

**VAASAN YLIOPISTO
KAUPPATIETEELLINEN TIEDEKUNTA
MARKKINOINTI**

Virpi Itävaara

**KULUTTAJIEN SUHTAUTUMINEN ELINTARVIKKEIDEN
LISÄAINEISIIN**

Markkinoinnin
pro gradu -tutkielma

VAASA 2013

SISÄLLYSLUETTELO

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO	5
1. JOHDANTO	9
1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	11
1.2. Tutkimusote ja näkökulma	11
1.3. Tutkimuksen rakenne	12
2. NÄKÖKULMIA LISÄAINEISIIN JA RUOAN TURVALLISUUTEEN	16
2.1. Toimijoiden näkemyksiä lisäaineista	16
2.1.1. Lainsäädännöllinen näkemys	17
2.1.2. Valmistajien näkemys	20
2.1.3. Ravitsemusasiantuntijoiden näkemys	22
2.1.4. Median rooli	24
2.2. Ruoan turvallisuuden ulottuvuudet	28
2.2.1. Kuluttajien suhtautuminen ruoan riskeihin	30
2.2.2. Kuluttajien luottamus toimijoihin	35
2.3. Lisäainekeskustelun teemoja	39
2.3.1. Lisäaineet turvallisuustekijänä vai riskinä?	40
2.3.2. Lisäaineet terveyden edistäjänä vai uhkana?	44
2.3.3. Etiketit lisäaineinformaation lähteenä	47
2.3.4. Luotetaanko saatuun informaatioon?	50
2.4. Lisäaineet ruoan turvallisuuskontekstissa	54
3. TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT	59
3.1. Tutkimusmenetelmänä ryhmäkeskustelu	59
3.2. Aineiston hankinta ja kuvaus	61
3.3. Tutkimusaineiston analyysimenetelmät	66
3.4. Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	67
4. LISÄAINEIDEN MERKITYKSELLISTYMINEN	70
4.1. Ruoan turvallisuuteen liitetyt merkitykset	71
4.1.1. Lisäaineiden koettu turvallisuus	75
4.1.2. Lisäaineiden terveellisyys	78

4.1.3. Lisäaineinformaation lähteet	81
4.1.4. Informaation koettu luotettavuus	84
4.2. Lisäaineiden merkityksiin liitetyt ristiriidat	89
5. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	94
LÄHDELUETTELO	100
LIITTEET:	
Liite 1. Elintarvikkeiden lisäaineryhmät	110
Liite 2. Ryhmäkeskustelijoiden perustiedot	111
Liite 3. Keskustelurunko	112
Liite 4. Keskusteluissa käytetty materiaali	114

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1. Tutkimuksen rakenne ja hermeneuttinen kehä	14
Kuvio 2. Sanomat ja merkitykset	25
Kuvio 3. Ruoan turvallisuus	29
Kuvio 4. Informaatiolähteet ruoan turvallisuuskäsitysten muodostumisessa	32
Kuvio 5. Kolme keskeistä ilmiötä kuluttajien riskin kokemisessa	33
Kuvio 6. Kuluttajien luottamukseen vaikuttavat tekijät ruoan informaation suhteen	35
Kuvio 7. Lisäaineiden turvallisuus vs. niiden aiheuttama uhka turvallisuudelle	43
Kuvio 8. Terveyttä edistävät lisäaineet vs. lisäaineet terveysuhkana	47
Kuvio 9. Etikettien positiivisia ja negatiivisia ominaisuuksia	50
Kuvio 10. Kuluttajien kokema luottamus informaatiota kohtaan	53
Kuvio 11. Lisäaineet ruoan turvallisuuden kontekstissa	57
Kuvio 12. Ruoan koettu turvallisuus	74
Kuvio 13. Lisäaineiden koettu turvallisuus	74
Kuvio 14. Lisäaineiden koettu terveellisyys	80
Kuvio 15. Etiketit lisäaineinformaation lähteenä	84
Kuvio 16. Luottamus lisäaineinformaation lähteisiin	88
Kuvio 17. Lisäaineisiin liitettyjä ristiriitoja	92
Taulukko 1. Luottamus ruoan turvallisuuteen maittain (%)	30
Taulukko 2. Eurooppalaisia kuluttajia huolestuttavat kysymykset ruoan turvallisuuteen liittyen	31

VAASAN YLIOPISTO**Kauppateellinen tiedekunta**

Tekijä:	Virpi Itävaara
Tutkielman nimi:	Kuluttajien suhtautuminen elintarvikkeiden lisäaineisiin
Ohjaaja:	Pirjo Laaksonen
Tutkinto:	Kauppateiden maisteri
Laitos:	Markkinoinnin laitos
Oppiaine:	Markkinointi
Aloitusvuosi:	2007
Valmistumisvuosi:	2013
Sivumäärä:	116

TIIVISTELMÄ

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on rakentaa ymmärrystä siitä, miten lisäaineet merkityksellistyvät kuluttajille. Fenomenologis-hermeneuttiselle tieteenfilosofialle ominaisella tavalla pyrittiin tulkinnan kautta lisäämään ymmärrystä ruoan turvallisuuden ja lisäaineisiin liittyvästä merkityskentästä, sekä sieltä mahdollisesti nousevista ristiriidoista.

Tutkielmassa lähestytään aihetta luomalla esiymmärrystä eri toimijoiden käymästä lisäainekeskustelusta. Teoreettisessa viitekehysessä rakennetaan esiymmärrystä myös ruokaan liittyvän turvallisuuden merkityksellisyydestä kuluttajille, minkä avulla luodaan valmius ymmärtää empiriassa kuluttajien tulkintaa niin lisäainekeskustelusta kuin itse lisäaineistakin.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena ja se koostui ryhmäkeskusteluista. Keskusteluihin osallistui ruoasta ja sen turvallisuudesta kiinnostuneita kuluttajia, ja aineistoa tarkasteltiin sisällönanalyysiä hyödyntäen. Aineiston avulla pyrittiin ymmärtämään, millaisia merkityksiä lisäaineet saavat ruoan turvallisuuden kontekstissa. Lisäksi tavoitteena oli ymmärtää, millaisia ristiriitoja mahdollisesti löytyy kuluttajien lisäaineisiin liittämistä merkityksistä.

Empiirisen tutkimuksen kautta havaittiin, että lisäaineista muodostuu moniulotteinen merkitysten kenttä, jonka arvioinneissa nousevat selkeästi esiin yksilölliset erot. Erityisesti medially havaittiin olevan merkittävä rooli sen suhteen, millaisia merkityksiä lisäaineisiin liitetään. Tutkimus osoitti kuluttajien asenteissa ja käytöksessä piilevän ristiriidan, joka oli vahvasti yhteydessä lisäaineisiin suhtautumisessa. Usein syynä näihin ristiriitoihin olivat lisäaineisiin liitetyt ennakkoluulot. Tutkimus lisäsi ymmärrystä kuitenkin myös siitä, että yleensä ristiriitoihin löydetään ratkaisu muuttamalla ajattelutapaa tai käyttäytymismallia.

AVAINSANAT: lisäaineet, elintarviketurvallisuus, kuluttajakäyttäytyminen

1. JOHDANTO

Ruoan turvallisuus herättää huolestuneisuutta kuluttajissa, ja ihmiset ovat selvästi kiinnostuneita siihen liittyvistä kysymyksistä. Viime vuosina kuluttajat ovat tulleet varovaisiksi ruoan turvallisuuden suhteen, erityisesti BSE:n maailmanlaajuisen leviämisen vuoksi (Aoki, Shen & Saijo 2010: 433). Usein ihmisten huolet näkyvät henkilökohtaisena päätöksenä välttää tiettyjä ruokia tai valmistustekniikoita. Toiset taas ovat valmiita maksamaan enemmän, jos saavat varmuutta siitä, ettei ruoka sisällä turvallisuushuolia aiheuttavia tekijöitä. (Brewer & Rojas 2008: 3-4.) Toisaalta ruoan turvallisuus herättää hyvinkin syvää epäluuloa, sillä erään tutkimuksen mukaan kuluttajat uskovat, että tahdasvalmisteista ruokaa valmistetaan ensisijaisesti taloudellista voittoa silmällä pitäen, vähät välittäen kuluttajien terveydestä. (Marketing Week 2005.)

Kansainvälisen kaupan ja elintarvikemarkkinoiden kasvun myötä on alettu kiinnittää entistä enemmän huomiota muuntogeenisiin ruokiin, ruoan säteilyttämiseen sekä mikrobiologisiin ja kemiallisiin uhkiin ruoassa. Myös ruoan turvallisuuteen liittyvän lainsäädännön yhtenäistämisyrittäykset sekä huoli saasteiden terveysvaikutuksista ovat suunnanneet huomiota ruoan riskeihin. (Brimer 2004: 23.) Yhteiskunnallinen huoli petollisesta ja vilpillisestä ruoantuotannosta on kiivaan keskustelun kohteena. Kuluttajien käsitykset ruoasta ja sen ainesosista voivat vaikuttaa osaltaan luottamukseen ruoan turvallisuutta ja laatua kohtaan; kuluttajien luottamus ruoan turvallisuutta kohtaan uskotaan olevan merkittävä tekijä ruokaan liittyvässä päätöksenteossa. (De Jonge, van Trijp, van der Lans, Renes & Frewer 2008a: 315–316.)

Ruoan laatu ja turvallisuus ovat olleet merkittäviä puheenaiheita viimeisimpien vuosien aikana niin julkisessa keskustelussa, ruokapolitiikassa, teollisuudessa sekä tutkimuksessa. Tähän ovat olleet syynä erilaiset ruokaan liittyvät pelot, jotka ovat suunnanneet julkista huomiota ruoan turvallisuuskysymyksiin. Lisäksi kuluttajat ovat kiinnostuneet ja toisaalta myös tulleet kriittisiksi tiettyjä ruoan tuotantotapoja kohtaan, niin viljely- kuin käsittelyvaiheeseen liittyen. Tämän seurauksena ovat puhuttaneet muun muassa eläinten hyvinvointi, luomutuotanto, sekä geenimuunnellut organismit (GMO) ruoantuotannossa. Osittain edellä mainituista tekijöistä johtuen, kuluttajat ovat tulleet vaativammiksi ja kriittisemmiksi. Toisaalta kuluttajat ovat ruokavalinnoissaan pirstaloituneet, mikä on johtanut siihen, että asiakkaiden tyydyttämiseksi elintarvikkeilta vaaditaan niin vertikaalista kuin horisontaalistakin erilaistumista laadun suhteen. (Grunert 2005: 369.)

EU-maissa toteutetussa tutkimuksessa (Varjonen 2000) suomalaiset suhtautuivat muita eurooppalaisia luottavaisemmin ruoan turvallisuuteen. Kuitenkin ruoan turvallisuuteen liittyy vahvasta luottamuksesta huolimatta myös epävarmuustekijöitä (Piironen, Mäkelä & Niva 2004: 16). Ruoan turvallisuuteen liittyvistä tekijöistä lisäaineet ovat yksi kaikkein kiistellyimmistä. Niistä on kuluttajien saatavilla niin positiivista kuin negatiivistakin informaatiota. (Aoki ym. 2010: 433.) Teollisuusmaiden asukkaat syövät vuodessa keskimäärin 6-7 kiloa lisäaineita henkeä kohden (Nilsson 2007: 17). Lisäaineita käytetään laajasti, sillä kysyntää prosessoituja ruokia ja juomia kohtaan löytyy maailmanlaajuisesti. Ihmiset ovat entistä halukkaampia ostamaan eineksiä ja toivovat elintarvikkeiden tarjoavan heille jatkuvasti uusia makuelämyksiä. Elintarvikkeiden myös odotetaan säilyvän aiempaa pidempään pilaantumattomana. Toisaalta samaan aikaan, kun kuluttajat tahtovat elintarvikkeiden maistuvan entistä paremmalta, myös epäluulo lisäaineita kohtaan lisääntyy. (Marketing Week 2005.)

Ruoan tuotantoon, jakeluun ja valvontaan osallistuu useita eri toimijoita, jotka vaikuttavat joko suoraan tai epäsuorasti ruoan eri ominaisuuksien muodostumiseen. Osa näistä toimijoista on suoraan tuottamassa, valmistamassa ja tarjoamassa ruokaa kuluttajille, eli toimii itse markkinoilla. Osa taas on mukana lainsäädäntö- ja valvontatehtävissä. Lisäksi ruokaan liittyvissä asioissa on mukana elintarvikkeiden tuotanto- ja tarjontaketjusta riippumattomia valvojia, jotka eivät varsinaisesti ole elintarvikemarkkinoiden toimijoita. Näihin lukeutuvat esimerkiksi media ja erilaiset järjestöt, jotka voivat kuitenkin tutkia ja jakaa tietoa kuluttajille. (Piironen ym. 2004: 29–30.)

Maailmanlaajuisen kilpailun myötä on elintarvikemarkkinoille tullut uusia toimijoita, ja toisaalta entistä pirstaloituneempi, heterogeenisempi sekä dynaamisempi kuluttajien joukko luo mahdollisuuksia valmistajille, jotka ovat valmiita erilaistumaan, keskittymään tiettyihin kohderyhmiin sekä sopeutumaan paikallisiin markkinaolosuhteisiin. Siten ruoantuotannossa ei enää nykypäivänä kilpailla pelkällä tehokkuudella ja laaduntarkkailulla, vaan siihen kuuluu olennaisena osana lisäarvon tuottaminen asiakkaalle. Tavoitteena on saada asiakas kokemaan, että kyseinen tuote tuottaa hänelle enemmän arvoa kuin muut vaihtoehdot. Jotta asiakkaalle kyettäisiin tuottamaan lisäarvoa, korostavat ruoantuotantoon liittyvät kaikki toimijat laatua ja turvallisuutta. (Grunert 2005: 369–370). Näillä kaikilla eri tahoilla on myös oma mielipiteensä lisäaineista. Millaisia ajatuksia eri toimijoilta tuleva viestintä saa aikaan kuluttajissa? Miten ihmiset kokevat lisäaineisiin liittyvän viestinnän vaikuttavan omiin kulutuspäätöksiinsä? Entä suhtautuvatko kuluttajat lisäaineisiin lopulta luottavaisesti vai epäillen?

