövaikutukset eivät ole niin haitallisia verrattuna tavanomaiseen tuotantoon. Verkkouutisessa suositellaankin WWF:n ohjeiden mukaisesti välttämään tavanomaisesti tuotettua lihaa, mutta luomutuotettua lihaa voi käyttää kohtuudella (esimerkit 14 ja 15). Lihantuotannossa eläinten rehulla on suuri rooli ympäristön kannalta.

- (14) Punaisella merkittyjä, vältettäviä proteiinin lähteitä ovat Suomessa ja EU-maissa tehotuotettu sianliha, Etelä-Amerikasta ja muualta EU-maista tuotu naudanliha, tehotuotettu broileri (Suomesta, muista EU-maista, Brasiliasta, Thaimaasta) sekä Uuden-Seelannin lammas.
- (15) Vihreätä valoa Lihaopas näyttää erityisesti kasviproteiineille, kuten pavuista, sienistä, viljoista tai soijasta valmistetuille lihankorvikkeille, joita on tullut runsaasti markkinoille viime vuosina. Niiden tuottaminen ei kuluta niin paljon luonnonvaroja kuin lihan, kananmunien ja maitotuotteiden. Lisäksi luomulaatuista naudan-, sian-, lampaan- ja broilerinlihaa sekä luonnossa laiduntanutta naudan- ja lampaanlihaa voi syödä kohtuudella, WWF neuvoo.

Esimerkeissä (14, 15) lihankulutus nähdään ympäristölle haitallisena eläinten syömän soijarehun vuoksi. Luomuruoka nostetaan esiin tavanomaista ruokaa parempana ympäristön kannalta. Verkkouutinen on suunnattu kuluttajille, joihin vedotaan ympäristön tärkeyden arvolla. Ympäristön tärkeydellä kuluttajia ohjeistetaan ostamaan luomutuotettua ruokaa ja uutisointi esittää luomuruoan positiivisessa valossa. Ympäristön tärkeyden lisäksi uutisoinnissa käytetään vertailua sekä auktoriteettiin vetoamista, jolloin arvojen lisäksi perustelussa käytetään muita argumentaatiokeinoja tukena.

Lihankulutus on asia, joka herättää keskustelua puolesta ja vastaan ympäristön kontekstissa. Verkkouutisessa *Lihantuottajat WWF:n oppaasta: Tehokkaasti tuotettu liha on luomua parempi ympäristölle* otetaan ympäristön tärkeydelle toinen näkökulma. Kyseisessä näkökulmassa tavanomaisen ja tehotuotetun lihan sanotaan olevan ympäristölle parempaa. Suomessa soijaa ei käytetä eläinten rehuna, vaan eläimet ruokitaan pääosin kotimaisella viljalla.

- (16) Suomen Broileriyhdistys ei allekirjoita väittämää, että Suomessa tehotuotettua broileria pitäisi välttää. Yhdistyksen puheenjohtaja Suvi Rantala-Sarjeantin mukaan tehokkaasti tuotettu broileri on Suomessa ympäristöystävällistä ja muuhun maailmaan verrattuna omaa luokkaansa.

Esimerkissä (16) käytetään ympäristön tärkeyden lisäksi argumentaatiokeinona auktoriteettiin vetoamista, sillä uutiseen on haastateltu lihantuotannon ammattilaisia. Vastakkainasettelussa tässäkin näkökulmassa on tehotuotettu liha ja luomuliha. Uutisessa korostetaan tehotuotetun lihan erinomaisuutta ja luomulihalle annetaan vähättelevä sävy ympäristöystävällisyyden kannalta. Verkkouutinen ei anna kuvaa, että luomuruoka olisi ylivertaista. Tehotuotetun lihan vedotaan olevan ympäristölle parempaa, mutta luomuruokaa ei kritisoida. Verkkouutisoinnissa lähi- ja luomuruoka nähdään tärkeänä osana ympäristön hyvinvointia, jolloin ne saavat positiivisen sävyn. Vaikka tehotuotetulla ruoalla vedotaan ympäristön arvoihin, vedotaan tunteisiin myös puhtaammalla luomuruoalla, jolloin vastakkainasettelu ei saa luomuruokaa tuntumaan huonolta vaihtoehdolta. Ympäristön tärkeyttä argumentoidessa keskeiseksi nousee ruoan tuotantotapojen vaikutus ympäristöön.

Lähi- ja luomuruokaan liittyvässä verkkouutisoinnissa vertailu on suureen rooliin nouseva argumentointikeino. Esiin nousee erityisesti vastakohtien välinen vertailu. Verkkouutisoinnissa käytetyt vertailukeinot liittyvät aiempaan suosioon ja tämänhetkiseen suosioon. Samalla lähi- ja luomuruokavertailua tehdään eri kauppojen sekä maiden välillä. Vertailu ei ole ainoa samassa yhteydessä esiintyviä argumentaatiokeinoja, sillä vertailun rinnalla saatetaan käyttää esimerkiksi auktoriteettiin vetoamista.

Monessa verkkouutisessa nousee esiin lähi- ja luomuruoan laskenut suosio. Toisaalta toivoa taas luodaan kertomalla, että uusia keksintöjä, kuten lähiruoan verkkokauppa, kehitellään jatkuvasti. Ajattelutapa ”ennen oli paremmin” nousee esiin verkkouutisten haastatteluissa. Lähiruokaan liittyvässä verkkouutisessa *Reko-lähiruokaa kylmässä ja pimeässä – tilaajat vähenevät nopeasti* pureudutaan lähiruoan suosion laskuun. Esimerkissä (17) on haastateltu tavallista kuluttajaa, joka suosii lähiruokatoreja.

- (17) –Kyllä se on nyt vähentynyt. Käytiin aikaisemmin useammin, vahvistaa Juhani Kankainen perheensä puolesta.

Esimerkissä (17) nousee esiin tavallisen kuluttajan mielipide, samalla tavallinen kuluttajakin toimii omanlaisenaan auktoriteettina. Utista lukevan kuluttajan on ehkä helppo samaistua tällaiseen tavalliseen lähiruokatorien kuluttajaan. Verkkouutisessa verrataan vastakohta-asettelun tavoin tämänhetkistä tilannetta aiempaan lähiruokatorien suosioon sanomalla ”käytiin aikaisemmin useammin”. Syynä nähdään lähiruoan suosio, joka on hiipumassa. Syyn seurauksena halutaan herätellä lukijoita tekemään valintoja lähiruoan puolesta.

Lähi- ja luomuruoan verkkouutisissa tehdään vertailua maiden välillä. Monessa verkkouutisessa Suomea verrataan muihin Pohjoismaihin, erityisesti Ruotsiin kuten (esimerkki 18). Vertailu maiden välillä on tavallista uutisoinnissa, ja tällä tavoin lukijan on mahdollista yrittää suhteuttaa lukemaansa isompaan mittakaavaan. Vertailu eri maiden välillä osoittaa, että lähi- ja luomuruoka on suosittua ja yleistä muissa maissa.

- (18) Esimerkiksi Ruotsissa luomun markkinaosuus on lähes seitsemän ja Tanskassa yli kahdeksan prosenttia elintarvikemarkkinoista.

Maiden välisessä vertailussa nostetaan esiin myös lukuja, voiden avulla vertailu on helpompaa. Esimerkissä (18) ei tarvita itse sanaa vertailu tai rinnastus, sillä muita maita listaamalla vertailu käy ilmi. Maiden välinen vertailu argumentaatiokeinona ei suoranaisesti anna lähi- ja luomuruoalle negatiivista tai positiivista arvoa, vaan vertailun avulla nostetaan esille vaihtoehtoisen ruoan suosio maantieteellisessä mittakaavassa.

Suuret ja halvat marketit sekä pienet ja vaatimattomat ruokatorit ovat lähi- ja luomuruokauutisoinnissa vastakkainasettelun kohteena. Verkkouutisessa *Marketit*

jräsivät torikauppiaat jo vuosikymmeniä sitten – ”Kuluttajan kohtaamiseen mainio paikka” tehdään vertailua torikauppiaiden ja suurien ruokakauppojen kesken. Asetelma ennen ja nykyisin nostetaan esiin, sillä ennen torit olivat voimissaan, mutta nykyisin kuluttajat suosivat enemmän marketteja.

- (19) Hän kuitenkin uskoo, että kauppatoreilla voi olla edessään renessanssi. Ihmiset haluavat ostaa lähellä tuotettua ruokaa.

Vertailun kohteena ovat lähiruokatorit eli kauppatorit sekä suuret marketit. Kyseisessä verkkouutisessa haastatellaan lähiruoan puolestapuhujaa eli Puutarhaliiton toimitusjohtajaa (esimerkki 19). On huomioitava, että verkkouutisissa haastatelluilla henkilöillä on omat intressinsä lähi- ja luomuruoan suhteen, ja kyseinen henkilö haluaa nostaa lähi- ja luomuruoan esiin positiivisessa valossa. Vertailun kohteena olevat pienet torit sekä suuret ruokakaupat ovat mielenkiintoinen vertailupari. Suuret marketit ovat kuluttajan kannalta helppo vaihtoehto, sillä samalla ostokerralla saa ruoan lisäksi ostettua muutakin. Pienet ruokatorit taas vetävät kuluttajia puoleensa lähi- ja luomuruokaan liittyvien arvojen perusteella. Verkkouutisten perusteluissa vertailu tulee näkyviin erityisesti vertailuna menneen ja tämän hetkisen ajan välillä syy- ja seuraussuhteen tavoin. Lisäksi maiden sekä pienten ruokatorien ja suurempien markettien välillä tehdään vertailua.