1.1. Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, *miten lisäaineet merkityksellistyvät kuluttajille.*

Ensimmäisenä tavoitteena on analysoida, millaista keskustelua eri toimijat käyvät lisäaineisiin liittyen. Tutkimuksen teoriaosassa syvennyttään tieteelliseen keskusteluun ja sen pohjalta selvitetään miten eri toimijat puhuvat lisäaineista ja millaisia argumentteja keskustelussa nousee esiin.

Toisena tavoitteena on selvittää, miten kuluttajat tulkitsevat lisäaineista käytyä keskustelua. Tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä luodaan esiyymmärrystä lisäainekeskustelussa esiin nousseista sisällöistä, sekä ruokaan liittyvän turvallisuuden merkityksellisyydestä kuluttajille. Tulosten analysoinnissa käytetään laadullista sisällönanalyysia.

Kolmas tavoite on selvittää, millaisia ristiriitoja löytyy lisäaineisiin liitetystä merkityksistä. Kolmatta tavoitetta lähestytään empiiristä aineistoa tulkitsemalla ja sisällönanalyysia hyödyntäen.

1.2. Tutkimusote ja näkökulma

Kvalitatiivista tutkimusta tehdessä pyritään tutkimusprosessin ymmärtämiseen ja siten tutkija on itse osa prosessia. Tutkijan omat mielenkiinnon kohteet ja tulkinnat vaikuttavat siihen, millaisena todellisuus tutkimuksen kautta näyttäytyy. Laadulliseen tutkimuskentteeseen on hyvä asennoitua joustavasti, sillä tutkimus rakentuu lopulliseen muotoonsa usein vasta sen edetessä. (Kiviniemi 2007: 70–73.) Kaikki laadullinen tutkimus tapahtuu elämismaailmassa, joten tutkija on osa prosessia ja tutkimaansa merkitysyhteyttä. Toisaalta tämä on laadullisen tutkimuksen edellytys, sillä merkitysten ymmärtäminen on mahdollista vain omassa kontekstissaan. Kuitenkin tietoisuuden lisääntyminen edistää tutkimuksen syvällisempää ymmärtämistä ja siten uusia näkökulmia aineiston lähestymisessä. Tärkeää on kyetä löytämään punainen lanka tutkimuksen perustaksi. Tämä edellyttää myös aineiston rajaamista vain olennaisimpaan. (Varto 1996: 26; Kiviniemi 2007: 70–73.)

Tutkimuksen lähestymistapa on hermeneuttis-fenomenologinen. Kyseinen metodi ei ole kaavamaisesti opittavissa, vaan sen sijaan tutkijan täytyy jatkuvasti pohtia lähtökohtiaan

tutkimuksen eri vaiheissa esiintyvien ongelmien yhteydessä. Fenomenologisessa lähestymistavassa keskitytään tutkimaan kokemuksia, eli ihmisen suhdetta omaan elämäntodellisuuteensa. (Laine 2007: 28–30.) Ihmisten kokemusmaailmaa tarkastellaan merkitysten maailmana. Mikään siinä tapahtuvista ilmiöistä ei ole riippumaton ihmisestä, sillä merkitykset voivat syntyä pelkästään ihmisten kautta. (Varto 1996: 24.) Siten ihmistä ei voida ymmärtää tuosta suhteesta irrallaan. Fenomenologiassa ihmisen suhde maailmaan nähdään intentionaalisenä, minkä mukaan kaikki merkitsee jotakin. Lähtökohtana merkityksien tutkimisessa on se, että ihmisten toiminta on tarkoitusperäistä, ja siten suhde todellisuuteen on ladattu merkityksillä. Merkitykset, joiden valossa ihminen tarkkailee todellisuuttaan, eivät ole synnynnäisiä, vaan sen sijaan ne syntyvät ympäröivän yhteisön vaikutuksesta. Siten merkitykset ovat sidoksissa kulttuuriin. (Laine 2007: 28–30.)

Hermeneuttinen ulottuvuus tuo tutkimukseen tulkinnan; fenomenologiseen tutkimukseen se tulee mukaan tulkinnan tarpeen myötä. Tulkintaa tarvitaan, jotta merkityksiä voidaan ymmärtää. (Laine 2007: 31.) Tulkinta on laadullisen tutkimuksen päämenetelmä, ja erityisesti sitä käytetään tulkittaessa yksittäisen ihmisen kokemusmaailmaa. Tarkoituksena ei ole ymmärtää tutkittavaa kohdetta täydellisesti, vaan tulkinnalle ja ymmärtämiselle on etukäteen asetettava tietyt rajat ja tavoitteet. Tutkijan on kyettävä erottamaan tutkimuskohteen tematisointitapa omastaan. Tulkinnan voi käsittää empiirisesti tavoitettujen merkityssuhteiden aukikerimiseksi. Tulkintaa täytyy seurata ymmärtäminen, jotta tutkimuskohteen käsitykselle on mahdollista muotoutua sellaiseksi, josta siinä alun perin oli kyse. Tulkinnassa esiin nousevat tasot eivät itsestään nivoudu yhteen, vaan sen sijaan ne täytyy tarkoituksellisesti yhdistää kokonaisuudeksi. (Varto 1996: 59–64, 69.)

Tutkimuksen näkökulma on kuluttajan. Vaikka tutkimuksessa analysoidaankin eri toimijoiden näkemyksiä lisäaineisiin liittyen, keskitytään silti kuluttajan näkökulmaan ja tulkintaan aiheesta. Keskityn tässä tutkielmassani lähinnä ruoan lisäaineisiin ja muihin kemiallisiin ominaisuuksiin. Sen vuoksi jätän empiirisen tutkimukseni ulkopuolelle ruoan mikrobiologiset ja fyysiset uhkatekijät, kuten ruoan bakteerit ja virukset sekä valmisvirheet.

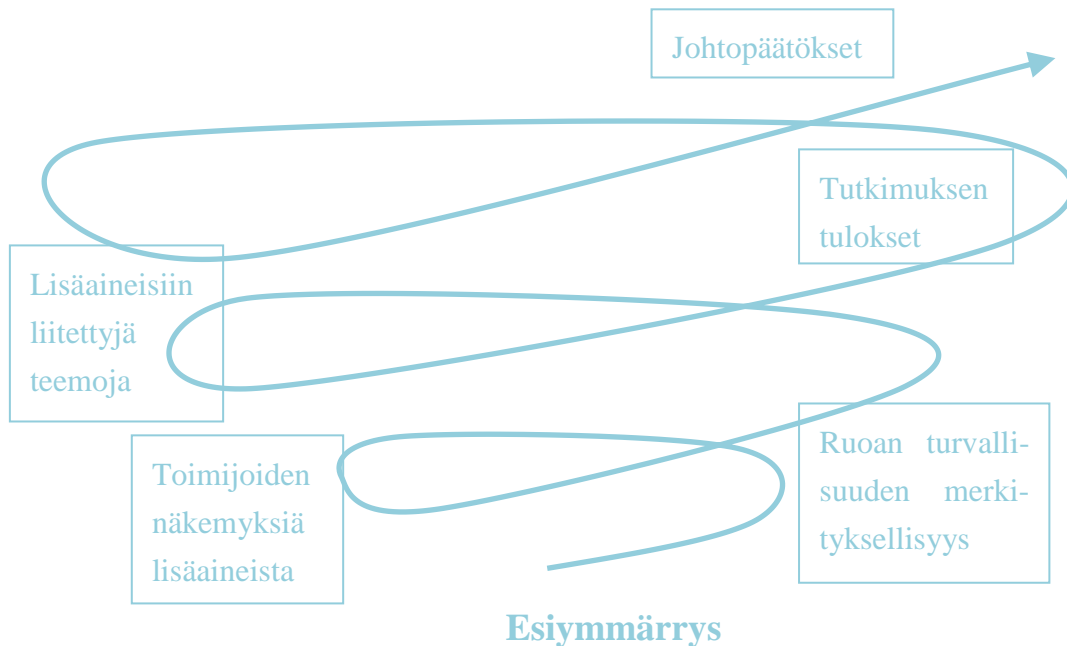
1.3. Tutkimuksen rakenne

Koska tätä tutkimusta tarkastellaan hermeneuttis-fenomenologisesta näkökulmasta, voidaan sen etenemistä kuvata hermeneuttisen kehän avulla. Hermeneuttisen kehän tarkoi-

tuksena on kuvata tutkijan ymmärryksen rakentumista: ymmärtäminen lähtee tietyistä lähtökohdista ja palaa lopulta takaisin niiden oivaltamiseen ja sisäistämiseen. (Varto 1996: 69.) Ennen tutkimusta tutkija ymmärtää hermeneuttis-fenomenologisen näkemyksen mukaan tutkimuskohteensa esiymmärryksestä käsin (Kuvio 1.). Esiymmärrys muodostaa tutkimuksen perustason, jonka lisäksi itse tutkimus tapahtuu seuraavalla tasolla. Tutkimuksen toinen taso kohdistuu esiymmärrykseen. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että tutkijalla on oltava jo ennestään jonkinasteinen ymmärrys tutkittavasta kohteesta, jotta tutkimuksen toteuttaminen olisi mahdollista. (Laine 2007: 32–33.)

Tutkimus koostuu viidestä pääluvusta, joista ensimmäinen johdattelee aiheeseen. Ensimmäisessä luvussa määritellään myös tutkimusongelma, tarkoitus ja tavoitteet. Johdantoluvussa jäsennetään tutkimusote sekä näkökulma. Johdantoluvun voi käsittää sisältyvän esiymmärrykseen. Kuvio 1. havainnollistaa tutkimuksen rakennetta ja sen etenemistä hyödyntäen hermeneuttista kehää. Toisessa pääluvussa keskitytään teoriaan ja määritellään tutkimuksen teoreettinen viitekehys, jonka avulla lähestytään empiiristä analyysiä. Ensimmäisen tavoitteen mukaisesti luvun alussa rakennetaan teoriaa koskien lisäaineista käytyä keskustelua. Luvussa perehdytään lisäksi ruoan turvallisuuden kokemiseen ja sen merkityksiin kuluttajille, jolloin luodaan esiymmärrystä kuluttajien kokemasta turvallisuudesta ruokaan ja lisäaineisiin liittyen. Luvun loppuosassa tarkastellaan myös lisäaineisiin liitettyjä teemoja, joita lukija voi heijastaa luvun aikaisempiin näkökulmiin niin lisäaineita kuin ruoan turvallisuuttakin kohtaan. Tällä tavoin voidaan Kuvion 1. mukaisesti nähdä ymmärryksen aiheesta lisääntyvän, jolloin hermeneuttisella kehällä siirrytään seuraaville tasoille.

Kolmannessa pääluvussa esitellään tutkimuksen metodologiset valinnat. Luvussa rakennetaan ymmärrystä siitä, miten tutkimus aiotaan toteuttaa, sekä mitä empirian avulla pyritään saavuttamaan. Tässä luvussa otetaan kantaa myös tutkimuksen luotettavuuskykyyn. Tutkimuksen tuloksia analysoidaan neljännessä luvussa. Tässä luvussa pyritään vastaamaan tutkimuksen toiseen ja kolmanteen tavoitteeseen. Viides pääluku rakentuu tutkimuksen tuloksien yhteenvedosta sekä niiden perusteella muodostetuista johtopäätöksistä. Johtopäätöksissä kootaan yhteen tutkimuksen aikaisempi anti sekä tarkastellaan teoriaa ja empiriaosion tuloksia limittäin, peilaten niitä keskenään.



Kuvio 1. Tutkimuksen rakenne ja hermeneuttinen kehä

Koska hermeneuttisen kehän avulla pyritään havainnollistamaan ihmisen tapaa ymmärtää, on sen kannalta olennaista, että tutkija ymmärtää omat lähtökohtansa. Vain siten hän voi vapautua niistä aina uudelleen ja uudelleen: edellytyksenä ymmärtämiselle on, että tutkija kykenee irrottautumaan omista lähtökohdistaan. (Varto 1996: 69.) Tutkijan on käytävä tutkimuksellista dialogia tutkimusaineistonsa ja oman tulkintansa välillä, jotta voisi ymmärtää tutkittavan todellisuutta. Tähän pyritään ottamalla etäisyyttä aineistoon ja siten ymmärtämään, mitä tutkittava on ilmaisuillaan tarkoittanut. Pyrkimyksenä olisi löytää aineistosta tämän kriittisyyden ansiosta uusia näkökulmia, jotka alussa jäivät pimentoon. (Laine 2007: 36–37.) Vain tällä tavoin tutkija kykenee ymmärtämään tutkimuskohteen mieltä: jokaisella uudella lukutavalla pyritään pääsemään lähemmäs tätä tutkittavan todellisuutta, mutta samalla myös ymmärtämään paremmin itseä. Tarkoituksena on erottaa tutkimuskohde ja oma lukutapa, minkä vuoksi tutkimuskohdetta lähestytään useiden eri lukutapojen kautta. Sen vuoksi hermeneuttinen kehä ei ole sulkeutuva, vaan siinä edetään jatkuvasti uusille tasoille tutkimuskohteen ymmärtämisessä, jolloin ymmärrys lisääntyy jatkuvasti. (Varto 1996: 69.)

Olellnaista hermeneuttisessa periaatteessa on se, että vaikka eri tutkijat voivat tematisoida saman tutkimuskohteen eri tavoin, säilyy tutkimuskohteen ydin silti samana luku-
tavasta riippumatta. Tämä johtuu tutkimuskohteen autonomiasta ja ymmärtämisen luonteesta. (Varto 1996: 64.)