Verkkouutisoinnissa uutiset on suunnattu lukijoille eli kuluttajille, jolloin kuluttajat voivat olla esimerkiksi pientilallisia. Vahvimpana argumentaatiokeinona verkkouutisoinnissa esiintyy auktoriteettiin vetoaminen. Auktoriteettiin vetoaminen näkyy uutisoinnissa tutkimuksiin, asiantuntijoihin ja laatumerkintöihin vetoamalla. Verkkouutisointi antaa lähiruoasta kuvan, jonka mukaan lähiruoan kulutus olisi laskemassa. Toivoa tulevaisuuteen luodaan vertailemalla ajallisesti mennyttä ja tulevaa aikaa. Luomuruoan kohdalla vedotaan vahvasti luomuruoan ympäristövaikutuksiin. Verkkouutisissa käytetään argumentaatiokeinona myös vertailua, jolloin vertaillaan tavanomaisesti tehotuotettua ruokaa sekä luomuruokaa. Luomuruoasta ei anneta kuvaa, jonka mukaan se olisi tavanomaisesti tuotettua ruokaa ympäristöystävällisempää. Vertailussa nämä kaksi tuotantotapaa esitetään tasapuolisesti eikä kumpikaan ruoantuotantotapa ei saa negatiivista sävyä verkkouutisessa.

Taulukko 5. Argumentaatiokeinot verkkouutisoinnissa

ARGUMENTAATIOKEINO	ILMENEMINEN
Arvoihin vetoaminen: auktoriteettiin vetoaminen	-asiantuntija -tutkimukset -laatumerkinnät
Arvoihin vetoaminen: terveellinen ja turvallinen ruoka	-tuontiluomun tarkastus
Arvoihin vetoaminen: ympäristön tärkeys	-ruoan tuotantotapojen vaikutus ympäristöön
Vertailu	-vertailu menneeseen ja tulevaan aikaan -vertailu eri maiden välillä -pienet ruokatorit verrattuna ruokamarketteihin

Olen taulukoinut yllä olevaan taulukkoon verkkouutisoinnissa käytetyt argumentaatiokeinot sekä niiden ilmenemisen aineistossa (ks. taulukko 5). Verkkouutisissa käytetään argumentaatiokeinona auktoriteettiin vetoamista, terveellisen ja turvallisen ruoan arvoon vetoamista, esimerkkeihin vetoamista sekä vertailua. Auktoriteettiin vetoaminen ilmenee asiantuntijalausuntoina, tutkimustuloksina sekä laatumerkintöinä. Terveellisyyteen ja turvallisuuteen vedotaan uutisoimalla Suomen Tullin tekemistä pistotarkastuksista tuontiluomun kohdalla. Ympäristön tärkeydestä uutisoidaan kertomalla ruoan tuotantotapojen vaikutuksesta ympäristöön. Verkkouutisoinnissa vertailua tehdään menneen ja tulevan ajan välillä. Vertailussa ovat myös maat sekä pienet ruokatorit ja suuret ruokamarketit.

4.3 Kuluttajien perustelukeinot lähi- ja luomuruokakeskusteluissa

Kuluttajien näkökulma lähi- ja luomuruokakeskustelussa on tärkeä, sillä he ovat ruokaketjun viimeinen osapuoli. Usein ruoantuotanto vastaa kysyntään, joka taas muodostuu kuluttajien ostokäyttäytymisestä. Keskustelupalstoilla suomalaiset kuluttajat perustelevat eri argumentein, mitä mieltä he ovat lähi- ja luomuruoosta. Kuluttajat vetoavat verkkokeskusteluissa tunteisiin käyttämällä kotimaisuuden sekä turvallisen ja

terveellisen ruuan arvoja. Esimerkinomaiset argumentaatiokeinot ilmenevät omasta arkisesta elämästä kertovilla esimerkeillä. Vertailun kohteena ovat hinta ja ulkomainen ruoka.

Suomessa kotimaista ruokaa arvostetaan ja se on monelle kuluttajalle tärkeä valinnan mittari. Usein kotimaisen ruoan sanotaan olevan puhtaampaa ja terveellisempää kuin ulkomailla tuotettu ruoka. Samalla saatetaan vedota ympäristötekijöihin, sillä ulkomailta tuotuun ruokaan liittyy aina esimerkiksi kuljetuskustannuksia. On muistettava, että Suomen oloissa monia tuotteita, kuten lämpöä vaativia hedelmiä ja kasviksia, on mahdotonta kasvattaa. Kotimaiseen ruokaan ja ruoantuotantoon vetoamista voidaan käyttää argumentaatiokeinona.

Kotimaisuuden arvoon lähi- ja luomuruokakeskusteluissa liitetään suomalainen ruoka, suomalainen työvoima sekä suomalaiset yritykset. Samalla kotimaisuuden arvoon yhdistetään muita argumentaatiokeinoja, kuten vertailua ulkomailta tuotuihin tuotteisiin. Keskustelussa *Ylpeänä sanon* kuluttajat keskustelevat lähiruoasta ja siitä, mistä ostavat ruokansa. Samalla keskustelussa nousevat esiin muun muassa ruoan maku ja hinta. Nimimerkki Kulttuurirealistinen kertoo syövänsä vain lähiruokaa ja Suomessa tuotettua ruokaa (esimerkki 20).

- (20) Minä en käy Lidlissä. Kannatan lähiruokaa ja suomalaisituottajien työtä mahdollisimman paljon. Atria, HK, Saarioinen, Elovena, Valio, Fazer jne. ovat yrityksiä joiden tuotteita ostan, koska se hyödyttää omaa maataamme. Peli on aivan selvä. Selviytyäksemme tuemme omaa tuotantoa ja koitamme saada ulkomaan vientiä aikaan. Talvi lähestyy ja suomessa valmistetaan ainakin lämpimiä sukkia, joita ostan näin yhtenä esimerkkinä.

Kotimainen ruoka nostetaan esimerkin mukaisesti ulkomailla tuotettua ruokaa paremmaksi. Samassa yhteydessä mainitaan lähiruoka, jonka mainitsemalla annetaan ymmärtää lähiruoan olevan parempi valinta kuin ulkomainen ruoka. Kauppaketuista Lidl mainitaan erikseen. Kirjoittajan mielestä Lidlistä ei saa suomalaista lähi- ja luomuruokaa. Osaltaan voisi ajatella, että joitakin ruokaan liittyviä valintoja tehdään jo ruokakauppaa valitessa. Esimerkiksi osa kuluttajista haluaa käydä lähiruokatoreilla, jolloin he voivat uskoa siihen, että ruoka tulee läheltä. Osa kuluttajista taas valitsee esimerkiksi Lidlin sen

halpoihin liittyvän maineen perusteella. Ruoan suhteen valintojen tekeminen alkaa jo ostospaikan valinnasta.

Kotimaisuuden arvoon liitetään kotimainen maatalous sekä muut ruoantuotantoon liittyvät ammattiryhmät. Ilman kotimaista maataloutta ei olisi kotimaista ruokaa. Kotimaisuudella vedotaan siihen, että kotimaisia lähi- ja luomuruokatuotteita ostamalla tukee samalla suomalaista maataloutta. Suomalainen maatalous ei kuluttajien mielestä ole kovin vakaalla pohjalla, joten kotimaisia ruokavalintoja tekemällä on mahdollista tukea oman maan maataloutta. Muun muassa nimimerkki TottahanToki keskustelussa *Ylpeänä sanon* kertoo ostavansa suomalaisia tuotteita ja samalla tukevansa kotimaista maataloutta esimerkissä (21).

- (21) Minä kans..ostamalla suomalaista tuen kotimaista maataloutta ja todella hyvin monta muuta ammattiryhmää sen lisäksi

Nimimerkki TottahanToki korostaa suomalaisen maatalouden tärkeyttä esimerkissä (21). Kotimaisuuden arvo ilmenee suoraan sanoista *kotimaisuus* ja *suomalaisuus*. Kotimaisia tuotteita ostamalla kuluttaja tukee nimenomaan suomalaista maataloutta. Maatalouden lisäksi hän mainitsee samalla tukevansa muita ammattiryhmiä. Kuluttaja ei kuitenkaan sen tarkemmin erittele, mitä nämä muut ammattiryhmät ovat. Kotimaisuuden arvon lisäksi kuluttajan kommentti saa lisäarvoa syy-seuraussuhdeargumentilla. Kotimaisten tuotteiden ostaminen on itsessään syy, jota seuraa suomalaisen maatalouden ja muiden ammattiryhmien tukeminen. Kotimaisuuteen liittyen esitetään kuitenkin eriäviä mielipiteitä ja perusteluita alla olevissa esimerkeissä (22, 23).

- (22) Mutta kun se kauempaa tuotu ruoka on useimmiten parempaa ja halvempaaakin. Kyllä se kilpailu on hyvä asia myös elintarviketuotannossa Suomessakin, vaikka MTK kuinka väittää toista.
- (23) Vieläkö ihmiset elävät siinä harhaluulossa että suomalaiset elintarvikkeet olisivat muka laadukkaampia ja puhtaampia kuin esim. Virossa? Kyllä siellä tehdään suomalaisilla laitteilla yhtähyvää ellei parempaa esim.juustoa ja jogurttia kuin Suomessa ja niitä saa Lidlistä. Niin ja vessapaperi on todella hyvää ja edullista.