2. NÄKÖKULMIA LISÄAINEISIIN JA RUOAN TURVALLISUUTEEN

Ruoan turvallisuus on kysymys, joka koskettaa jokaista ruokaa syövää. Vaikka yksilö itse ei aihetta jatkuvasti miettisikään, on hänen syömäänsä ruokaan liittyvä turvallisuus silti ollut tarkastelussa niin tuottajien ja tiedemiesten kuin hallinnollisten virkailijoidenkin keskuudessa. Osa ruokaan liittyvistä uhkatekijöistä on ollut olemassa jo muinaisista ajoista lähtien, mutta osa on uudempia, muuttuvien elämäntyylien, tuotantotapojen sekä mikro-organismien seurausta. (Roberts 2001: 3-4.)

Ruoan laatu ja turvallisuus ovat olleet merkittäviä puheenaiheita viimeisimpien vuosien aikana niin julkisessa keskustelussa, ruokapolitiikassa, teollisuudessa sekä tutkimuksessa. Tähän ovat olleet syynä erilaiset ruokaan liittyvät pelot, jotka ovat suunnanneet julkista huomiota ruoan turvallisuuskysymyksiin. Lisäksi kuluttajat ovat kiinnostuneet ja toisaalta myös tulleet kriittisiksi tiettyjä ruoan tuotantotapoja kohtaan, niin viljely- kuin käsittelyvaiheeseen liittyen. Tämän seurauksena ovat puhuttaneet muun muassa eläinten hyvinvointi, luomutuotanto sekä GMO ruoantuotannossa. Osittain edellä mainituista tekijöistä johtuen, kuluttajat ovat tulleet vaativammiksi ja kriittisemmiksi. Toisaalta kuluttajat ovat ruokavalinnoissaan pirstaloituneet, mikä on johtanut siihen, että asiakkaiden tyydyttämiseksi elintarvikkeilta vaaditaan niin vertikaalista kuin horisontaalista-kin erilaistumista laadun suhteen. (Grunert 2005: 369.)

Jo muinaisina aikoina käytettiin lisäaineita. Esimerkiksi suolaa käytettiin lihan ja kalan säilömisen apuna ja yrtejä ruoan maustamisessa. Nykyaikana käytetään yli 3000 lisäainetta. Elintarvikelisäaineita ei kuluteta varsinaisina elintarvikkeina. Ne lisätään elintarvikkeisiin tarkoituksellisesti tuotannossa, prosessoinnissa, varastoinnissa tai pakkauksessa suoraan tai epäsuorasti. (Roberts 2001: 5.) Lisäaineiden avulla pyritään saavuttamaan jokin tietty teknologinen tarkoitus. Niillä on erilaisia tehtäviä: ne toimivat säilöntä-, ravinto- ja väriaineina, sekä vahvistavat ruoan makua ja säilyttävät koostumuksen oikeanlaisena. (Evira 2012; Roberts 2001: 5.)

2.1. Toimijoiden näkemyksiä lisäaineista

Lainsäädännössä määritellään tarkasti se, mitä lisäaineet ovat ja miten niitä on lupa käyttää. Myös tutkielman kannalta on olennaista määritellä lisäaineen käsite, jotta muodostettu esiyymmärrys lisäaineista mahdollistaisi uuden tiedon perusteellisemmän omak-

sumisen ja siten aiheeseen liittyvän ymmärryksen kasvattamisen. Olennaista lisäaineille on, että niiden avulla pyritään muuttamaan tiettyjä tuotteen ominaisuuksia (Nysten 2008: 75). Lisäaineita on mahdollista jakaa erilaisiin ryhmiin niiden käyttötarkoituksen mukaan. Eri ryhmiä on yhteensä 25. (Helsingin yliopisto 2002.) (Ks. Liite 1) Lisäaineita voidaan käyttää esimerkiksi elintarvikkeen turvallisuuden lisäämiseksi mikrobeja vähentämällä, rakenteen parantamiseksi sakeuttamalla, sekä maun parantamiseksi makeutusaineiden avulla. Siten elintarvikkeiden maun, rakenteen ja ravitsemuksellisen laadun säilyminen pyritään varmistamaan koko myyntiajan. Lisäaineen käytön ehtona on perusteltu tarve tuotteen laadun, säilyvyyden tai jonkin muun teknologisen ominaisuuden kannalta. Määräysten mukaisesta lisäaineen käytöstä ei saa olla vaaraa tai haittaa terveydelle. Kuluttajia ei saa johtaa harhaan lisäaineen käytöllä, vaan käytöstä on oltava hyötyä kuluttajalle. (Evira 2012.) Tuotteisiin ravitsemuksellisessa tarkoituksessa lisätyt kivennäisaineet ja vitamiinit eivät ole lisäaineita, sillä niiden tarkoituksena on nostaa tuotteen ravintoarvoa (Nysten 2008: 75).

Tässä luvussa perehdytään markkinoihin ja kuluttajiin vaikuttavien eri toimijoiden näkemyksiin lisäaineista. Olennaista on ymmärtää, mikä kunkin toimijan näkökulmassa on keskeinen ajatus, sillä sitä kautta rakentuu ymmärrys kuluttajiin vaikuttavista eri voimista sekä siitä, mitä kukin tekijä pitää lisäaineissa tärkeimpänä. Lisäksi median roolia keskustelussa on syytä tarkastella lähemmin, sillä se omalla toiminnallaan kykenee vaikuttamaan siihen, mitä asioita nostetaan keskustelun keskiöön. Mielenkiintoista onkin selvittää, mitä asioita lisäaineisiin liittyen painotetaan kunkin toimijan viestinnässä, sekä sitä millä tavalla sanomat eroavat toisistaan.

2.1.1. Lainsäädännöllinen näkemys

Euroopan unionin lainsäädäntöön vaikuttaa kaksi rinnakkaista päättävää elintä: ylikansallisista jäsenistä sekä vastaavasti kansallisista, itsenäisistä toimijoista koostuvat. Monikansallisella tasolla eurooppalaiset jäsenmaat ovat myöntäneet EU:lle merkittävät valtuudet lainsäädännöllisten toimien kattamiseksi jäsenmaihin. Näitä valtuuksia käyttäen EU:n alakohtaiset lainsäädännön järjestelmät ovat levinneet merkittävimille markkinoille, jotka ovat aikaisemmin olleet immuuneja EU:n lainsäädännölle. Näihin lukeutuu telekommunikaation, finanssipalveluiden sekä sähkö-, rautatie- ja postipalveluiden lisäksi myös ruoan turvallisuus. (Poncibò 2012: 177.)

Prosessoitujen ruokien kuluttaminen ja tuotanto ovat lisääntyneet 1950-luvulta lähtien, ja samalla on lisääntynyt myös lisäaineiden käyttö. Lainsäädäntö niin Euroopassa kuin

Yhdysvalloissa on lisääntynyt sen myötä, kun tutkimukset ja ruokaan liittyvät pelot viittaavat siihen, että tietyt lisäaineet ovat kuluttajille vaarallisia ja jopa kuolettavia. Lisäaineisiin liittyvä lainsäädäntö sai alkunsa boorihaposta, joka ensimmäisen maailmansodan aikaan kiellettiin myrkyllisyytensä vuoksi. Kuitenkin toisen maailmansodan aikaan se otettiin jälleen käyttöön, koska halvoista lisäaineista oli huutava pula. Tämän jälkeen boorihappo kiellettiin ja ympäri maailmaa alettiin soveltaa ennalta ehkäisevää käytäntöä ja sallia ainoastaan lisäaineita, jotka olivat tunnetusti turvallisia käyttää ruoassa. (Jones 2009.)

Euroopan unioni ryhtyi 2000-luvun alussa kiristämään turvallisuusmääräyksiään ruoan lisäaineista sen jälkeen, kun kuluttajien luottamus syömäänsä ruokaan alkoi laskea erilaisten uhkakuvien seurauksena. Lisäaineiden hyväksymiseen liittyvää valtuuttamista ja uudelleen arviointia alkoi hoitaa Euroopan elintarvikevirasto (engl. *European Food Safety Authority* EFSA), joka vastaa Yhdysvaltojen FDA:ta (*Food and Drug Administration*). Euroopan sisäisen elintarvikeviraston perustaminen mahdollisti sen, että komissio sai valtuudet vetää sen kautta pois ruoka-aineita koko EU:n alueella. Aikaisemmin sama prosessi jouduttiin käymään läpi yksittäisten hallitusten kautta. (Milmo 2002; Evira 2012.)

Ennen hyväksymistä käyttöön, elintarvikelisiä lisäaineiden turvallisuus ja käyttötarve arvioidaan. Lisäaineiden käytöstä määrätään lainsäädännössä, ja niiden käytöstä elintarvikkeen valmistuksessa täytyy ilmoittaa pakkausmerkinnöissä. (Evira 2012.) Koska EU:n lakien vahvistamiseksi on perustettu hallinnollisten rakenteiden verkosto, jonka avulla kansalliset lainsäädännölliset toimijat pyrkivät yhtenäistämään ja parantamaan kansallisen tason toimeenpanoa (Poncibò 2012: 180), on elintarvikkeiden lisäaineita koskeva lainsäädäntö yhdenmukainen EU:n alueella. Samoja lisäainemääräyksiä noudatetaan jokaisessa jäsenmaassa. Suomessa lainsäädännöstä vastaa maa- ja metsätalousministeriö. Alun perin E-koodijärjestelmä on kehitetty Euroopan unionissa. Numeron edessä oleva E-kirjain merkitsee, että Euroopan unioni on arvioinut kyseisen lisäaineen elintarvikekäytön kannalta turvalliseksi. (Evira 2012.) Euroopan unioni on vuodesta 1997 säännellyt lisäaineiden hyväksymistä ja käyttöä kaikissa EU-maissa. Vain sellaiset lisäaineet hyväksytään, jotka eivät vaaranna ihmisten terveyttä ja jotka ovat teknisesti välttämättömiä. (Europa 2007.)

Lisäaineiden turvallisuuteen liittyvissä arvioinneissa huomioidaan tieteellinen tutkimusmateriaali aineen mahdollisten haittavaikutusten kartoittamiseksi. Aineelle määritellään ADI-arvo (*Acceptable Daily Intake*) eli hyväksyttävä päivittäinen enimmäissaanti

siinä tapauksessa, jos suurissa käyttömäärissä ilmenee haitallisia vaikutuksia. ADI-arvossa lasketaan aineen sallittu määrä milligrammoina painokiloa ja vuorokautta kohden. Arvot sisältävät suuren turvamarginaalin. Turvallisiksi määritellyille aineille ei anneta ADI-arvoa, mutta toisaalta EFSA voi kieltää aiemmin hyväksytyt aineet uusien tutkimustietojen valossa. (Nysten 2008: 87–88.)

ADI-arvo lasketaan vain yhdelle lisäaineelle, ja koska ruokavalio sisältää useita lisäaineita, ei ADI:n avulla voida huomioida aineiden yhteisvaikutuksia. Siten lisäaineille saattaa altistua merkittävässä määrin, vaikka yksittäisten aineiden ADI-arvot pysyisivätkin sallituissa rajoissa. (Nysten 2008: 88.) Myös FDA seuraa jatkuvasti lisäaineiden turvallisuutta ja tarkastaa saamiaan valituksia niihin liittyen (Roberts 2001: 6). Vuosien 1980 ja 1994 välillä Yhdysvaltojen terveysturvaviranomaiset esimerkiksi vastaanottivat 622 valitusta natriumglutamaattiin liittyen, minkä seurauksena natriumglutamaatti on ollut kiivaan keskustelun kohteena. (Radam, Yacob, Bee & Selamat 2010: 66.)

Vuonna 2003 Euroopan komissio hyväksyi direktiivin, jonka pyrkimyksenä oli harmonisoida elintarvikkeiden makeutusaineiden käyttöä koko EU:n alueella. Uudistuksen myötä makeutusaineiden käyttöä alettiin ohjata kansallisen tason sijaan koko unionin alueella, ja ainoastaan tarkasti valvottujen aineiden käyttö hyväksyttiin. (Ong 2003.) Samoihin aikoihin EU otti tiukemman linjan tuontiruoan suhteen ja kielsi ruoka-aineita, joista oli löytynyt unionissa kiellettyjä antibiootteja. Esimerkiksi kiinalaista siipikarjaa ja äyriäisiä jouduttiin vetämään pois kauppojen hyllyiltä, kun EU:n viranomaiset totesivat, etteivät Kiinan rajoitukset ole riittäviä EU:n alueella. (Milmo 2002.)

Lainsäädännön näkemys elintarvikelisiä aineisiin painottaa erityisesti tutkimuksen merkitystä ja sitä kautta aineiden turvallista käyttöä. Jatkuvalla lisäaineiden tutkimisella ja testaamisella pyritään lainsäädännön mukaan varmistamaan niiden turvallisuus ihmisille. EU:n kiristäessä elintarvike- ja eläinten ravinnon lisäaineiden turvallisuusmääräyksiä 2000-luvun alussa, peräänkuuluttivat lisäaineiden valmistajat tasapuolisuutta unionin ulkopuolisten lisäaineiden suhteen. He toivoivat EU:n noudattavan yhtä tarkkoja määräyksiä myös tuontilisäaineiden kohdalla kuin unionin sisälläkin. (Milmo 2002.) Toisaalta lainsäädäntö ei ole sama joka puolella maailmaa, sillä esimerkiksi atsovärit olivat EU:n alueella aluksi sallittuja, mutta ne kiellettiin myöhemmin vaarallisina. Myöhemmin ne hyväksyttiin taas vaarattomina käyttöön, vaikka Yhdysvalloissa ne ovat edelleen kiellettyjen aineiden listalla. (Nilsson 2004: 127.)