Kotimaisuuden rinnalle nostetaan muita tekijöitä kuten maku ja hinta, jotka osaltaan määräävät kuluttajien ostokäyttäytymistä. Esimerkissä (22) kotimaista lähi- ja luomuruokaa vastaan vedotaan ulkomaisen ruoan hinnan ja maun puolesta, sillä ulkomainen ruoka on kotimaista parempaa ja halvempaa. Esimerkissä (23) kuluttaja kirjoittaa, että osa suomalaisista elää yhä harhaluulossa, jossa kotimaisten tuotteiden ajatellaan olevan ylivertaisia, joten kuluttaja nostaa esille ulkomaiset tuotteet sekä niiden hinnan ja maun.

Kotimaisuus ei välttämättä ole ainoa peruste lähi- ja luomuruoan ostamiselle, vaan kaupasta voidaan muiden tekijöiden perusteella ostaa ulkomailta tuotettua ruokaa. Ruoan valintaan vaikuttaa ruoan ostopaikka, sillä on eri asia käydä ostoksilla lähiruokatorilla kuin esimerkiksi Lidlissä. Lähiruokatorille suuntaavat todennäköisesti kuluttajat, jotka haluavat ensisijaisesti ostaa lähellä tuotettua ruokaa suoraan tilallisilta. Kuluttajat taas suuntaavat todennäköisesti Lidliin sen halpojen hintojen mielikuvan perusteella.

Kotimaisuus nousee kuluttajien keskusteluviesteissä esiin tunteisiin vetoavana arvona, jolloin tärkeiksi nousevat suomalainen maatalous ja siitä saatavat kotimaiset ruokatuotteet. Kuluttajat vetoavat keskusteluviesteissä kotimaisuuteen, johon liitetään suomalainen maatalous ja sen tukeminen. Kuitenkaan kotimaisuus ei ole yksinään riittävä arvo, johon kuluttajat vetoavat puhuessaan lähi- ja luomuruoasta. Toisaalta kotimaisuuden arvo voi kääntyä lähi- ja luomuruokaa vastaan esimerkiksi kalliimman hinnan vuoksi. Tällöin ulkomaiset tuotteet saatetaan kokea parempana vaihtoehtona. Ruoan hinta nousee esille myös vertailun keinona, jonka käsittelen tuonnempana.

Suomessa ravitsevalle ruoalle on laadittu tietyt ruokailusuositukset, joissa on huomioitu lähi- ja luomuruoka (ks. Evira). Tällöin terveellisyys ja turvallisuus nousevat esille jo suomalaisten viranomaisten puolesta. Terveellisen ja turvallisen ruoan arvolla tarkoitan tunteisiin vetoavaa argumentointikeinoa, jonka avulla ruoan erilaiset terveys- ja turvallisuustekijät nostetaan kuluttajien verkkokeskusteluissa esiin. Terveellisyyteen ja turvallisuuteen liittyvissä arvoissa kiinnitetään huomiota puhtaaseen ruokaan, sen saatavuuteen ja ruoan moninaiisiin vaikutuksiin. Verkkokeskustelussa *miten valistaa* kuluttajat ottavat kantaa siihen, kuinka luomutuotteisiin tulisi suhtautua. Keskustelussa

nostetaan esiin muun muassa luomu-sanana merkitys, ja mitä luomu todellisuudessa tarkoittaa. Kuluttajat pohtivat myös sitä, onko oikein kertoa muille, millaista ruokaa heidän tulisi syödä. Nimimerkki luomulihaa ottaa kantaa lähi- ja luomuruoan terveellisyyteen esimerkissä (24).

- (24) Itse perheen pääasiallisena ruokaostosten tekijänä käytän valtaani ja ostan vain terveellisiä elintarvikkeita. Siinä mielessä olen "ruokapoliisi", mutta ideologiaani en syötä muilla. Ne perheenjäsenistä, jotka kaipaavat silloin tällöin roskaruokaa, ostakoot sitä itse kaupasta. Roskaruokaa ovat myös monet vegaaniset elintarvikkeet ja ns. "terveystuotteet". Harva perhe Suomessa käyttää näin vähän terveystuotteita kuin me. Nykypäivänä lähes kaikilla yli 5-kymppisillä on sairauksia, lääkkeitä, kipuja ja kremppaa. Meillä ei tarvita lääkkeitä, koska ruoka on lääke.

Nimimerkki luomulihaa pitää ruokavaliota oleellisena osana yleistä terveyttä ja hyvinvointia. Hän kutsuu itseään metaforalla *ruokapoliisi*, jolla hän tarkoittaa sitä, että tekee ruoan suhteen tiettyjä valintoja ja käyttää päätöksissä omaa valtaansa. Hänen mielestään ruoka itsessään on lääke, joka hoitaa ja ennaltaehkäisee monia sairauksia ja kipuja. Kuluttajan perhe on luomuruokaa syömällä terve ja terveystuotteita tarvitsee käyttää vain vähän. Kuluttaja näkee terveystuotteiden vähäisen käytämisen positiivisena asiana. Luomuruoan suhteen terveellisyyden arvo nousee positiiviseksi asiaksi. Kuluttajan mielestä luomuruokavaliolla on mahdollista pysyä terveenä. Perustelunkeinona syy-seuraussuhde nousee esiin, sillä luomuruoan ostaminen on syy, jonka seurauksena ihminen pysyy terveenä.

Toisaalta suomalaisen lähi- ja luomuruoan terveydellisistä vaikutuksista ei aina olla samaa mieltä. Verkkokeskustelussa *Saako Suomesta puhdasta luomuruokaa?* pohditaan puhdasta ja suomalaista luomuruokaa. Esiin nostetaan se, mistä luomuruokaa on ylipäättään saatavilla. Kyseisessä verkkokeskustelussa pohditaan kriittisesti luonnonmukaisen ruoan puhtautta, sillä ympäristömyrkyjä on kuluttajien mielestä jokapuolella. Nimimerkki leenluninni kyseenalaistaa suomalaisen luomuruoan ja sen tuotannon esimerkissä (25).

- (25) Ihme touhua tämä suomen ”puhdas” ruoka. Ulkomailta tuotua ruokaa tutkii tullilaboratorio tiukalla seulalla mutta tätä kotimaista moskaa ei kukaan. Ihmetellään vai n kun syntyvyys alenee !! kyllä kai miehet alkaa olla tuhkamunia kaikki myrkkyjen takia.

Nimimerkki leenluninni esittää mielipiteensä kärkkäästi yleistämällä, että kaikista suomalaisista miehistä tulee ennen pitkää hedelmättömiä ruoassa olevien myrkkyjen takia. Kirjoittaja kyseenalaistaa suomalaisen ruoan puhtauden ja terveellisyyden, käyttämällä sanan puhdas yhteydessä lainausmerkkejä. Hän myös toteaa, että kotimainen ruoka sisältää myrkyllisiä aineita. Samalla hän korostaa ulkomaalaisen ruoan turvallisuutta tullin tekemien laboratoriokokeiden perusteella.

Verkkokeskustelussa *Arlalta tulossa pian halpaa luomumaitoa* kommentoidaan halpoja luomutuotteita ja konkreettisenä esimerkkinä keskustelussa on luomumaito. Verkkokeskustelijat ovat keskustelussa melko yksimielisiä siitä, että luomumaito ei todellisuudessa ole niin sanottua tavallista maitoa parempaa. Luomumaitoa käsitellään nimenomaan sen terveydellisestä näkökulmasta. Nimimerkki *erwerwrwrwrwere* esittää oman mielipiteensä luomumaidon terveellisyydestä esimerkissä (26).

- (26) Joo juokaa te vaan bakteeri- ja ulosterikasta luomumaitoa joo, niin kuin risupartaiset luomuhipit tekevät. Minä ainakin juon jatkossakin terveellistä ja puhdasta normaalimaitoa.

Nimimerkki *erwerwrwrwrwren* mielestä luomutuotteita käyttävät vain tiettyihin aatteisiin uskovat ihmiset. Tässä tapauksessa hän käyttää metaforaa *risupartaiset luomuhipit*, joka antaa hieman vähättelevän sävyn luonnonmukaisia aatteita kannattaville ihmisille. Terveellisyyden arvosta kirjoittaja uskoo luomumaidon olevan täynnä erilaisia bakteereja ja ulostetta. Niin sanottu normaali maito taas on kuluttajan mielestä terveellistä ja puhdasta, jota hän itsekin ostaa. Luomumaito saa kommentissa negatiivisen sävyn ja terveellisemmäksi tuotteeksi kommentin kirjoittaja kertoo normaalin maidon. Luomumaitoon liittyvässä keskustelussa kuluttajat vetoavat paljolti omiin kokemuksiinsa, he eivät käytä perusteluidensa tukena esimerkiksi tieteellistä tietoa ja tutkimuksia.

Luomuruokatuotteita ei kuluttajien keskuudessa pidetä niin sanottua normaalia ruokaa terveellisempänä. Normaalisti tuotettu ruoka nähdään useammin jopa terveellisempänä ja parempana vaihtoehtona kuin vaihtoehtoinen lähi- tai luomuruoka. Kuluttajien verkkokeskusteluissa terveellisyys ja turvallisuus eivät ole lähi- ja luomuruokaa kannattavia arvoja vaan itseasiassa kääntyvät useimmissa keskusteluissa lähi- ja luomuruokaa vastaan. Terveellisyyden arvolla kuluttajat vetoavat enemmän normaalisti tuotettuun ruokaan kuin lähi- ja luomuruokaan.

Eläinten hyvinvointi tunteisiin vetoavana arvona nousee esiin kuluttajien verkkokeskusteluissa. Luomuruokaan liittyvässä keskustelussa käydään kiivasta väittelyä sen kannalta, onko luomuruoka eläinten hyvinvoinnin kannalta vain pelkkä ihmisten luoma mielikuva. Alla olevissa esimerkeissä (27, 28) luomuruoan saatavuuteen liittyvässä verkkokeskustelussa *miten valistaa* nimimerkit luomujaluomu ja maalla kasvanut kertovat oman näkemyksensä eläinten luomukasvatuksesta. Samalla he vertaavat luomutuotantoa niin sanottuun tavanomaiseen tuotantoon.

- (27) Välttämättä luomukasvatus ei ole eläinten kannalta sen parempaa kuin tehokasvatus kuten erinäisiltä videoilta voi havaita. Sana luomu ei ole tae eläinten hyvästä kohtelusta vaikkakin tuottajat haluavat näin vakuuttaa - lopulta ne kaikki joutuvat teuraaksi ja se ei ole kaunista katseltavaa. Ehkä elävät lyhyen elämänsä paremmin kuin tehotuotannossa, mutta kuolema on yhtä tuskallinen myös niille kuin tehotuotetuillekin elikoille.
- (28) Luomu tarkoittaa sitä että peltoja ei myrkytetä, eikä viljaan käytetä mm peittäusaineita. Luomukarja syö tämmöistä luomuviljaa. Ei niitä sen kummemin kasvateta erikseen tai eri lailla kun muutakaan lehmää/sonnia/sikaa/kanaa. Enkä vielä tänäkään päivänä ole huomannut mitään eroa vapaan kanan munalla kuin ihan tavallisen. Paitsi hinta.

Eläinten hyvinvointi ei yksinään nouse positiivisena arvona esiin kommentteista. Lähi- ja luomutuotannon eläinten hyvinvointi rinnastetaan pikemminkin tavanomaisiin tuotantotapoihin. Eläinten luomukasvatus ei kuluttajien mielestä ole eläimen itsensä kannalta sen parempaa kuin normaalieläinten. Ainoa ero luomukasvatettujen ja normaalituotantotapojen välillä on eläinten rehu. Kuluttaja nostaa esille eläinten elämän päättymisen, sillä kuolema on sama ja *yhtä tuskallinen* kasvatuksesta ja

tuotantotavoista riippumatta. Kuluttajat eivät kommentoi tarkemmin eläinten varsinaiseen kasvatukseen liittyviä asioita kuten ruokintaa ja muuta hoitoa. Kuluttajat ovat huomanneet, että pientilalliset pyrkivät vakuuttamaan, että eläinten hyvinvointi on tärkeä osa lähi- ja luomutuotantoa. Kuluttajat suhtautuvat asiaan kriittisemmin, eivätkä koe sen olevan ratkaiseva tekijä ruokatuotteiden valinnassa.

Kun argumenttia halutaan tehostaa, on vertailun kohteena oleva asia usein vähäpätöisempi. Vertailun tavoitteena on nostaa esille se, ettei asia ole ainutkertainen vaan ennemminkin tuttu ja yleinen. Tällöin kohteena oleva väite on helpompi hyväksyä. (ks. Perelman 1996) Lähi- ja luomuruokaa verrataan tavanomaiseen ruokaan erityisesti hinnan puolesta. Samalla vertailun kohteeksi otetaan ulkomainen ruoka.

Keskustelupalstoilla lähi- ja luomuruoan hinta on paljon vertailua aiheuttava asia. Usein kaupassa ostopäätös tehdään ruokatuotteen hinnan perusteella. Monet kuluttajat kertovat keskusteluissa, etteivät osta lähi- ja luomuruokaa, koska se on heidän mielestään liian kallista. Keskustelussa *LÄHIRUOKAAKO* perehdytään keskustelun nimen mukaisesti lähiruokaan. Esiin nostetaan kotimainen ruoka sekä puhutaan ulkomaisista ruokatuotteista ja ruoan hinnasta. Nimimerkki miksei_kelpaisi_ulkomain suomi24-keskustelupalstalla kertoo, ettei osta lähi- ja luomuruokaa sen kalliin hinnan takia (esimerkki 29). Normaalina ruokana ajatellaan olevan tavanomaisin mentelmin tuotettu ruoka, jota verrataan lähi- ja luomuruokaan.

- (29) Vältän luomu- ja lähiruokaa, koska ne ovat normaalia ruokaa kalliimpia.

Samassa verkkokeskustelussa hinnan lisäksi nostetaan esille suomalaisten köyhyys, joka liittyy vertailunkohteena olevaan hintaan. Nimimerkit vaalit.tulee.kostoelää ja Hintatietoinen kertovat, minkälaiseen ruokaan köyhällä kuluttajalla on varaa (esimerkit 30 ja 31). Heidän mukaansa ruoan hinta määrittää sen, mitä huonotuloiset kuluttajat voivat ostaa.

- (30) Köyhällä ei ole varaa kuin halpaan ruokaan teki tai viljeli sitä sitten kuka tahansa.

- (31) Se on totta. Pakko katsoa hintaa. Jotkin tuotteet ovat edullisia mm. kananmunat, kuivat tuotteet. Liha ei ole edullista. K-kaupan kurkku maksoi 5,5 eur pahimmillaan. Lidlissä ulkolainen 2,5 eur. Kumpaako köyhä ostaa? Puhdas ruoka olis hyvä kuitenkin.

Kuluttajat kertovat ostavansa ruokaa sen hinnan perusteella. Esimerkissä (30) kuin-sanaa käyttämällä vedotaan köyhän asemaan, jolloin köyhien ainoa vaihtoehto on ostaa halpaa ruokaa sen tuotantotavoista tai alkuperästä riippumatta. Halpaa ruokaa verrataan tällöin keskustelun aiheena olevaan lähi- ja luomuruokaan. Ruoan valintaan vaikuttaa keskustelun kuluttajien mielestä ainoastaan ruoan halpa hinta. Jälkimmäisessä esimerkissä (31) kerrotaan, että hinta ei välttämättä ole ainoa syy ruokavalintoja tehdessä. Esimerkiksi terveyteen vaikuttava puhdas ruoka olisi hyvä vaihtoehto, jos vain olisi mahdollista hinnan puolesta. Koska ulkomaiset tuotteet ovat halvempia, ostaa kuluttaja niitä hinnan perusteella.

Kuluttajat vertaavat verkkokeskusteluissa lähi- ja luomuruokaa tavanomaisesti tuotettuun ruokaan sekä ulkomailla tuotettuun ruokaan. Lisäksi ruoan hinta nousee oleellisesti esiin vertailun kautta. Kuluttajat kertovat esimerkiksi itse olevansa köyhiä ja tästä syystä tekemään ruokavalinnat pelkästään hinnan perusteella. Kuluttajien kohdalla arvostus lähi- ja luomuruokaa kohtaan on kriittinen. Ruoan suhteen valinnat tehdään kaupassa muun kuin niiden paikallisuuden tai luonnonmukaisuuden perusteella. Lähi- ja luomuruokaan suhtaudutaan kriittisesti ja usein tärkein valintakriteeri on hinta. Lähi- ja luomuruokaa myös verrataan tavanomaisesti tuotettuun ruokaan, jota moni kuluttaja pitää parempana. Esimerkiksi luomumaitoa pidetään pelkkänä rahastus- ja markkinointikeinona. Keskustelupalstoilla kuluttajat eivät nosta esiin esimerkiksi erilaisia tutkimuksia tai muita auktoriteettiin vetoavia keinoja, vaan ammentavat näkemyksensä oman elämän arkipäivistä.

Taulukko 6. Argumentaatiokeinot kuluttajien verkkokeskusteluissa

ARGUMENTAATIOKEINO	ILMENEMINEN
Arvoihin vetoaminen: kotimaisuus	-suomalainen maatalous -kotimaisten tuotteiden suosiminen -ulkomaisten tuotteiden suosiminen
Arvoihin vetoaminen: turvallinen ja terveellinen ruoka	-ruoan terveysvaikutukset
Arvoihin vetoaminen: eläinten hyvinvointi	-eläinten kannalta kasvatustavalla ei ole merkitystä
Vertailu	-hinta -lähi- ja luomuruoka verrattuna tavanomaisesti tuotettuun ruokaan -lähi- ja luomuruoka verrattuna ulkomaiseen ruokaan

Yllä olevaan taulukkoon olen taulukoinut suomi24-keskustelupalstoilla käytetyt argumentointikeinot lähi- ja luomuruokaan liittyen (ks taulukko 6). Kotimaisuuteen vedotessa nostetaan esiin suomalainen maatalous sekä kotimaisten tai vastaavasti ulkomaisten tuotteiden suosiminen. Turvallisuuteen ja terveellisyteen vedotaan puhumalla ruoan terveysvaikutuksista. Kuluttajat eivät näe eroa eläinten hyvinvoinnilla, oli sitten kyse tavanomaisesta tuotantotilasta tai pientuottajien tilasta. Lähi- ja luomuruokaa verrataan tavanomaisesti tuotettuun ja ulkomailta tuotettuun ruokaan. Samalla nousee esiin myös ruoan hinta.