Ruoan turvallisuus on julkisen politiikan keskeinen aihe. Lainsäädännöllisesti sen voidaan nähdä jaetun kahteen pääsuuntaan: yleisten standardien toimeenpanoon, joilla ei ole suoraa vaikutusta kuluttajien ruokavalintaan, sekä pyrkimyksiin luoda läpinäkyvyyttä ja rohkaista kuluttajia muodostamaan omat arvionsa ruoan turvallisuudesta. Jälkimmäistä pyritään tukemaan julkisen keskustelun, kuluttajien opastamisen sekä informaation välineiden, kuten tuote-etikettien, avulla. Se on ollut keskeinen kanta Euroopan komission viralliselle näkemykselle ruoan turvallisuudesta, mikä toisaalta saattaa asettaa epärealistisia odotuksia kuluttajien halusta ja kyvystä käsitellä informaatiota päivittäisiä valintoja tehdessään. (Grunert 2005: 382.) Kuluttajilta vaadittaisiin siis kriittisyyttä ja aiheeseen perehtymistä, jotta julkinen keskustelu toimisi niin kuin sen on tarkoitettu toimivan. Tämä palvelisi ainakin yhteiskunnan tarpeita, mutta miten kuluttajien kriittisyys tukisi valmistajien näkökulmaa?

2.1.2. Valmistajien näkemys

Elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä täytyy löytyä tiedot niiden sisältämistä lisäaineista. Tätä kautta kuluttaja saa tiedon elintarvikkeessa käytetyistä lisäaineista. Ainesosaluettelossa on mainittu valmistus- ja lisäaineet painon mukaan alenevassa järjestyksessä. Lisäaineista ilmoitetaan käyttötarkoitusta osoittava ryhmänimi, josta selviää lisäaineen käyttötarkoitus. Ryhmänimeä täydennetään joko lisäaineen omalla nimellä tai numerotunnuksella eli E-koodilla. Yksittäisellä lisäaineella voi olla useanlaisia vaikutuksia ja siten erilaisia käyttötarkoituksia, minkä vuoksi se voi kuulua eri lisäaineryhmiin eri elintarvikkeissa. (Evira 2012; Nysten 2008: 86–88.)

Ruokaan ja syömiseen liitetään korkea tietoisuus riskeistä, joista käydään keskustelua niin julkisuudessa kuin ihmisten arkipäivässäkin. Julkinen huoli kohdistuu ruokaan ja ruoan turvallisuuteen, ja yhteiskunnassa ollaan koko ajan huolestuneempia ruoan alkuperästä, turvallisuudesta ja luotettavuudesta. Elintarviketeollisuus on viime vuosina siirtynyt uudenlaiseen muottiin markkinoidessaan ruokaa hyvinvoinnin ja terveyden lähteenä. (Buchler, Smith & Lawrence 2010: 354.) Tätä edesauttoi EU-asetus, joka kesästä 2007 lähtien on tehnyt vitamiinien ja hivenaineiden lisäämisestä elintarvikkeisiin vapaampaa kuin aikaisemmin (Nysten 2008: 85). Valmistajien kannalta ruoka hyvinvoinnin lähteenä saattaakin olla oiva keino vakuuttaa kuluttajia, sillä kuluttajien suhtautuminen informaatioon uskotaan olevan merkittävä tekijä heidän ruokavalinnassaan (Aoki ym. 2010: 433–438).

Hyvinvointistrategiaa hyödyntää Snellman, joka on poistanut viime aikoina makkaroistaan ja nakeistaan niin natriumglutamaatin, kamaran kuin fosfaatinkin. Tämän vuoksi yritys mainostaa tuotteitaan entistä terveellisempinä. Vaikka fosfaatit eivät olekaan myrkyllisiä, on elintarvikkeisiin lisätty fosfori tutkimuksen (Kemi 2010) mukaan haitallisempaa kuin luonnollinen fosfori. Näitä polysfosfaatteja on käytetty jo muutaman vuosikymmenen ajan suomalaisessa lihateollisuudessa. (Snellman 2012.)

Snellman pyrkii erottautumaan kilpailijoistaan tarjoamalla korkealaatuisempaa lihaa. Yrityksen mukaan fosfaatit sitovat vettä, minkä vuoksi makkaroissa ei tarvitse käyttää yhtä laadukasta lihaa. Vaikka näissäkään makkaroissa ei ravitsemuksellisesti ole mitään vikaa, joudutaan lihaan lisäämään kemikaaleja, jotta ne sitoisivat vettä. (Snellman 2012.) Toisaalta jatkuvasti kasvavat raaka-ainekustannukset, esimerkiksi sokerin, öljyn sekä jauhojen kohdalla, nostavatkin juuri tämän tyyppisten lisäaineiden suosiota. Yritykset hyödyntävät esimerkiksi selluloosaa, jota käytetään ruokien sakeuttamisessa, kuitusällön nostamisessa, ja sen avulla korvataan rasvaa sekä jatkuvasti kallistuvia ainesosia. Suosio kasvaa myös sen vuoksi, että Kiinassa, Intiassa ja muissa maissa ostetaan entistä enemmän prosessoituja ruokia. Toisaalta kuluttajat vaativat ruoaltaan alhaisinta rasvapitoisuutta, mutta täyteläistä koostumusta. (Nassuer 2011.)

Lisäaineet herättävät paljon keskustelua ja aiheuttavat pelkoa kuluttajissa siitä syystä, ettei niistä ole usein saatavilla tarpeeksi tietoa. Olennaista olisikin tietää, mikä on lisäaine ja mikä ei, mihin tarkoitukseen niitä käytetään, sekä mistä ne ovat peräisin. Valion mukaan yrityksen pyrkimyksenä on vähentää tuotekehityksessään lisäaineiden käyttöä aina, kun se vain on mahdollista joutumatta tinkimään turvallisuudesta, säilyvyydestä ja laadusta. Tämän edistämiseksi Valio on muuttanut reseptejään sekä investoinut uudellaisiin tuotantoprosesseihin, jotka tukevat lisäaineiden käytön vähentämistä. Tulevaisuudessakaan ei voida luopua kaikista lisäaineista, koska elintarvikkeiden turvallisuus on tärkeää, eikä siitä voida tinkiä. (Valio 2012.)

Valmistajien mielipiteitä tulkitessa lisäaineet näyttäytyvät lähes välttämättömänä osana elintarvikkeita. Sinebrychoffin mukaan lisäaineet ovat kuuluneet ihmisten elämään jo vuosikymmenien ajan. Koska teollisesti valmistettujen elintarvikkeiden käyttö on lisääntynyt viimeisten 30–40 vuoden aikana, on samalla lisääntynyt myös lisäaineiden käyttö. Lisäaineita tarvitaan säilyvyyden varmistamiseksi ja rakenteen säilyttämiseksi teollisesti valmistetussa ruoassa, sekä estämään ruokamyrkytysbakteerien lisääntyminen. (Sinebrychoff 2012.) Perinteisten säilöntämenetelmien rinnalle on tullut lisäaineita,

joiden avulla ruoan laatu pysyy tasaisena ja hyvänä. Ilman lisäaineita monia elintarvikkeita ei voitaisi valmistaa kaupalliseen käyttöön. (Coca-Cola 2012.)

Vaikka suomalaiset suhtautuvatkin melko luottavaisesti ruoan turvallisuuteen, liittyy vahvasta luottamuksesta huolimatta myös epävarmuustekijöitä. Epävarmuutta voi aiheuttaa epätietoisuus niin ruoan turvallisuutta kuin markkinoita ja instituutioitakin kohtaan. Piironen ym. toteuttaman tutkimuksen mukaan yli puolet vastanneista kokee lisäaineet ongelmana. (Piironen, Mäkelä & Niva 2004: 16, 27–28.) Atrialla ymmärretään, että kuluttajat ovat hämmentyneitä lisäaineiden edessä, sillä ne ovat jotakin ylimääräistä ja alkuperäiseen tuotteeseen lisättyä. Kuitenkin yhtiön mukaan lisäaineita on niin valtavasti, ettei niitä voi käsitellä kokonaisuutena; ei ole mielekästä joko sallia kaikkia lisäaineita tai kieltää niitä kaikkia. (Atria 2012.)

Valmistajien näkemystä lisäaineisiin kiteyttävät Atria ja Sinebrychoff, jotka kaikesta huolimatta painottavat lisäaineisiin liittyvissä puheenvuoroissaan runsasta tutkimustietoa ja turvallisuutta. Koska lisäaineita on tutkittu jo pitkään, käytetään niitä tuotteiden ominaisuuksien parantamiseksi, mutta ennen kaikkea turvallisuuden varmistamiseksi. Kaikki tavallinen ruokakin koostuu pelkistä kemiallisista yhdisteistä, ja useita turvallisiksi luokiteltuja aineita löytyy myös luonnosta. Vaikka pakkauksesta ei E-koodeja löytyisikään, voi niitä silti itse tuotteesta löytyä. Koska moni kuluttaja pelkää lisäaineiden pitkiä nimiä, ovat elintarvikkeiden valmistajat pyrkineet korvaamaan puhtaat lisäaineet bakteeriviljelmillä. Nekin ovat kaikesta huolimatta lisäaineita. (Atria 2012; Sinebrychoff 2012.)

Valmistajien suhtautuminen lisäaineisiin voi edellä mainituista syistä olla hyvinkin ristiriitaista, sillä lisäaineiden käyttö mahdollistaa pienemmät kustannukset. Vastaavasti kuluttajat toivoisivat rajoituksia lisäaineiden käyttöön (Taloussanomien 2011), mikä asettaa valmistajille paineita vähentää niitä tuotteistaan. Toisaalta kuluttajien toiveiden kuunteleminenkaan ei aina selkiytä valmistajan tilannetta, sillä kuluttajien asenteet ja käyttäytyminen saattavat olla selvässä ristiriidassa keskenään (Nassuer 2011). Näkökulma valmistajien kokemaan ristiriitaa ravitsemuksen asiantuntijoiden näkemyksissä? Kaupallisten lähtökohtien sijaan heidän toimintansa ohjaajana on enemmän ihmisten terveys.

2.1.3. Ravitsemusasiantuntijoiden näkemys

Lisäaineiden käyttäminen mahdollistaa kuluttajien kannalta monipuolisen ruokavalion. Ilman lisäaineita ei nykyaikaisten, korkealaatuisten elintarvikkeiden valikoima olisi

mahdollinen. (Helsingin yliopisto 2002.) Nykyään tiedemiehet kykenevät valmistamaan laboratorioissa aineita, jotka olivat ennen saatavilla pelkästään luonnollisesta alkuperästä. Tämä mahdollistaa laajemman ja halvemmän valmistuksen. Lisäaineiden ansiosta ihmiset voivat syödä monipuolisesti ympäri vuoden ilman pakkoa kasvattaa ruoka itse tai käydä ostoksilla päivittäin. (Roberts 2001: 6.) Siten luonnollinen ei ravintoasiantuntijoidenkaan mukaan aina välttämättä tarkoita turvallista tai keinotekoinen haitallista (ks. Nysten 2008: 86).

Lisäaineet eivät ole sama asia kuin elintarvikkeiden vierasaineet, jotka joutuvat elintarvikkeeseen vahingossa, esimerkiksi ympäristösaasteena tai pilaantumisen seurauksena (Evira 2012). Elintarvikkeesta voi vieraiden aineiden vuoksi tulla ihmisen terveydelle vahingollisia tai elintarvikkeiksi kelpaamattomia. Toisaalta ruoka voi sisältää myös luonnostaan haitallisia yhdisteitä, kuten sienien myrkkyyä. (Nysten 2008: 75.) Sen sijaan Usean E-koodin taustalta löytyy harmiton aine, jota voi esiintyä ruoassa luonnostaankin. Esimerkiksi paprikauutteesta saadaan oranssia väriä ja mehiläisvahaa voidaan hyödyntää pintakäsittelyaineena. Vaikka useita luonnossa esiintyviä aineita voidaan valmistaa myös synteettisesti, löytyy lisäaineiden joukosta aineita joita ei luonnosta löydy. Atsovärit, aspartaami sekä makeisissa käytettävä sukraloosi ovat esimerkiksi täysin keinotekoisia. (Nysten 2008: 86.)

Viime aikoina ruokatrendien myyntivaltiksi on kohonnut luonnollisuus. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että luomutilojen ja – tuotannon määrä kasvoi vuonna 2012 kovaa vauhtia Suomessa. Luomutuotanto on laajentunut nopeasti etenkin kotieläintuotannossa ja jalostuksessa, mutta myös elintarvikealan toimijoiden määrä on lisääntynyt. Luomutuotannon kasvun taustalta löytyy yhtenä tekijänä juuri kysynnän lisääntyminen. (Helsingin Sanomat 2012a.) Luonnollisuus siis kiinnostaa, mutta kuitenkin Helsingin yliopiston elintarvike- ja ympäristötieteiden laitoksen professori Marina Heinosen mukaan asiassa on menty hakoteille. Hänen mukaansa tehtaassa valmistetut lisäaineet voivat olla jopa luonnollisia vastineitaan turvallisempia, sillä niitä on testattu runsaasti. Lisäainepelko on hänen mukaansa turha, sillä noin kahta kolmasosaa lisäaineista esiintyy myös luonnossa. (Helsingin Sanomat 2012b.)

Usein ravinnon haitalliset vaikutukset voivatkin johtua huonoista ruokailutottumuksista yksittäisten lisäaineiden sijaan. Kuitenkin erityisryhmien, kuten lasten, lisäaineiden saannista on vain vähän tietoa. Siten riskejä voi vähentää lisäämällä ravinnossaan monipuolisuutta. (Nysten 2008: 75.) Suurin osa lisäaineista on turvallisia kaikille ihmisille, mutta osa väestöstä on yliherkkiä joillekin aineille (Roberts 2001: 6). Joillakin lisäai-

neilla saattaa olla terveydelle haitallisia vaikutuksia. Olennaista olisi tiedostaa aineen ominaisuudet, saantimäärät, sekä se, kuuluuko itse suurkuluttajien ryhmään yksipuolisen ruokavalion vuoksi. (Nysten 2008: 86–87.)