4.4 Yhteenveto

Pientilojen verkkosivuilla käytetään argumentaatiokeinoina eniten tunteisiin vetoamista, jolloin erityisesti arvoihin vetoavat argumentit nousevat esille. Tuotantoeläintiloilla tärkein arvo on eläinten hyvinvointi. Perhearvot ja ympäristön tärkeys koetaan tärkeiksi arvoiksi, joilla pyritään vetoamaan sivuilla vierailevaan lukijaan. Järkeen vetoavista argumentointikeinoista monella sivustolla käytetään havainnollistamista esimerkeillä. Tällaisia esimerkkejä ovat ruokareseptit, joiden avulla pientuottajat pyrkivät nostamaan esille oman tilansa tuotteet. Lähituotanto ilmenee verkkosivuilla suoraan kertomalla, että

tuotteet on tuotettu jollakin tietyllä alueella ja tuotteita on saatavilla joko suoraan tiloilta tai lähialueen kaupoista. Luonnonmukaisuus taas näyttää olevan melkein päitselfäänselvyys, jota ei pientilojen sivuilla suoranaisesti perustella.

Verkkouutisoinnissa eniten käytettyjä argumentaatiokeinoja ovat tunteisiin vetoava auktoriteetin käyttö sekä järkeen vetoava vertailu. Auktoriteettina käytetään laatumerkintöjä, tutkimuksia sekä asiantuntijahenkilöitä. Vertailua tehdään erityisesti vastakohtia käyttämällä nykyisestä menneeseen aikaan, jolloin lähi- ja luomuruoka olivat enemmän suosiossa esimerkiksi lähiruokatorien muodossa. Lähi- ja luomuruoan suosion kasvattamiseksi esitetään konkreettisia esimerkkejä tulevaisuuden varalle. Vertailua tehdään lisäksi pienten lähi- ja luomuruokatorien sekä suurien ruokamarkettien välillä.

Verkkokeskusteluissa esitetään kärkkäitä mielipiteitä, joita ei välttämättä argumentoida perusteellisesti. Verkkokeskusteluissa argumentoidaan kotimaisuuden puolesta, joka voi joko kääntyä lähi- ja luomuruoan puolelle tai vastaan. Esimerkiksi maun perusteella osa kuluttajista suosii muita kuin kotimaisia tuotteita. Terveellisen ja turvallisen ruoan arvoon vedotaan erityisesti lähi- ja luomuruoasta saatavien terveyshyötyjen vuoksi. Toisaalta vaihtoehtoinen ruoka koetaan epäilyttävänä ja turhana. Eläinten hyvinvoinnin puolesta kuluttajat eivät tee selvää eroa lähi- ja luomutuotantoon, heidän mielestään tuotantoeläimillä on sama loppu tuotantotavasta riippumatta.

Kuluttajien keskuudessa keskustelua aiheuttaa ruoan hinta Suomessa. Vaikka kuluttaja olisi valmis ostamaan kalliimpana pidettyä lähi- ja luomuruokaa, voi taloudellinen tilanne pakottaa siihen, että kaupassa on valittava halvempia tuotteita. Halvempina tuotteina pidetään ulkomaisia tuotteita, joita vertaillaan suomalaisen ruokaan. Vertailussa hinnan lisäksi nousee esiin lähi- ja luomuruoan vertailu tavanomaisesti tuotettuun sekä ulkomaiseen ruokaan. Vaihtoehtoinen ruoka ei välttämättä kuluttajien mielestä ole tavanomaista ruokaa parempaa. Lähi- ja luomuruoka ei kuluttajien keskusteluissa saa positiivista sävyä, vaan siihen suhtaudutaan enemmänkin epäluuloisesti ja varauksella. Taulukossa 7 esitän tutkimukseni aineiston, joka koostuu pientuottajien verkkosivuista, tiedotusvälineiden verkkouutisista sekä kuluttajien verkkokeskusteluista. Toiseen sarakkeeseen olen listannut kustakin aineistosta esiin nousseet argumentaatiokeinot.

Pientuottajat kertovat verkkosivuillaan lähi- ja luomuruoasta omasta tuottajan näkökulmastaan. Yleisimmin esiin nousseet argumentaatiokeinot ovat arvoihin ja auktoriteettiin vetoamiseen sekä esimerkkien käyttö reseptien muodossa. Pientuottajat vetoavat tunteisiin käyttämällä arvoina eläinten hyvinvointia, perhearvoja ja ympäristön tärkeyttä. Tiedotusvälineissä lähi- ja luomuruoasta puhutaan tietoa ja faktoja antavassa uutisen roolissa. Esiin nousseet argumentointikeinot verkkouutisissa ovat auktoriteetti, terveellinen ja turvallinen ruoka, ympäristön tärkeys sekä vertailu. Kuluttajat taas vetoavat lähi- ja luomuruokakeskusteluissa omiin kokemuksiinsa. Esiin nousseet argumentointikeinot ovat kotimaisuus, turvallinen ja terveellinen ruoka, eläinten hyvinvointi ja vertailu.

Taulukko 7. Argumentaatiokeinojen esiintyminen aineistoissa

AINEISTO	ARGUMENTOINTIKEINO
Pientuottajien verkkosivut	-eläinten hyvinvointi -perhearvot -ympäristön tärkeys -esimerkit
Tiedotusvälineiden verkkouutisointi	-auktoiteetti -terveellinen ja turvallinen ruoka -ympäristön tärkeys -vertailu
Kuluttajien verkkokeskustelu	-kotimaisuus -terveellinen ja turvallinen ruoka -eläinten hyvinvointi -vertailu

Tunteisiin vetoaminen ja arvojen käyttäminen argumentaatiokeinona esiintyy vahvasti lähi- ja luomuruokaan liittyvissä puheissa. Toisaalta argumentaatiokeinot menevät aineistoissa paljolti päällekkäin, eikä varsinkaan arvoja käytetä yhtenä ainoana argumentaatiokeinona. Arvot vaativat rinnalleen muita perusteluaineistoja, joko useampia arvoja tai järkeen vetoamista.

5 PÄÄTÄNTÖ

Pro gradu -tutkielmani aiheena on ruoka ja siihen liittyvät perustelukeinot. Tutkin, kuinka eri toimijaryhmät perustelevat näkemyksensä lähi- ja luomuruoasta. Nämä toimijaryhmät ovat pientuottajat, tiedotusvälineet ja kuluttajat. Pientuottajien näkökulma muodostuu lähi- ja luomuruoan tuottajien verkkosivuista, tiedotusvälineiden näkökulma verkkouutisoinnista ja kuluttajien näkökulma. Tällä tavoin on mahdollista muodostaa mahdollisimman monipuolinen tutkimus ruoka-aiheesta.

Ruoka on olennainen osa jokaisen elämää ja ruoan suhteen tehdään usein erilaisia valintoja. Sinänsä lähi- ja luomuruoan ostaminen on jo itsessään arvovalinta. Ruoan kulutus on täynnä valintoja, ja valintojen tekeminen esimerkiksi kaupassa kertoo kuluttajan arvomaailmasta. Toiset arvostavat luomuruokaa, toiset kasvisruokaa, toiset taas lihaa. Tutkimusta tehdessä oli mielenkiintoista pohtia ruokaan liittyviä asenteita, ja millä tavoin ne eroavat eri toimijaryhmissä.

Tutkimukseni viitekehyksenä ollut retoriikka ja argumentointikeinot sopivat aineistoon hyvin. Vaikka aineisto olikin eriävää; verkkosivut, verkkouutiset sekä keskusteluviestit, oli aineistosta löydettävissä mielenkiintoisia tutkimustuloksia. Koska retoriikka on vanha tutkimuskeino, koin tarpeelliseksi paneutua retoriikan historiaan sekä digitaaliseen retoriikkaan. Tutkimusaineistoni koostuu pelkästään verkossa olevasta aineistosta, joten digitaalisen retoriikan näkökulma on erittäin tärkeä. Vaikka retoriset keinot ovat antiikin ajoista asti säilyneet samana, mahdollistaa digitaalisuus vuorovaikutuksen ja retoristen keinojen käyttämisen verkossa ajasta ja paikasta riippumatta. Samalla on tärkeää muistaa kriittinen medialukutaito. Kaikkea verkossa näkemäänsä, erityisesti keskustelupalstoilla, ei pidä uskoa.

Eniten tutkimusaineistostani nousivat esiin arvoihin ja auktoriteettiin vetoavat keinot. Aluksi oli oletettavaa, että pientuottajien näkökulmasta lähi- ja luomuruoasta nostetaan esiin positiivisia asioita ja arvoja. Perustelukeinot pientuottajien verkkosivuilla olivatkin paljolti tunteisiin vetoavia. Pientuottajat haluavat tiettyjen arvojen kautta nostaa esiin omaa ainutlaatuisuuttaan verrattuna tavanomaisiin tuottajiin tai massatuotantoon.

Tiedotusvälineissä nousi auktoriteettiin vetoaminen vahvasti esiin. Verkkouutisissa vedottiin erityisesti tutkimustuloksiin, laatumerkintöihin ja asiantunteviin henkilöihin. Uutisten tarkoituksena on tuottaa faktoihin perustuvaa tekstiä, joten eri auktoriteetteihin vetoaminen antaa uutisoinnissa monipuolisen näkökulman uutisoitavalle aiheelle. Kuluttajien keskusteluviesteissä nousivat esiin kuluttajien omat kokemukset lähi- ja luomuruokaan liittyvissä asioissa. Kuluttajat perustelevat omat näkemyksensä pääosin tunteisiin vetoamalla, eikä järkeen vetoamisen keinoja juuri käytetä. Suurilta osin kuluttajat arvioivat lähi- ja luomuruokaa kriittisestä näkökulmasta, sillä sitä ei koeta esimerkiksi terveysvaikutuksiltaan tavanomaista ruokaa paremmaksi.

Toimijaryhmänä tiedotusvälineiden asema on mielenkiintoinen, sillä pientuottajat ja kuluttajat eivät ole ”samalla viivalla” yhdessä tiedotusvälineiden kanssa. Tiedotusvälineitä ei voi ajatella samanlaisena ihmisryhmänä kuin pientuottajia tai kuluttajia. Lisäksi on muistettava, että tutkimuksessa määritellyt toimijaryhmät ovat vain tiettyjä rooleja, jotka voivat olla myös päällekkäisiä. Esimerkiksi pientuottajat ja tiedotusvälineiden toimittajat ovat omalta osaltaan kuluttajia.

Verkkokeskustelujen kommentointia tutkittaessa viestien tulkinta saattaa olla hankalaa. Välillä on jopa mahdotonta sanoa, onko kommentin kirjoittaja tosissaan vai haluaako hän tahallaan ärsyttää kanssakeskustelijoita. Kommenttivistien ymmärtäminen saattaa siis olla monitulkintaista. Aineistoa etsiessäni huomasin, kuinka selkeästi tietyt aiheet ovat viime vuosina keskusteluissa olleet esillä. Koska halusin mahdollisimman tuoretta tutkimusaineistoa, rajasin oman aineistoni vuosille 2015–2017. Luomuruokakeskusteluja löytyi kuitenkin runsaasti vuosilta 2013 ja 2014, jolloin luomuruoka on selkeästi ollut pinnalla puhtaautensa vuoksi. Monissa keskusteluissa vertailtiin geenimanipuloitua ruokaa sekä luomuruokaa.

Koen, että oma tutkimukseni on tärkeä ruokaan liittyvän aiheen myötä. Digitaalinen aineisto antaa tutkimukselle hyvän mahdollisuuden tarkastella ruoka-aihetta nykyaikaisesta näkökulmasta. Ihmiset viettävät verkossa aikaa yhä enemmän, joten on tärkeää tutkia, millä tavoin ruoka aiheena esiintyy digitaalisessa ympäristössä. Tutkimustani voisi laajentaa esimerkiksi vertailemalla ruokaan liittyvää keskustelua

verkkoympäristössä, kuten esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, ja painetussa muodossa, kuten esimerkiksi sanomalehdissä.

Käsitteenä lähiruoka osoittautui hankalaksi. Vaikka Suomi on melko pieni maa, on alueelliset erot silti huomattavia. Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla lähiruoka tulee luonnollisesti kauempaa kuin vaikkapa taas pienemmällä paikkakunnilla, joilla maataloutta löytyy runsaasti. Monissa tieteellisissä tutkimuksissa lähiruoka määriteltiin hieman eri tavoin. Toisille lähiruoka on 50 kilometrin säteellä tuotettua, kun taas toisille kaikki Suomessa tuotettu ruoka on lähiruokaa. Lisäksi lähiruoka eroaa käsitteenä luomuruoassa, sillä luomuruoan tuotantoon vaikuttavat tiukasti valvotut säännökset.

Ruokaan liitetään monia ominaisuuksia ja arvoja, joiden avulla ihmiset tekevät ruokavalintansa. Tutkimukseni kannalta tärkeitä ruokaan liitettäviä asioita ovat syömisen sosiaalisuus, ruoan terveellisyys ja turvallisuus. Lisäksi ympäristötekijät ovat tärkeitä ruoan kannalta. Tärkeässä asemassa suomalaisen ruokakulttuurin näkökulmasta ovat ruoantuottajat. Ilman kotimaista ruoantuotantoa ei olisi kotimaista ruokaa. Siksi olisikin tärkeää, että suomalaiset kuluttajat arvostaisivat kotimaista ruokaa.

Usein ruoan suhteen on erilaisia kausia, jolloin tietynlainen ruoka tai ruokavalio ovat pinnalla. Vuonna 2017 ruokakeskusteluissa tuntuvat olevan valloillaan kasvis- ja vegaaniruokat. Tämän huomaa niin television ohjelmatarjonnassa kuin päivittäistavarakauppojen hyllyjen lisääntyneessä ruokavalikoimassa. Lähi- ja luomuruoka ovat edelleen tärkeitä aiheita, mutta samanlaista keskustelua niistä ei käydä. Lähi- ja luomuruoka eivät herätä samanlaista tunteiden paloa kuin esimerkiksi kasvis- ja vegaaniruokavalio. Ruoka on kuitenkin tärkeä puheenaihe niin Suomessa kuin maailmalla. Kuitenkaan lähi- ja luomuruoasta ei ole noussut esiin samanlaisia kampanjoita kuten kasvisruokavalioon liittyvä Vegaanihaaste. Vaikka kasvisruokavalio on tällä hetkellä suosittu trendi, uskon sen olevan pysyvä muutos.

Lähi- ja luomuruoan tulevaisuutta on vaikea ennustaa. Tutkimukseni analyysissa osoittautui, että suurin osa kuluttajista ostaa ruokansa muun kuin paikallisuuden tai luonnonmukaisuuden vuoksi. Pientuottajat taas antavat verkkosivujensa kautta

ymmärtää, että lähi- ja luomuruoka ovat ainoa vaihtoehto silloin, kun puhutaan eläinten hyvinvoinnista, massatuotannon vastustamisesta ja ympäristöstä huolehtimisesta. Nämä arvot varmasti vetoavat tiettyyn kohderyhmään, mutta asenteiden muuttuminen ruokaa kohtaan vaatii muutakin kuin pientuottajien äänen. Ympäristön kannalta ajatellen erityisesti lähiruokaan siirtyminen olisi kannattavaa, sillä osa päästöistä aiheutuu ruoan kuljetuksesta.

Uudenlaisia tapoja tuottaa ruokaa kehitellään jatkuvasti, muun muassa erilaiset sirkkatuotteet ovat Suomessa tulleet markkinoille. Koska ruokaa tarvitaan jatkuvasti, on uudenlaisia ruoantuotannon tapoja kehitettävä. Omat vaikeutensa ruoantuotannolle luovat maapallon muuttuvat olosuhteet. Tätä tutkimusta tehdessäni kuitenkin opin, että monella ruokaan liittyvällä asialla on niin hyvät kuin huonot puolensa. Ruokaan liittyvät asiat ovat ristiriitaisia, eikä yhtä ainoaa oikeaa vastausta välttämättä ole.

LÄHTEET

- Ainiala, Terhi, Minna Saarelma & Paula Sjöblom (2008). *Nimistöntutkimuksen perusteet. Tietolipas 221*. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden seura.
- Antila, Katja (2008). *Pysäytä ilmastonmuutos. Suomalaisen arjen valintoja*. Helsinki: Edita.
- Blomsted, Jan (2003). *Retoriikkaa epäilijöille*. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Elintarviketeollisuusliitto (2016). Lausunto 12.3.2013. [Lainattu 17.10.2016]. Saatavilla: http://www.etl.fi/media/aineistot/lausunnot/2013/hallituksen_lahiruokaohjelma_mmm.pdf
- Elintarviketeollisuusliitto (2018). Kotimaisia ruokia ja juomia arvostetaan Suomessa yhä enemmän. [Lainattu 4.3.2018]. Saatavilla: <http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2016/kotimaisia-ruokia-ja-juomia-arvostetaan-suomessa-yha-enemman.html>
- ETT (2016). Eläinten terveys. [Lainattu 14.10.2016]. Saatavilla: http://www.ett.fi/tarttuvat_taudit/nautojen_tarttuvat_taudit/bse
- Evira (2017a). Luomu. [Lainattu 9.2.2017]. Saatavilla: <https://www.evira.fi/yhteiset/luomu/>
- Evira (2017b). Terveyttä edistävä ruokavalio. [Lainattu 4.3.2017] Saatavilla: <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/terveytta-edistava-ruokavalio/ravitsemussuosituks>
- Eyman, Douglas (2015). *Digital Rhetoric. Theory, Method, Practice*. San Francisco: University of Michigan Press.
- Franklin, Adrian (1999). *Animals and modern cultures. A Sociology of human-animal relations in modernity*. London: Sage.
- Haapanen, Pirkko (1996). Roomalaisten korkein taito. Johdanto antiikin retoriikkaan. Teoksessa: Kari Palonen ja Hilikka Summa (toim.). *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino. 23–50.
- Hakala, Juha (2001). Menetelmällisiä koetuksia. Teoksessa: Aaltola, Juhani & Raine Valli (toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy. 10–23.