Ravitsemusasiantuntijat painottavat näkemyksissään rationaalisuutta, mitä Elintarvikeviraston erikoistutkija ja rekisteröitynyt toksikologi Pirjo-Liisa Penttilän kannanotto tukee. Elintarvikkeiden lisäaineita pidetään usein täysin tarpeettomina, ja niistä käydään jatkuvasti keskustelua julkisuudessa, mutta Penttilä on asiasta eri mieltä. Hänen mukaansa lisäaineita lisätään tarkoituksellisesti ruokaan hyödyllisen ja halutunlaisen teknologisen vaikutuksen tuomiseksi. EU:n direktiivit säätelevät lisäaineiden käyttöä, ja niiden turvallisuus varmistetaan elintarvikevalvonnan avulla. (Penttilä 2001.)

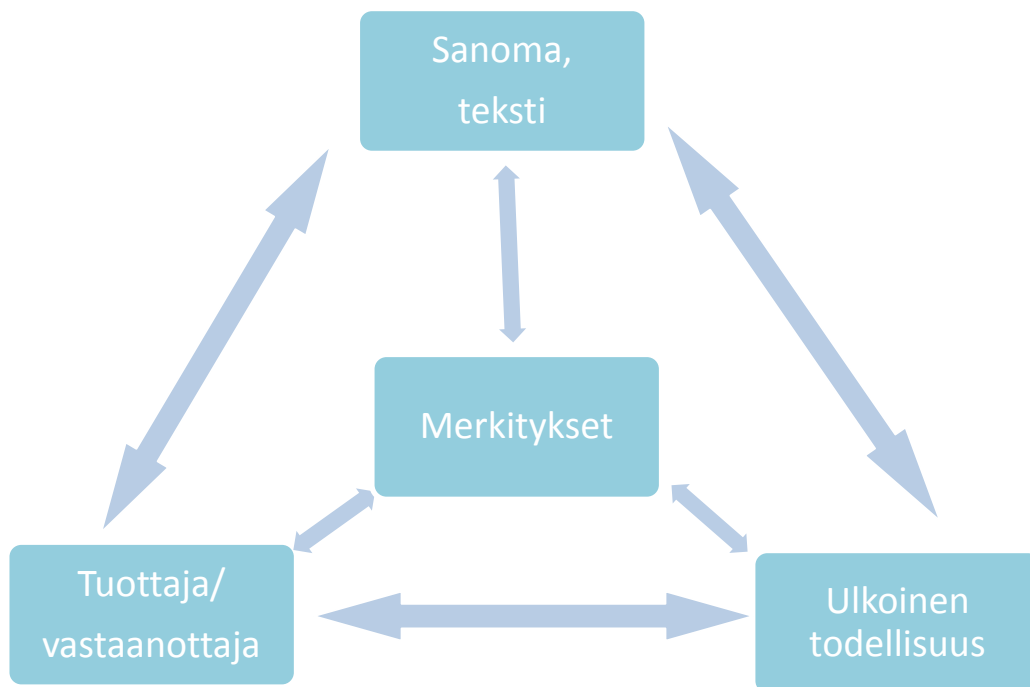
Lainsäädännöstä ja valmistajista poiketen, ravitsemuksen asiantuntijat painottavat erityisesti kuluttajan omaa vastuuta asian suhteen. Lakien avulla vastuuta vieritetään enemmän asiantuntijoiden ja lainsäätäjien harteille. Ravintoasiantuntijat eivät kiellä joidenkin lisäaineiden haittoja, mutta sen sijaan he painottavat jokaisen yksilöllisiä reaktioita ja siten vastuunkantoa omien tuntemuksien perusteella. Valmistajien kohdalla riskinäkökulma lähes kielletään ja sen sijaan keskitytään lisäaineiden turvallisuuteen ja tutkimustietoon. Valmistajien suhtautumiselle peruste löytyy siitä, että kuluttajien saadessa informaatiota ruoan terveystarpeista, moni alkaa etsiä terveellisempiä vaihtoehtoja nykyiselle kulutukselleen (Eom 1992). Siten hyötyjen painottaminen on kestävämpi strategia asiakkaiden suhteen.

2.1.4. Median rooli

Media peilaa kaikkien edellä mainittujen tahojen näkemyksiä ja näiden vuorovaikutusta. Se toimii myös kanavana eri näkökulmien julkaisulle. Viime vuosina mediassa on puhuttu runsaasti ruoasta lähtöisin olevista ongelmista, minkä seurauksena kuluttajat ovat huolestuneempia ruoan turvallisuuteen liittyvistä riskeistä kuin koskaan aikaisemmin. (Kennedy, Worosz, Todd & Lapinski 2008: 691.) Median valta kuluttajiin onkin vahva; erään tutkimuksen mukaan kuluttajat luottavat jopa keittokirjoihin enemmän ruoan turvallisuuskysymyksissä kuin hallinnollisiin julkaisuihin (Buzby & Richard 1994).

Historiallisesti uutismediaa on pidetty ns. neljäntenä säätyinä kirkon, lainsäädännön ja yhteiskunnan jälkeen. Siten journalismin keskeisenä tehtävänä pidetään sitä, että se tarjoaa yhteiskunnan jäsenille mahdollisuuden niin ylläpitää kuin kyseenalaistaa vallalla olevia käsityksiä ympäröivästä maailmasta. Journalismi on julkisen elämän keskiössä

juuri sen vuoksi, että sen vastuulla on tarjota mahdollisimman monipuolinen spektri näkökulmia eri informaatiolähteistä. (Allan 1999: 49–50.) Vaikka perinteisesti kommunikaatio on käsitetty tietyn viestin suuntaamiseksi lähettäjältä vastaanottajalle, voidaan viesti todellisuudessa tulkita lukuisilla eri tavoilla, riippuen vastaanottajasta ja tilanteesta (Livingstone 1990: 79). Kuten Kuvio 2. osoittaa, sanoman ei voida käsittää olevan pelkästään jotakin A:sta B:hen siirtyvää. Sen sijaan se on osa suurempaa suhteiden järjestelmää, jossa oma roolinsa ja vaikutuksensa on vastaanottajalla ja ulkoisella todellisuudella. Sanoman tuottaminen ja vastaanottaminen voidaan käsittää rinnakkaisiksi prosesseiksi, jolloin ne myös paikantuvat tässä suhdejärjestelmässä samaan kohtaan. Kuvion 2. nuolet viittaavat jatkuvaan vuorovaikutukseen ja siihen, että kyseinen rakenne ei ole staattinen, vaan dynaamisesti muuttuva. (Fiske 1993: 14–17.)



Kuvio 2. Sanomat ja merkitykset (Fiske 1993: 17)

Tarkasteltaessa viestintää merkitysten tuottamisena ja vaihtamisena, keskitytään siihen, miten merkitykset syntyvät sanomien ja ihmisten vuorovaikutuksessa. Siten viestinnän käsitetään olevan kytköksissä ympäröivään kulttuuriin ja sen merkityksiin. Viestinnän keskeinen sanoma voidaan nähdä tämän käsityksen mukaan Kuvio 2. kaltaisena merkkirakennelmana, johon latautuu merkityksiä vuorovaikutuksesta vastaanottajien kanssa.

Tärkeintä ei ole sanoman alkuperäisen lähettäjän siihen lataamat merkitykset, vaan itse sanoma ja se, miten se luetaan. Vastaanottajan ja sanoman välille syntyy vuorovaikutus; itse sanoma sisältää omat merkkinsä, jotka lukijan kulttuuristen kokemusten kanssa yhdessä synnyttävät merkityksiä. Tärkeää on se, että vastaanottajalla on jo ennestään jonkinasteinen käsitys siitä, mistä sanomassa on kyse. Vastaanottajat, joilla on erilainen kulttuuritausta tai erilaisia yhteiskunnallisia kokemuksia, voivat löytää samasta sanomasta erilaisia merkityksiä. (Fiske 1993: 14–16.) Kulttuuri ei siten pelkästään määritä sitä, miten ihmiset näkevät asiat, vaan se vaikuttaa myös alitajunnassa; ihmiset liittävät tulkintoihinsa myyttisiä merkityksiä juuri kulttuurin tiedostamattomien vaikutusten seurauksena. Nämä merkitykset eivät ole ilmeisiä, mutta ovat merkki siitä, että tulkittaessa mitä tahansa uutisjuttua, tulkitaan samalla tiedostamattomasti osaa ympäröivästä kulttuurista. (Pietilä 1995: 159–160.)

Maailmassa tapahtuu päivittäin miljoonia asioita, joista uutisiksi valikoidaan vain murto-osa. Jotta tapahtuma on tarpeeksi merkittävä ylittääkseen uutiskynnyksen, sen tulee olla jotakin lähiaikoina tapahtunutta ja merkittävää. Siten jokaisessa kulttuurissa eri asiat koetaan merkittäviksi. Joistakin tapahtumista ei raportoida suuressa määrin, koska niitä ei koeta olennaisiksi maantieteen tai kulttuurissa vallalla olevien käsitysten vuoksi. (Hart 1991: 100–101.) Talvella 2013 sai alkunsa Eurooppaa ravisuttanut hevosenlihaan liittyvä skandaali. Kohu sai alkunsa siitä, kun Irlannissa ja Iso-Britanniassa valmishampurilaisista löytyi naudan sijaan hevosenlihaa ilman, että pakkauksesta löytyi merkintää aiheesta. Skandaali paisui paisumistaan samalla, kun hevosenlihaa löytyi jatkuvasti uusista einestuosista ja näitä tuotteita uusilta Euroopan alueilta. Iso-Britanniassa kohun ennakoitiin vaikuttavan valmisruokien markkinoihin samalla tavalla kuin hullun lehmän tauti BSE vaikutti 1980-luvulla naudanlihan myyntiin: tuolloin kananlihan kysyntä lähti nousuun, kun kuluttajat päätyivät boikotoimaan naudanlihaa. Hevosenlihan löytymisen valmisruoista ilman merkintää pakkauksessa, ennustettiin vähentävän kuluttajien luotamusta ruokaketjua ja ennen kaikkea valmisruokia kohtaan. (BBC 2013.)

Viestinnän kertomuksissa luontaisessa osassa on selektiivisyys. Median tasolla tämä näkyy siten, että eri mediat muokkaavat sanomia oman persoonansa mukaan ja jakavat näitä näkemyksiä yleisönsä kanssa. (Hart 1991: 77–78.) Vaikka uutisten edellytetään olevan itsessään todellisuudesta juontuvaa ja todellisuutta heijastavaa faktaa, on tässä silti todellisuudessa ristiriita: uutinen on loppukädessä tulos monenlaisista arvosidonnaisista valinta-, muokkaus-, järjestely- ja kerronnallistamisoperaatioista. (Pietilä 1995: 96.) Yle uutisoi edellä mainitun skandaalin kääntöpuolesta: hevosenlihan myynti alkoi kukoistaa kohun seurauksena. Moni kuluttaja sai vasta kohun yhteydessä tietää, että

hevosenlihaa löytyy markkinoilta ja siten kiinnostui ostamaan sitä kauppareissun yhteydessä. (Yle Uutiset 2013.) Vastaavasti Britanniassa The Guardian uutisoi pienteurastamojen myynnin kasvaneen merkittävästi ihmisten alkaessa karttaa prosessoituja ruokia. (The Guardian 2013.) Edellä mainittu esimerkki osoittaa, miten kulttuurisidonnaisia saman tapahtumaan liittyvä uutisointi voi olla. Kunkin median menestyminen ja selviytyminen riippuu täysin siitä, miten tehokkaasti se kykenee vastaamaan oikeanlaisten ryhmien intresseihin ja siten pitämään yllä hyvää myyntiä ja houkuttelemaan mainostajia (Hart 1991: 102).

Vaikka mainosten peruspäilyksenä on myydä tuotteita ja palveluita sekä hankkia asiakkaita markkinoille (Hart 1991: 175), toimivat nekin välineinä merkitysten siirtämisessä kulttuurista kuluttajahyödykkeisiin. Oikein valittujen symbolien avulla kuluttajat liittävät tiettyjä kulttuurin piirteitä mainostettavaan tuotteeseen. Mainosten ansiosta tuotteet kantavat lukuisia, erilaisia ja monipuolisia merkityksiä ja voivat siten toimia joko itsensä ilmaisun tai sosiaalisen kanssakäymisen välineenä. Mainosten kuvat ja verbaleinen materiaali ovat merkittävässä roolissa merkitysten siirtämisessä. Pääosin mainosten visuaaliset ominaisuudet yhdistävät ulkoisen maailman ja merkitysten kohteena olevan objektin. Kielellinen puoli ohjaa vastaanottajaa suuntamaan huomionsa visuaalisen osan merkityksellisiin kohtiin. Tekstin ja erityisesti otsikoiden avulla voidaan korostaa ja alleviivata kuvien ominaisuuksia, jolloin annetaan ikään kuin ohjeita siihen, miten mainosta on tarkoitus lukea. Tällöin huomio voidaan kiinnittää merkitysten siirron kannalta olennaisiin tekijöihin. (McCracken 1990: 77–83.)