- Harakka, Terttu & Maria Eronen-Valli (2017). Retoriikka – Viestinnällistä vaikuttamista antiikista digiin. Teoksessa: Eveliina Salmela (toim.). *Näkökulmia viestintätieteisiin*. Valintakoeaineisto 2017. [online]. Vaasa: Vaasan yliopisto. [Lainattu 4.9.2017]. 18–31. Saatavilla: https://www.univaasa.fi/midcom-static/blobs/1/1e715fc2812183a15fc11e78048cfba62ce1ef61ef6_valintakoeaineisto2017.pdf
- Herring, Susan (2001). Computer-Mediated Discourse. Teoksessa: Deborah Tannen, Deborah Schiffrin & Heidi Hamilton (toim.). *Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell. 612–634.
- Holliman, Geraint & Jennifer Rowley (2014). Business to business digital content marketing: marketer’s perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*. 8: 4, 269–293.
- Hurre, Matti (2003). Viljanviljelyn varhaisvaiheet. Teoksessa: Viljo Rasila, Eino Jutikkala & Anneli Mäkelä-Alitalo (toim.). *Suomen maatalouden historia 1. Perinteisen maatalouden aika. Esihistoriasta 1870-luvulle*. Jyväskylä: Gummerus. 19–34.
- IFOAM (2017). Principles of Organic Agriculture. [Lainattu 9.2.2017]. Saatavilla: <http://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>
- Isoniemi, Merja, Johanna Mäkelä, Anne Arvola, Sari Forsman-Hugg, Piritta Lampila, Jaana Paanen & Katariina Roininen (2006). *Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoosta*. [online]. [Lainattu 13.2.2017]. Saatavilla: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152256/Kuluttajien_ ja_kunnallisten_paattajien_nakemyksia_lahi_ ja_luomuruoosta.pdf?sequence=1
- Jokinen, Arja (1999). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa: Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (toim.). *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino. 126–159.
- Jones, Steve (1999). Studying the Net. Intricacies and Issues. Teoksessa: Steve Jones (toim.). *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks: Sage. 1–28.
- Joronen, Suvi (2009). Arvot vastuullisuuden merkityksellistäjinä arjen kulutustavoissa. Teoksessa: Visa Heinonen, Eliisa Kylkilähti, Hanna Leipämaa-Leskinen, Juha Nurmela, Elina Närvänen & Petteri Repo (toim.). *Kulutustutkimus.nyt*. [online]. Kulutustutkimuksen Seura Ry. [Lainattu 4.3.2018]. 52–70. Saatavilla: <http://www.kulutustutkimus.net/?p=885>

- Kahl, Johannes, Ton Baars, Susanne Bühl, Nicolaas Busscher, Machteld Huber, Daniel Kusche, Ewa Rembialkowska, Otto Schmid, Kathrin Seidel, Bruno Tapier-Letage, Alberta Velimirov & Aneka Załęcka (2012). Organic Food Quality: a framework for concept, definition and evaluation from European perspective. *Journal of the Science of Food and Agriculture*. 92: 14. 2760–2765.
- Kakkuri-Knuuttilla, Marja-Liisa (1994). *Puhetaito. Mitä mestaripuhujan tulee tietää*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja.
- Kakkuri-Knuuttilla, Marja-Liisa (2000a). Johdanto: Argumentoinnin mestari tuntee taitonsa. Teoksessa: Marja-Liisa Kaakkuri-Knuuttilla (toim.). *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. 3. painos. Helsinki: Gaudeamus. 15–22.
- Kakkuri-Knuuttilla, Marja-Liisa (2000b). Retoriikka. Tutkimuksen rakenne ja arviointi. Teoksessa: Marja-Liisa Kaakkuri-Knuuttilla (toim.). *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. 3. painos. Helsinki: Gaudeamus. 233–270.
- Kakkuri-Knuuttilla, Marja-Liisa & Ipo Halonen (2000). Argumentaatioanalyysi ja hyvän argumentin ehdot. Teoksessa: Marja-Liisa Kaakkuri-Knuuttilla (toim.). *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. 3. painos. Helsinki: Gaudeamus. 60–113.
- Kakriäinen, Salla, Tuija Mononen & Tiina Silvasti (2006). Luomutuotteiden kuluttamisen motiivit Suomessa ja Saksassa. Teoksessa: Tuija Mononen & Tiina Silvasti (toim.). *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus. 131–155.
- Karvonen, Erkki (1999). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kesko (2015). Lähiruokatreffit onnistuivat kaupassa. [Lainattu 6.3.2017]. Saatavilla: <http://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2015/lahiruokatreffit-onnistuivat-kaupassa/>
- Kytömäki, Katja (2012). *Argumentaatio Ajankohtaisen kakkosen Homoillassa*. Julkaisematon nykysuomen pro gradu -tutkielma. Vaasan yliopisto.
- Laaksonen, Salla-Maaria & Janne Matikainen (2013). Tutkimuskohteena vuorovaikutus ja keskustelu verkossa. Teoksessa: Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka (toim.). *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tampere: Vastapaino. 9–33.
- Luke (2017). Tuotantosuunnat. [Lainattu 9.2.2017]. Saatavilla: <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/taloustohtori/rakennekehitys/aikasarja/tuotantosuunnat>

- Luomubarometri (2012). [Lainattu 9.2.2017]. Saatavilla: <http://proluomu.fi/wp-content/uploads/2012/10/Luomubarometri-2012-Kuule-Oy-Rapotti.pdf>
- Luomuliitto (2017). Ruokapiirit. [Lainattu 6.3.2017]. Saatavilla: <http://www.luomuliitto.fi/luomutuotteet/ruokapiirit/>
- Lupton, Deborah (1996). *Food, body and the self*. London: Sage.
- Maa- ja metsätalousministeriö (2016). Lähiruokaa – totta kai! [Lainattu 17.10.2016]. Saatavilla: <http://mmm.fi/lahiruoka>
- Majan luomutila (2017). [Lainattu 15.1.2017]. Saatavilla: <https://majantila.wordpress.com/>
- Merivuoren Puutarha (2017). [Lainattu 15.1.2017]. Saatavilla: <http://merivuorenpuutarha.blogspot.fi/>
- Mononen, Tuija (2006). Yhteiskuntatieteellisen elintarvike tutkimuksen linjoja. Teoksessa: Tuija Mononen & Tiina Silvasti (toim.). *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus. 26–52.
- Mononen, Tuija (2008). *Luomun verkostot – Tutkimus suomalaisen luomutuotannon toimijaverkostojen muutoksesta*. [online]. Joensuu: Joensuun yliopisto. [Lainattu 2.2.2017]. Saatavilla: http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-219-083-3/urn_isbn_978-952-219-083-3.pdf
- Mononen, Tuija & Tiina Silvasti (2006). Johdanto: näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen. Teoksessa: Tuija Mononen & Tiina Silvasti (toim.). *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen*. Helsinki: Gaudeamus. 9–25.
- Montanari, Massimo (2006). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- MTK (2016). Luomutuotanto. [Lainattu 13.10.2016]. Saatavilla: https://www.mtk.fi/maatalous/luomutuotanto/fi_FI/mita_luomu_on/
- MTV (2015). Oikeutta eläimille julkaisi videoita teurastamoilta – eläimiä rääkätään ennen lopettamista. [Lainattu 2.2.2017]. Saatavilla: <https://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/oikeutta-elaimille-julkaisi-videoita-teurastamoilta-elaimia-raakataan-ennen-lopettamista/5516956#gs.GDnzBo0>
- Mäkelä, Johanna (1990). *Luonnosta kulttuuriksi, ravinnosta ruoaksi. Neljä näkökulmaa ruoan sosiologiaan*. Jyväskylä: Nykykulttuurin tutkimusyksikkö.

- Mäkelä, Johanna (2000). Hyvä ruoka ja paha ruoka. Teoksessa: Tommi Hoikkala & J.P. Roos (toim.). *2000-luvun elämä. Sosiologia teorioita vuosikymmenen vaihteesta*. Helsinki: Gaudeamus. 201–217.
- Mäkelä, Johanna, Päivi Palojoki & Merja Sillanpää (2003). *Ruisleivästä pestoon. Näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin*. Helsinki: WSOY.
- Nielsen, Jakob (2000). *WWW-suunnittelu*. Helsinki: Edita.
- Nilsson, Mats-Eric & Henrik Ennart (2010). *Vaara vaanii kattilassa. Miksi pelkäämme aitoa ruokaa? (Döden i grytan – Om vår rädsla oförfalskad mat, kääntänyt Riikka Toivanen)*. Helsinki: Atar Kustannus Oy.
- Niva, Mari, Johanna Mäkelä & Sanna Piironen (2003). *Kotimaisia marjoja ja kasvistanoleja. Terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyden Suomessa*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Paasonen, Susanna (2014). Juhannustanssien nopea roihu ja Facebook-keskustelun tunneintensiteetit. *Media & viestintä*. [online]. 37:4 [Lainattu 20.10.2017]. 22–39. Saatavilla: <http://mediaviestinta.fi/blogi/juhannustanssien-nopea-roihu/>
- Palonen, Kari & Hilikka Summa (1996). Johdanto: Retorinen käänne. Teoksessa: Kari Palonen ja Hilikka Summa (toim.). *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino. 7–22.
- Perelman, Chaïm (1996). *Retoriikan valtakunta. (L'empire rhétorique. Rhétorique et argumentation, kääntänyt Leevi Lehto)*. Tampere: Vastapaino.
- Perelman, Chaïm & Lucie Olbrechts-Tyteca (1971). *The New Rhetoric – A Treatise on Argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Ruokaa Suomesta (2018). [Lainattu 17.2.2018]. Saatavilla: <https://ruokaasuomesta.fi/>
- Ruokatieto (2016). [Lainattu 14.10.2016]. Saatavilla: <http://www.ruokatieto.fi/ruokafakta/elintarviketietoasetus-selkea-kasitys-ostettavasta-ruuasta>
- Salmi, Leena (2014). Digitaalisen vuorovaikutuksen terminologiasta. Teoksessa: Marja-Liisa Helasvuo, Marjut Johansson & Sanna-Kaisa Tanskanen (toim.). *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 177–184.
- Silvasti, Tiina & Tuija Mononen (2001). *Ruoka liikkeessä*. [online]. [Lainattu 4.3.2018]. Saatavilla: <http://www.stakes.fi/yp/2001/1/011silvasti.pdf>
- Sireni, Maarit (2007). *Vaihtoehtoista ruoantuotantoa kehittämässä: analyysi maakunnallisista elintarvikestrategioista*. Joensuu: Joensuun yliopisto.