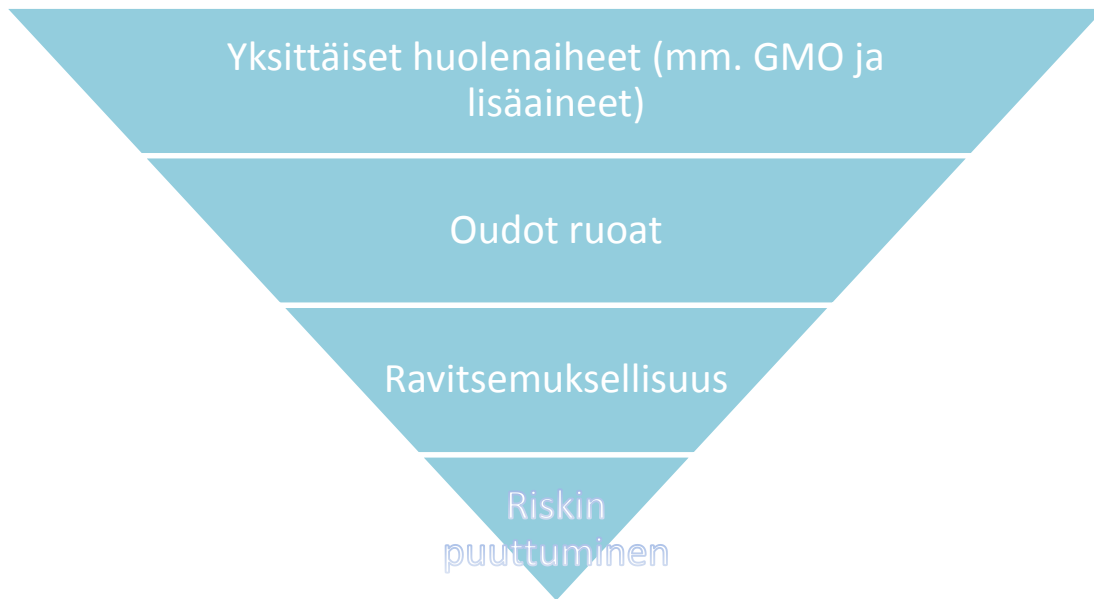
Mainokset toimivat kanavana, jonka kautta merkitykset siirtyvät ympäröivästä kulttuurista tuotteisiin. Mainosten kautta niin vanhat kuin uudetkin tuotteet saavat jatkuvasti uusia merkityksiä. Voidaankin sanoa, että mainokset toimivat kunkin hetkisen kulttuurin merkitysten tulkkina, sillä niiden avulla kuluttajat ymmärtävät kulttuurin sen hetkisten hyödykkeiden merkityksiä. Toisaalta merkitykset voivat siirtyä myös hyödykkeistä kuluttajille. (McCracken 1990: 79, 84.) Merkitys ei olekaan ehdoton ja lukkoonlyöty käsite, vaan se syntyy merkin, ulkoisen todellisuuden ja vastaanottajan dynaamisesta vuorovaikutuksesta. Merkitys on sidoksissa historiaan ja siten se saattaa hyvinkin muuttua ajan mittaan. (Fiske 1993: 69.) Lisäksi ajoittain oletetaan, että tekstin ja lukijan välillä syntyvä merkitys saataisiin selville analysoimalla pelkästään tekstiä. Sen sijaan siihen vaikuttavat niin tekstin ominaisuudet aina sen alkuperästä kulttuuriin kuin myös lukijan odotukset, tiedot, kiinnostuksen kohteet, ymmärrys kuin myös sosio-kulttuurinen tausta. (Livingstone 1990: 95–96.)

Median rooli yhteiskunnassa on ollut jo historiallisestikin vahva. Se on edelleen julkisen elämän keskiössä, sillä sen odotetaan tuovan monipuolisesti esiin näkökulmia eri informaatiolähteistä. Viestinnässä olennaisessa osassa on kulttuurin merkitysten tuottaminen ja vaihtaminen, mikä edellyttää sitä, että vastaanottajalla tulisi olla jo ennestään jonkin asteinen käsitys sanoman sisältämistä merkityksistä. Medialle ominaista on hyödyntää stereotyyppioita todellisuuden kuvaamisessa. Lisäksi media valikoi tarkasti, kuka toimii tietyn ryhmän edustajana tai toisaalta sen, mitä merkityksiä vastaanottajien halutaan yhdistävän sanomaan. (Hart 1991: 83–84.) Kulttuurin merkitysten ymmärtäminen nousee olennaiseen osaan mediaa tulkitessa. Kuten edellä mainittu hevosenlihaskandaali osoitti, samakin aihe voi nousta otsikoihin useissa eri kulttuureissa, jos aihe on tarpeeksi yleismaailmallinen. Kyseinen skandaali osoitti myös sen, että ruoan turvallisuus on aihe, joka kiinnostaa ihmisiä ja saa nopeasti aikaan muutoksia jopa kuluttajakäyttäytymisessä.

2.2. Ruoan turvallisuuden ulottuvuudet

Turvallisen ruoan käsite koostuu useista eri elementeistä (ks. Kuvio 3.). Ravitsemuksellisesta näkökulmasta katsottuna turvallinen ruoka sisältää niitä ravintoaineita, joita ihminen tarvitsee pysyäkseen terveenä ja välttyäkseen pitkäaikaisilta sairauksilta. Ruokaan liittyvästä turvallisuuskäsitelmästä katsottuna turvallinen ruoka ei sisällä toksineja, tuholaismyrkkyjä tai saasteita, eikä myöskään viruksia tai bakteereja. (Roberts 2001: 4.)

Kuvion 3. mukaan ruoan turvallisuus voidaankin määritellä joko kapeasti tai väljemmin; sen voidaan ajatella olevan ruokaan liittyvän riskin vastakohta (esimerkiksi taudilta välttyminen tiettyä ruokaa syödessä) tai vastaavasti sen voidaan käsittää koostuvan ruoan ravitsevista ominaisuuksista sekä laajamittaisemmasta huolesta outoja ruokia kohtaan. Tästä toimiva esimerkki on monen eurooppalaisen kuluttajan epävarmuus geneettisen manipulaation suhteen. (Grunert 2005: 381.) Huolenaiheisiin lukeutuvat myös dioksiinin ja torjunta-aineiden jäämät, taudit kuten BSE ja salmonella, ruoan säteilyttäminen, geneettisesti manipuloitu ruoka ja ruoan kemikaalit. (Brimer ym. 2004: 23–24.) Tutkimuksen kannalta myös lisäaineet voidaan nähdä olennaisena esimerkkinä laajemmasta huolestuneisuudesta.



Kuvio 3. Ruoan turvallisuus

Yhdysvalloissa vuonna 2004 tehdyn tutkimuksen mukaan suuri enemmistö (89 % vastanneista) piti ruoan turvallisuuteen liittyviä ongelmia merkittävämpinä kuin ongelmia liittyen turvalliseen juomaveteen, rikosten ehkäisemiseen, terveyteen ja ravitsemukseen tai ympäristöön. (Anon 2004.) Ruokaan liittyvät uhat voidaan jakaa kemiallisiin, mikrobiologisiin ja fyysisiin. Kemiallisiin uhkatekijöihin lukeutuvat lisäaineet, mutta myös allergisoivat ainesosat, eläimiin käytetyt antibiootit, tuholaismyrkyt ja toisaalta myös luonnolliset toksiniit. Bakteerit, virukset ja alkueläimet synnyttävät mikrobiologisia uhkia. Fyysisistä vaaraa ruoassa seuraa sen valmistusvirheistä. Siten vastuu ruoan turvallisuuden varmistamisesta kuuluu useille eri osapuolille: tuottajille, teollisuudelle, valtiojohdolle sekä kuluttajille. (Roberts 2001: 3-4.)

Vuonna 2004 toteutetussa Trust in Food-tutkimushankkeessa selvitettiin kuluttajien kokemaa luottamusta ruokaa kohtaan eri Euroopan maissa. Suomessa ollaan tutkimuksen mukaan luottavaisimpia ostetun ruoan turvallisuuden suhteen. Kuten taulukko 1. esittää, eri maat poikkeavat huomattavasti toisistaan suhteessa ruoan turvallisuuteen. Koska suuressa määrin ruoan turvallisuuteen luottavien osuudet olivat maittain 8-57 prosenttia, voidaan suomalaisia (59 prosenttia) pitää erittäin luottavaisina muihin maihin verrattuna. (Piiroinen ym. 2004: 42-43.)

Taulukko 1. Luottamus ruoan turvallisuuteen maittain (%) (Piiroinen ym. 2004: 44)

	Luottaa ostamansa ruoan turvallisuuteen		
	Suuressa määrin	Jossain määrin	Hyvin vähän
Suomi	59	40	1
Norja	57	34	9
Iso-Britannia	49	40	11
Tanska	35	56	9
Läntinen Saksa	30	47	23
Itäinen Saksa	30	46	24
Italia	14	55	31
Portugali	8	61	31

Tämän luvun tavoitteena on luoda ymmärrys keskeisistä näkökulmista ruoan turvallisuuteen. Aihetta lähestytään tarkastelemalla kuluttajien suhtautumista ruokaan liittyviä riskejä kohtaan. Myös kuluttajien suhtautuminen toimijoihin on tärkeä aihe ruoan turvallisuuden kokemisen kannalta. Koska lisäaineista puhuttaessa turvallisuus nousee usein esiin, on järkevää perehtyä laajemmin ruoan turvallisuuteen. Tällä tavoin on mahdollista ymmärtää paremmin kuluttajien suhtautumista yksittäistä teemaa, lisäaineita, kohtaan.

2.2.1. Kuluttajien suhtautuminen ruoan riskeihin

Eurooppalaiset kuluttajat ovat huolestuneita ruoan turvallisuuteen ja terveellisyteen liittyvistä kysymyksistä. Taulukko 2. osoittaa, että heitä huolestuttaa ainakin kolmelle eri tasolle luokiteltavat ongelmat, joista kaikkein yleisimmin ruokaketjun eettiset kysymykset, kuten ruoan turvallisuus, jolla nähdään olevan yhteys esimerkiksi tuotantoeläimille syötettyihin antibiootteihin. Myös ruoan laatu, terveellisyys ja toisaalta myös eläinten ja ympäristön sekä viljelijöiden hyvinvointi herättävät kuluttajissa epätietoisuutta. Toiseksi kuluttajat ovat tyytymättömiä luotettavan ja objektiivisen informaation puutteen vuoksi ja pohtivat vastaanottamansa informaation todenperäisyyttä. Toisaalta he tiedostavat, että informaation ei aina ole mahdollista olla neutraalia. Sen sijaan he toivoisivatkin, että kuluttajien erot ja erilaiset preferenssit otettaisiin paremmin huomioon. Kolmanneksi kuluttajia huolestuttaa ruoan tuotantoketjun ja kuluttajien välille kasvanut kuilu: kuluttajat kokevat olevansa ulkopuolisia. Osa kuluttajista tahtoisii ottaa osaa

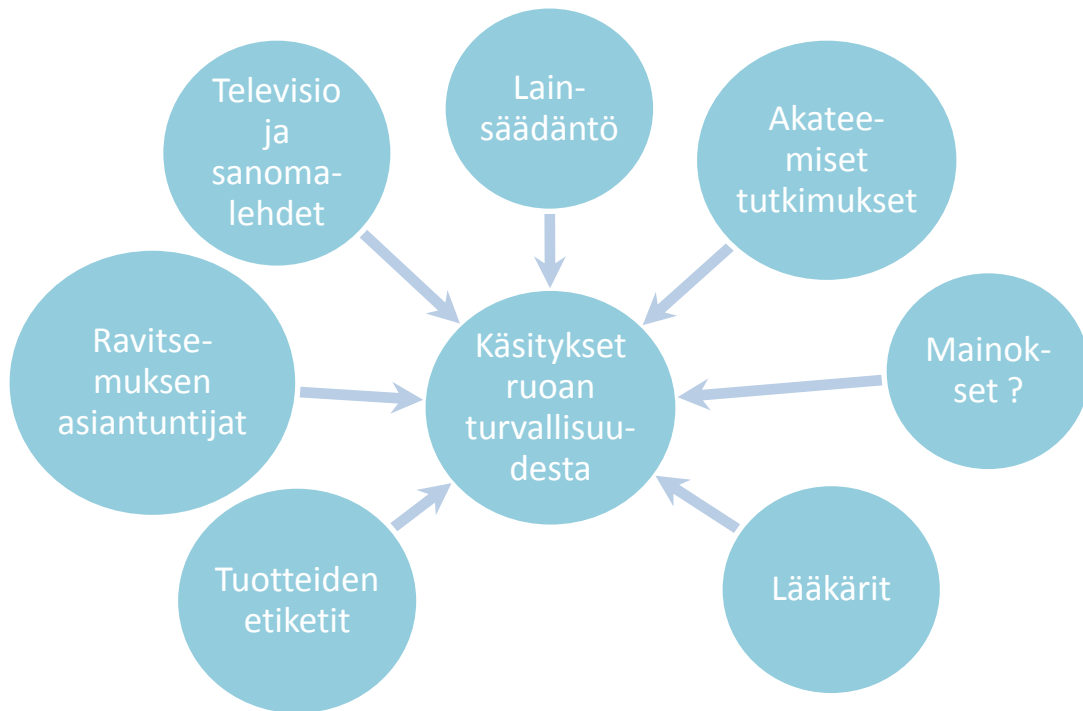
tuotantoketjuun ja pohtii sen vuoksi kysymyksiä esimerkiksi ruoan alkuperästä. He kokevat häiritsevänsä sen, etteivät saa mieltään askarruttaviin kysymyksiin tarpeeksi kattavia vastauksia. (Korthals 2008: 250–252.)

Taulukko 2. Eurooppalaisia kuluttajia huolestuttavat kysymykset ruoan turvallisuuteen liittyen Korthalsin (2008) mukaan

Ongelma	Huolenaiheita
Ruokaketjun eettiset kysymykset	Ruoan laatu, turvallisuus, terveellisyys. Eläinten, ympäristön ja viljelijöiden hyvinvointi.
Informaation todenperäisyys	Tyytymättömyys luotettavan informaation saatavuuteen. Puutteellinen kuluttajien erojen huomioiminen.
Tuotantoketjun ja kuluttajien välinen kuilu	Kuluttajien kokemat heikot vaikuttamisen mahdollisuudet ja siitä johtuvat kysymykset mm. ruoan alkuperästä.

Rakennettaessa käsitystä ruoan turvallisuudesta, informaatiota haetaan usein monista eri lähteistä (Kuvio 4.). Suuri osa ihmisistä hankkii tietoa ruoan turvallisuudesta televisiossa ja sanomalehdistä, mutta tietoa haetaan myös lainsäädännöstä, akateemisista tutkimuksista, ravitsemuksen asiantuntijoilta sekä lääkäreiltä. Koska elintarvikkeisiin on nykyaikana merkitty kattavat tuoteselosteet, tärkeää tietoa tuotteista löytyy myös tätä kautta. Tosin luottamus tuotteiden etikettien sisältöön vaihtelee eri kuluttajien keskuudessa. Informaatiolähteiden monipuolisuudesta johtuen, eri kuluttajat hakevatkin tietoa eri lähteistä. (Tonsor, Schroeder & Pennings 2009: 627; Buzby & Ready 1996.)

Toisaalta on myös pieni joukko ihmisiä, joka ei edes lähtökohtaisesti kiinnitä huomiota ruoan turvallisuuteen liittyvään informaatioon. Mainosten informaatio ruoan turvallisuudesta ei ole kuluttajien mielissä kovin luotettavaa. (Buzby & Ready 1996.) Kiintoisaa on pohtia, onko mainosten informaatiolla tästä huolimatta vaikutusta ihmisiin? Kenties kuluttajat eivät pidä mainoksia uskottavina, mutta onko asia silti todellisuudessa niin, että niillä ei olisi kuluttajiin vaikutusta?

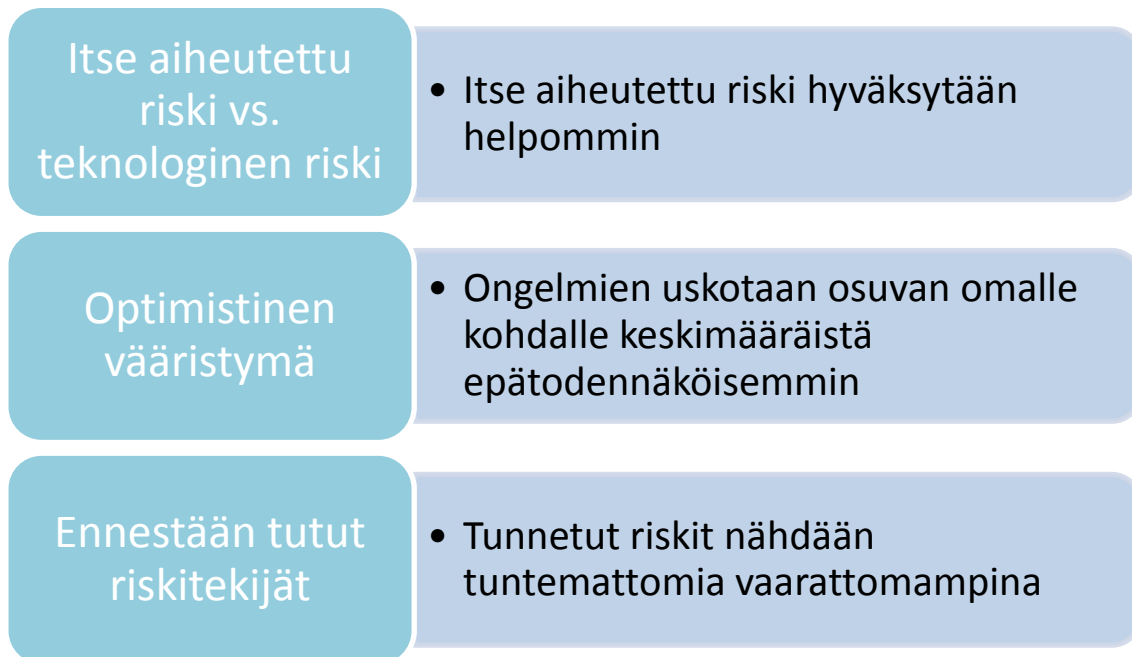


Kuvio 4. Informaatiolähteet ruoan turvallisuuskäsitysten muodostumisessa

Ruoan turvallisuudesta voidaan erottaa objektiivinen ja subjektiivinen turvallisuus. Objektiivinen turvallisuus määritellään liittyvän tietyn ruoan syömiseen liittyväksi riskiksi. Subjektiivinen turvallisuus taas on kuluttajan pään sisällä, ja kyseiset turvallisuuden käsitykset eroavat toisistaan useilla eri tavoilla. Vasta viime aikoina on ymmärretty tämän eron merkitys, ja kuluttajien käsityksiin riskistä ja turvallisuudesta on alettu suhtautua sellaisina kuin ne koetaan. (Grunert 2005: 381.) Kuluttajien uskotaan muodostavan esimerkiksi subjektiivisia todennäköisyyksiä riskistä erikseen kussakin tilanteessa (Tonsor ym. 2009: 628).

Ruokaan liittyvät riskit voidaan jakaa perinteisiin, kuten ruokamyrkytyksiin, ja moderneihin riskeihin, joiden nähdään saaneen alkunsa hullun lehmän taudista ja bioteknologian synnystä. Nämä riskit ovat kaukana toisistaan, sillä nykyaikaisia riskejä on hankalampaa säännöstellä ja siten välttää. (Buchler ym. 2010: 354.) Kuluttajien riskin kokemista on tutkittu laajasti. Aiheeseen liittyen on tutkittu erilaisia säännönmukaisuuksia, joista Grunert (2005: 382) keskittyy kolmeen vankkaan ilmiöön (Kuvio 5.). Ensiksi, kuluttajat hyväksyvät paremmin itse aiheutetun kuin teknologisen riskin. Siten itse valmistettu ruoka koetaan tehtaassa valmistettua turvallisemmaksi. Toisaalta kuluttajat

uskovat, että turvallisuuteen liittyvät ongelmat osuvat omalle kohdalle keskimääräistä epätodennäköisemmin. Tämä ilmiö tunnetaan niin kutsuttuna optimistisena vääristymänä (engl. *optimistic bias*). Kolmanneksi, ennestään tunnetut riskit koetaan vähemmän vaarallisina kuin tuntemattomat, mikä selittää esimerkiksi geenimanipulaatioon suhtautumista.



Kuvio 5. Kolme keskeistä ilmiötä kuluttajien riskin kokemisessa Grunertin (2005) jaottelun mukaan

Yksilön tapa käsitellä riskiä ja määritellä se vaihtelee sosiaalisen aseman ja statuksen mukaan (Buchler ym. 2010: 354). Sukupuoli, koulutus, ikä, sosio-ekonominen status sekä uskonnollisuus ovat tekijöitä, joilla on yhteys riskin kokemiseen. Kyseiset tekijät vaikuttavat siihen, minkälaista tietoa kuluttajat voivat riskeistä hankkia, miten hyvin he tuntevat riskit ja toisaalta siihen, miten he kontrolloivat riskejä ja valitsevat kuluttamiinsa tuotteita. Myös kulttuurillisilla ja henkilökohtaisilla arvoilla on merkitystä sen suhteen, miten kuluttajat riskeihin suhtautuvat. Edellä mainitut tekijät määrittelevät sen, miten kuluttajat määrittelevät ruokiin liittyviä riskejä ja tekevät kulutusvalintojaan. (Buchler ym. 2010: 370.)

Ruoan riskeistä puhuttaessa tietyt ryhmät erottuvat joukosta huolestuneisuudellaan. Tutkimuksen kannalta on mielenkiintoista havaita näiden samojen ryhmien jakavan huolta erilaisista ruokaan liittyvistä riskeistä. Moderneista riskeistä, kuten lisäaineista, ollaan perinteisiä riskejä laajemmin huolestuneita. Tämä ilmenee siten, että suurin osa ihmisistä toivoisi päättäjien säännöstelevän ruokajärjestelmää. Kuitenkin erityisesti naiset ja vanhemmat ihmiset kokevat modernit riskit erityisen huolestuttavina. (Buchler ym. 2010: 367–371; Tonsor ym. 2009: 640.) Naisten ja vanhempien ihmisten huoli riskejä kohtaan tulee esiin myös Milesin & Frewerin (2001: 60) tutkimuksessa. Heidän mukaansa ruoan uhkista puhuttaessa kuluttajat kokevat olevansa erityisen huolestuneita terveydestään. Tämä ilmenee siinä, että terveydentilastaan erityisen kiinnostuneet ihmiset kiinnittävät enemmän huomiota ruoan riskeihin. Myös naiset ja vanhemmat ihmiset ovat riskeistä huolestuneempia, mikä toisaalta saattaa selittyä edellä mainitulla syyllä: kenties he ovat myös muita kiinnostuneempia terveydestään.

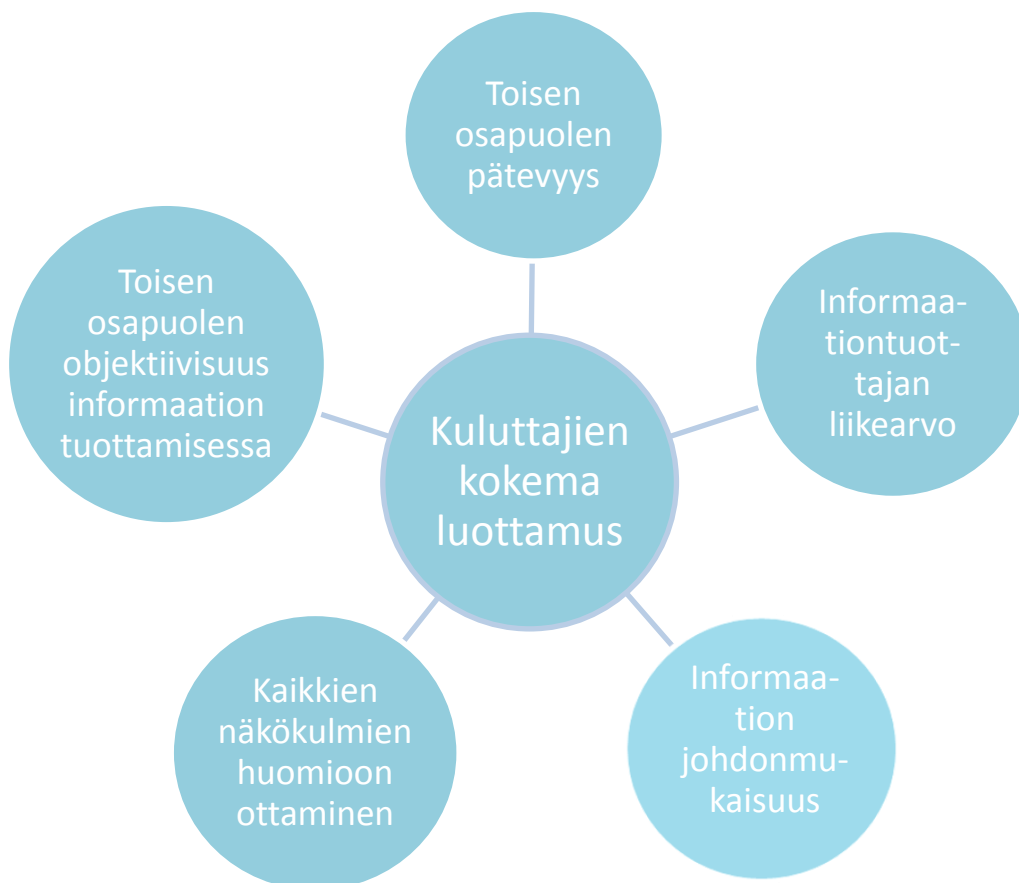
Myös Eomin (1992) mukaan yksilön suhtautuminen terveyttään kohtaan on merkittävä tekijä riskin kokemisessa. Hänen tutkimuksessaan kuluttajan aikaisempi kiinnostus omaa terveyttään kohtaan tuli esiin suhtautumisessa torjunta-aineiden riskejä kohtaan. Hedelmien ja vihannesten pienemmästä torjunta-aineiden riskistä kertovalla informaatiolla oli suurempi vaikutus juuri terveydentilastaan huolestuneisiin kuluttajiin. Kyseiset kuluttajat olivat halukkaampia maksamaan enemmän pienemmän riskin tuotteesta. (Eom 1992.) Myös fyysisesti erittäin hyvin voivat ovat useammin huolestuneita ruoan turvallisuuteen liittyvistä ongelmista (Arbindra, Fletcher, McWatters, Misra & Deodhar 2001: 18). Edellä mainittujen ryhmien lisäksi vanhemmat, joilla on pieniä lapsia, ovat kiinnostuneempia ruoan riskeistä (Radam ym. 2010: 71). Heidän tapauksessaan kiinnostus terveyttä kohtaan ylittää oman terveydentilan lisäksi lasten terveyteen. Kuitenkin yhdistävä tekijä muiden huolestuneiden ryhmien kanssa on ruoan riskien tarkastelu terveyden näkökulmasta.

Ruokaan liittyvän riskin kokemiseen vaikuttaa siis useampi eri tekijä samaan aikaan, ja riskin kokeminen on yksilöllistä. Kuluttajat kokevat suurempaa turvallisuusriskiä sellaisia ruokia kohtaan, joita he eivät tunne hyvin tai joita he eivät voi itse valita. Lisäksi ruokaan liittyvän riskin kokeminen sekä siihen asennoituminen liittyvät sosio-ekonomisiin ominaisuuksiin, aikaisempiin kokemuksiin sekä kulttuuriin. Myös erilaisiin informaatiolähteisiin kohdistuva luottamus liittyy riskiin asennoitumiseen. (Tonsor ym. 2009: 626–627.) Yksilöllisistä suhtautumistavoista huolimatta esiin nousi erityisesti terveydestä kiinnostuneet kuluttajat, jotka suhtautuvat ruoan moderneja riskejä kohtaan muita varauksellisemmin. Seuraavaksi tarkastellaan lähemmin kuluttajien suhtautumista

toimijoita kohtaan, sillä tällä tavoin saadaan uusi näkökulma ruoan turvallisuuskeskusteluun.