- S-Kanava (2017). Tahtoo lisää lähiruokaa. [Lainattu 13.2.2017]. Saatavilla: https://www.s-kanava.fi/uutinen/tahtoo-lisaa-lahiruokaa/675657_384136
- Slevin, James (2000). *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press.
- Standage, Tom (2009). *Ihmiskunnan syötävä historia. (An Edible History of Humanity, kääntänyt Leena Teirioja)*. Helsinki: Into Kustannus.
- Summa, Hilikka (1996). Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa: Kari Palonen ja Hilikka Summa (toim.). *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino. 51–84.
- Suomi24 (2017). [Lainattu 2.2.2017]. Saatavilla: <https://www.suomi24.fi/>
- Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (2017). Ravitsemussuositukset. [Lainattu 4.3.2017]. Saatavilla: <https://thl.fi/fi/web/elintavat-ja-ravitsemus/ohjeet-ja-suositukset/suositukset-ja-toimenpideohjelmat>
- Yle (2017). Uutiset. [Lainattu 2.2.2017]. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset>
- Ylikoski, Petri (2000). Kuinka argumentti voi epäonnistua? Teoksessa: Marja-Liisa Kakkuri-Knuuttila (toim.). *Argumentti ja kritiikki. Lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot*. 3.painos. Helsinki: Gaudeamus. 158–175.
- Valtonen, Päivi (2012). *Abiturientti uutistoimittajana*. Turku: Juvenes Print.
- Virsu, Ville (2014). ”Meillä arvot ovat arkipäivää”. Teoksessa: Marja-Liisa Helasvuo, Marjut Johansson & Sanna-Kaisa Tanskanen (toim.). *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 127–148.
- Weinberg, Matt (2016). 33 photos of Facebook's rise from a Harvard dorm room to world domination. Business Insider. [Lainattu 3.3.2018]. Saatavilla: <http://www.businessinsider.com/facebook-history-photos-2016-9?r=US&IR=T&IR=T/#facebook-got-its-start-at-harvards-kirkland-housedormitory--the-same-dorm-that-wallace-shawn-who-played-vizzini-in-the-princess-bride-and-the-voice-of-toy-stories-rex-lived-in-during-his-harvardyears-1>
- WWF (2018). Lihaopas. [Lainattu 17.2.2018]. Saatavilla: <https://wwf.fi/lihaopas/>

Liite 1. Pientuottajien verkkosivut

TILAN NIMI	SIJAINTI	TUOTANTO	WWW-OSOITE
Antilan luomupihvit	Pirkanmaa	Liha	http://www.antilanluomupihvit.com/
Frejagård	Pohjanmaa	Viljat	www.frejagard.fi/findex.htm
Husulan Puutarha	Päijät-Häme	Salaatit ja yrtit	www.husulanpuutarha.fi
Jaakkolan Omenatila	Päijät-Häme	Hedelmät	www.jaakkolanomenatila.fi
Jussilan Luomutila	Kanta-Häme	Liha	www.jussilanluomutila.webs.com
Juvan Muumaa	Etelä-Savo	Maitotuotteet	www.muumaa.fi
Lampisen Luomutila	Pirkanmaa	Viljat	www.lampisenluomutila.blogspot.fi
Mansikkatila Pekkala	Päijät-Häme	Marjat	www.kolumbus.fi/mansikkatila.pekkala
Meinikkalan Tila	Varsinais-Suomi	Vihannekset ja juurekset	www.meinikkalantila.com
Merivuoren Puutarha	Varsinais-Suomi	Vihannekset ja juurekset	www.merivuorenpuutarha.blogspot.fi
Mäkelän Highland	Pohjois-Savo	Liha	www.makelanhighland.fi
Nevalan Maatila	Pohjois-Savo	Liha	www.nevalanmaatila.fi
Oksasen Puutarha	Varsinais-Suomi	Salaatit ja yrtit	www.oksasenpuutarha.fi
Ollilan Tila	Pohjois-Savo	Maitotuotteet	www.ollilantila.fi
Peltosirkun tila	Kanta-Häme	Marjat	www.peltosirkuntila.fi
Pohjosahontila	Keski-Suomi	Liha	www.pohjosahontila.fi
Siimeksen Luomutila	Varsinais-Suomi	Viljat	www.siimes.net
Taatilan maatila	Keski-Suomi	Vihannekset ja juurekset	www.taatilanmaatila.fi
Tervakankaan Marjatila	Pohjois-Pohjanmaa	Marjat	www.tervakankaanmarjatila.com
Tohijärven Luomutila	Kanta-Häme	Vihannekset ja juurekset	www.tohijarvenluomu.fi

Liite 2. Lähi- ja luomuruokautiset

1. Reko-lähiruokaa kylmässä ja pimeässä – tilaajat vähenevät nopeasti 21.12.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9361290>
2. Ruotsista uutta toivoa hiipuneelle lähiruokapiirille – ”Kyselyitä tullut myös Kreikasta ja Italiasta” 21.12.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9365489>
3. Uusi konsti lähiruoan markkinointiin – Etelä-Savo ottaa käyttöön eurooppalaisen D.O.-alkuperämerkinnän 29.11.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9322694>
4. Marketit haluavat myyntiin lähiruokaa – valtaosa tuotteista putoaa pois valikoimista parissa vuodessa 23.11.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9306919>
5. Marketit jyräsivät torikauppiat jo vuosikymmeniä sitten – ”Kuluttajan kohtaamiseen mainio paikka” 10.11.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9278921>
6. Maataloustuottajien oma verkkokauppa on käynnistynyt kangerrellen 28.10.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9255923>
7. Lähiruoan verkkokauppa laajeni vuodessa valtakunnalliseksi 11.10.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9221523>
8. Pienviljelijät innostuneet lähiruokarenkaasta – tuntiansio jopa 15 euroa 10.10.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9215980>
9. Missä syödään kotimaista, missä tuontiruokaa? Tältä näyttää ruoka-Suomi 21.7.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9036152>
10. Oman maakunnan ruuasta ollaan valmiita maksamaan enemmän – kunhan se on todella hyvää 18.7.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9032711>
11. WWF julkaisi Lihaoppaan: Kotimainen tehotuotettu sianliha ja broileri vältettävien listalla, luomua voi syödä kohtuudella 7.2.2017 <http://yle.fi/uutiset/3-9445253>
12. Lihantuottajat WWF:n oppaasta: Tehokkaasti tuotettu liha on luomua parempi ympäristölle 7.2.2017 <http://yle.fi/uutiset/3-9446063>
13. Ruokavalinnat viestivät arvoista – luomun kuluttaja on epäitsekäs ja aito ihminen? 17.1.2017 <http://yle.fi/uutiset/3-9408443>
14. Tulli valvoo tuontiluomua pistokokein: 5-10 prosenttia testatuista tuotteista kärehtää 11.12.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9311802>
15. Väitös: Luomun tiedotusta lisättävä – ”Yllättävän moni luulee kaikkea ruokaa luomuksi” 20.10.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9241520>
16. Luomun myynti kasvaa pikavauhtia – näitä tuotteita ostetaan eniten 6.10.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9209222>

17. Luomulihatilallinen kyllästyi keskusteluun: ”Halpaa, halpaa ja halpaa” 4.8.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9070553>

18. Kannattavuus heikentynyt luomutiloilla – tuottajien määrä silti yhä kasvussa 21.7.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-9035463>

19. Luomutuottajat ennakoivat kovaa kasvua 13.6.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-8948854>

20. Suomen kaikki metsät halutaan luomuksi – ”Marja on ihan sama oli se luomusertifioitu tai ei” 9.6.2016 <http://yle.fi/uutiset/3-8940542>

Liite 3. Lähi- ja luomuruokakeskustelut

OTSIKKO	AIHE	VIESTI-MÄÄRÄ	ALOITUS-PÄIVÄ	WWW-OSOITE
Putinille savolaista lähiruokaa	Lähiruoka	9	25.7.2017	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14936996/putinille-savolaista-lahiruokaa
Eettinen ruoka/puhdas ruoka/lähiruoka	Lähiruoka	9	9.2.2017	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14719098/eettinen-ruokapuhdas-ruoka-lahiruoka
Ylpeänä sanon	Lähiruoka	24	8.9.2016	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14465071/ylpeana-sanon
Lähiruokaa vaaditaan käyttöön	Lähiruoka	2	4.6.2016	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14315142/lahiruokaa-vaaditaan-kayttoon
LÄHIRUOKAAKO	Lähiruoka	11	6.1.2016	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14047601/lahiruokaako
Saako Suomesta puhdasta luomuruokaa?	Luomuruoka	3	7.7.2017	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14917779/saako-suomesta-puhdasta-luomuruokaa
Luomuravinto paransi minut!	Luomuruoka	4	28.6.2017	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14907459/luomuravinto-paransi-minut!
Arlalta tulossa pian halpaa luomumaitoa	Luomuruoka	9	31.1.2017	https://keskustelu.suomi24.fi/t/14705633/arlalta-tulossa-pian-halpaa-luomumaitoa-
Luomuruoka sisältää huuhaata	Luomuruoka	16	11.8.2015	https://keskustelu.suomi24.fi/t/13741167/luomuruoka-sisaltaa-huuhaata
miten valistaa	Luomuruoka	8	31.3.2015	https://keskustelu.suomi24.fi/t/13515601/miten-valistaa