2.2.2. Kuluttajien luottamus toimijoihin

Euroopan komissio on julkaissut elintarvikkeiden turvallisuutta käsittelevän valkoisen kirjan (2000), jossa tärkeäksi elintarvikkeepolitiikan tavoitteeksi listataan kuluttajien luottamuksen palauttaminen ja säilyttäminen. Tämä oli yksi syy EFSA:n perustamiseen. Myös Pohjoismaiden tasolla elintarviketurvallisuus on merkittävä poliittinen kysymys. Suomen kansallinen elintarvikkeiden laatustrategia alleviivaa jäljitettävyyden, läpinäkyvyyden, yhteistyön, vastuun sekä avoimuuden tärkeyttä. Siihen, millaiseksi luottamuksen sosiaalinen ja kulttuurinen ulottuvuus rakentuvat, vaikuttaa yhteiskunnan eri toimijoiden, instituutioiden, tuotannon, jakelun ja kulutuksen lisäksi erilaiset vallalla olevat käsitykset ja uskomukset. (Piiroinen ym. 2004: 3-4.)



Kuvio 6. Kuluttajien luottamukseen vaikuttavat tekijät ruoan informaation suhteen mukaan Renniä & Levinea (1991)

Renn & Levine (1991) ovat tunnistaneeet viisi tekijää, jotka vaikuttavat kuluttajien luottamukseen: (i) toisen osapuolen koettu pätevyys; (ii) toisen objektiivisuus informaation tuottamisessa; (iii) se, missä määrin toinen osapuoli ottaa huomioon kaikki relevantit näkökulmat; (iv) informaation johdonmukaisuus; sekä (v) informaationtuottajan liikearvo (good will). Nämä tekijät on hahmoteltu Kuvioon 6.

Rennin & Levinen yksittäisen kuluttajan kokemaa luottamusta voisi hahmottaa esimerkin kautta. Siinä, missä suuret ruokatalot ovat viime aikoina menettäneet asiakkaitaan valmisruokamarkkinoilla, pienemmät valmistajat ovat saaneet jalansijaa. Snellmaniin kuuluva Kokkikartano on kuluttajatrendien seurauksena vähentänyt lisäaineita. (Hertsi 2012: 6-7A.) Siten kuluttajat saattavat nähdä Kokkikartanon pätevänä toimijana (i), sillä se on vastannut nopeasti kuluttajien tarpeisiin. Koska kyseessä on pieni valmistaja, voivat kuluttajat mieltää sen suurempia objektiivisemmaksi (ii); pienet toimijat hyötyvät lähiruoan ja kotiruoan kasvaneesta arvostuksesta. Toisaalta Kokkikartanon pienemmät resurssit saattavat herättää epäilyksiä siitä, kykeneekö yritys ottamaan laajasti eri näkökulmia huomioon (iii?). Silti informaatio on koettu johdonmukaisena (iv) ja uskottavana, sillä kuluttajat ovat valmiita maksamaan 2-3 kertaa isoja kilpailijoita korkeampaa hintaa (Hertsi 2012: 6A). Korkeampi hinta vaikuttaa myös positiivisesti liikearvoon (v). Siten esimerkin tapauksessa Kokkikartanoa kohtaan koettaisiin hyvinkin vahvaa luottamusta.

Toisaalta merkittävä tekijä kuluttajien asenteissa ruoan turvallisuuteen liittyviä säädöksiä kohtaan on heidän huolestuneisuutensa. Myös ruokaan liittyvä kulutuskäyttäytymisen on vahvassa yhteydessä asenteisiin. Ne, jotka eivät usko säädöksiin olevan tarpeeksi riittäviä ja tehokkaita, ovat yleisemmin huolestuneita ruoan turvallisuuteen liittyvistä uhkatekijöistä ja siten alttiimpia muuttamaan kulutuskäyttäytymistään kuin säädöksiin tyytyväiset. (Arbindra ym. 2008: 15.) Toisin sanoen ne kuluttajat, jotka luottavat paljon elintarvikeketjun eri toimijoihin, eivät ole erityisen huolissaan ruoan turvallisuusriskeistä. Vastaavasti taas ne kuluttajat, jotka luottavat asiantuntijoiden mielipiteisiin, ovat enemmän huolissaan turvallisuudesta. (Arbindra ym. 2008: 16; Kennedy ym. 2008: 702; Tonsor ym. 2009: 639.) Ne kuluttajat, jotka kaikkein herkimmin huolestuvat ruoan turvallisuudesta, murehtivat eniten myös siitä, miten laajasti ruokaan liittyvät sairaudet iskevät, sekä johtavat sairaalaan tai kuolemaan. (Kennedy ym. 2008: 701.)

Kuluttajien opastaminen uhkien pienentämiseksi auttaa vähentämään huolestuneisuutta (Arbindra ym. 2008: 19). Ruoan jäljitettävyyden mahdollisuus takaa paikkansapitävän

informaation koskien ruoan alkuperää ja ominaisuuksia. Siten kuluttajille potentiaalista riskiä aiheuttavat ruoat voidaan tunnistaa ja vetää pois markkinoilta, jolloin myös kuluttajien luottamus säilytetään. (Kher, Frewer, De Jonge, Wentholt, Davies, Luijckx & Cnossen 2010: 271–282.) Euroopasta alkunsa saaneen lihakohun (ks. luku 2.1.4) myötä myös muun muassa Etelä-Afrikassa alettiin tutkia lihavalmisteita, ja yli kahdesta kolmasosasta testatuista tuotteista löytyi ainesosia, joista ei ollut merkintää pakkauksessa. Tutkimuksen mukaan sianliha- ja kanatuotteista löytyi aasia, vesipuhvelia ja hanhea. Osasta tutkittuja lihatuotteita löytyi myös kasviperäisiä ainesosia. Eläintieteiden professori Louw Hoffman arvioi väärin merkittyjen tuotteiden myymiseen syyksi liian löyhästi noudatetut säädökset. Hänen mukaansa tutkimuksen löydöksiensä haittavaikutukset eivät rajoitu pelkästään ruokien merkintöjen säätelyyn, vaan niillä on myös taloudellisia, uskonnollisia, terveydellisiä ja eettisiä vaikutuksia. (The Telegraph 2013.) Kuluttajien käsitykset ruoan jäljitettävyyden mahdollisuuksista ovat melko vähäisiä. Tältä kannalta katsottuna tuotantoketjun läpinäkyvyys ruoan turvallisuuden varmistamiseksi on jokseenkin niukkaa. Tosin kuluttajat itse kokevat jo pelkän jäljitettävyyden mahdollisuuden lisäävän luottamustaan. (Kher ym. 2010: 271–282.)

On mielenkiintoista nähdä, minkälaisia seurauksia lihaskandaalilla on kuluttajien kokemaan luottamukseen. Kuviota 6. mukailleen ainakin toimijoiden pätevyys, objektiivisuus ja johdonmukaisuus ovat saattaneet kokea kolauksen kuluttajien suhtautumisen taholta. Siitä huolimatta on otettava huomioon, että usein kuluttajien käyttäytyminen on ristiriidassa heidän asenteidensa kanssa, mikä ilmenee erityisesti suhtautumisessa terveysterveisiin. Monet kuluttajat ilmaisevat huolensa ruoan turvallisuuden suhteen, mutta silti vain harvat muuttavat ostokäyttäytymistään huolestuneisuutensa perusteella. (Arbindra ym. 2008: 43.) Vaikka kuluttajat tiedostavatkin, etteivät prosessoidut ruoat ole aina välttämättä terveellisiä, niiden kulutus lisääntyy silti jatkuvasti. Ihmiset eivät tahdo ruoan sisältävän aineita, jotka voisivat olla heille haitallisia. Siitä huolimatta he kuitenkin pitävät elintarvikevalmistajien ja –brändien tehtävänä varmistaa, ettei näin myöskään ole; he näkevät, että on valmistajien vastuulla tehdä terveellistä ruokaa, joka ei sisällä liikaa haitallisia aineita. (Marketing Week 2005.)

Jäljitettävyyden on yksi merkittävin tekijä kuluttajien luottamuksen palauttamisessa, ja Van Rijswijkin & Frewerin tutkimuksen (2012) mukaan kuluttajat uskovat ruoan jäljitettävyyden kannalta alkuperän olevan tärkein ominaisuus. Erityisesti jäljitettävyyden mahdollisuutta kaivataan tuoreille sekä nopeasti pilaantuville tuotteille. Eomin tutkimus tukee tätä, sillä sen mukaan torjunta-aineiden jäämät tuoretuotteissa koetaan yhtenä merkittävänä huolenaiheena ruoan turvallisuuteen liittyen (Eom 1992). Toisaalta osa

kuluttajista toivoo jäljitettävyyttä prosessoiduille tuotteille, minkä vuoksi erilaiset tarpeet on otettava huomioon. Kuluttajat toivovat löytävänsä kattavasti tarvitsemaansa tietoa mieluummin tuotteiden etiketeistä kuin tarvetta joutua etsimään sitä esimerkiksi myymäläympäristöstä tai Internetistä. (Van Rijswijk & Frewer 2012: 285–288.)

Lihajalostusyhtiö HKScan myi aikaisemmin mainitun hevosenlihakohun aikaan ulkomaalaista hevosenlihaa suomalaisena einesvalmistaja Vaasan Oy:lle. Tuoteselosteessa alkuperämaaksi oli merkitty Suomi, vaikka liha todellisuudessa oli peräisin Kanadasta. HKScanin mukaan virheen taustalla oli inhimillinen erehdys, eikä alkuperämaa vaikuttanut tuotteen turvallisuuteen. (Turun Sanomat 2013.) Kuitenkin epäonnistuminen jäljitettävyyden mahdollistamisessa saattaa johtaa kuluttajien boikotointiin tiettyjä tuotteita tai tuotekategorioita kohtaan, sekä menetettyyn luottamukseen eri instituutioita kohtaan. (Van Rijswijk & Frewer 2012: 286–288.) Kenties erehdys ei todellisuudessa vaikuta suoraan ruoan turvallisuuteen, mutta onko sillä silti vaikutusta kuluttajien mielikuviin tuottajista? Mikäli tämänkaltaiset tapaukset nakertavat kuluttajien luottamusta toimijoita kohtaan, vaikuttavatko ne sitä kautta myös epäsuorasti mielikuviin tuotteiden turvallisuudesta?

Frewer, Hedderley & Shepherd (1998) osoittavat, että se onko informaatio todistettu oikeaksi vai vääräksi, sekä miten puolueettomaksi lähde koetaan, vaikuttavat informaation lähteen luotettavuuteen. Yleisesti luotettuja lähteitä pidetään taitavina, hyvän informaation tuottajina. Kuluttajien uskoessa, ettei mahdollisesta riskistä ole selkeitä arvioita, luottamuksella on merkittävä rooli kuluttajien riskikäyttäytymisessä. (Frewer ym. 1998.) Toisistaan on kuitenkin hyvä erottaa käsitteellisesti luottamus yksilöön (*confidence*) ja järjestelmää kohtaan koettu luottamus (*trust*). Ensin mainittu perustuu henkilökohtaisiin suhteisiin, joita on pyritty osaltaan hyödyntämään viime aikoina esimerkiksi lähiruoan ja suoramyyntien yhteydessä; kenties ruokaskandaalien jälkeen pyritään rakentamaan uudelleen luottamusta kuluttajan ja tuottajan välille henkilökohtaisten kohtaamisten avulla. (Piiroinen ym. 2004: 3-4.)

Kuluttajat, jotka ruoan riskiä arvioidessaan tukeutuvat vahvasti eri väitteiden uskottavuuteen, kokevat suurempaa turvallisuusriskiä. Tämän vuoksi teollisuuden ja lainsäädännön tulisi pyrkiä varmistamaan, että erilaisiin väittämiin liittyvä viestintä olisi paikansäilyttävää ja helposti kuluttajien saatavilla. Kuitenkin tämä saattaa olla vaikeasti saavutettavissa, sillä erilaisiin tekijöihin liittyvä viestintä on markkinoinnillisista syistä tarkoituksellisesti muokattu erilaatuisiin muotoihin. Siten eri kuluttajat saattavat päätyä erilaisiin tulkintoihin. Sen vuoksi viestinnän sisällön lisäksi toimijoiden täytyisi kiinnit-

tää huomiota sen jakamisen välineisiin. (Tonsor ym. 2009: 640.) Tällöin kuluttajien luottamuksen muodostuminen toimijoita kohtaan voisi tapahtua tehokkaammin.

Kuluttajien luottamuksen rakentuminen on moninainen ilmiö. Toisaalta kuluttajat ovat kiinnostuneita hakemaan ruokaan liittyvää informaatiota jopa useista eri lähteistä, mutta silti vastuu luottamuksen syntymisestä asetetaan muiden toimijoiden harteille. Teollisuuden luottavat kuluttajat ovat ruoan turvallisuuden suhteen kaikkein luottavaisimpia. Kuitenkin ruokaketjun toiminta joutuu skandaaleissa kyseenalaiseen valoon, sillä kuluttajat saattavat epäillä toimijoiden luotettavuutta. Mielenkiintoista onkin selvittää, millälaisia vaikutuksia kuluttajien yleisellä luottamuksen vähenemisellä on lisäaineita kohtaan koettuun luottamukseen.

2.3. Lisäainekeskustelun teemoja

Jo aikaisista ajoista lähtien ihminen on pyrkinyt tekemään ruoan tarjonnastaan turvallisempaa ja pitkäkestoisempaa. Historiankirjoissa vanhin merkintä ruoan säilönnästä löytyy antiikin Egyptin ajoilta, jolloin jyviä kuivattiin ja säilöttiin myöhempää käyttöä varten. (Roberts 2001: 28.) Lisäaineiden ansiosta ihmiset voivat nykyään syödä monipuolisesti ympäri vuoden ilman pakkoa kasvattaa ruoka itse tai käydä ostoksilla päivittäin (Roberts 2001: 6).

Usein ajatellaan kaiken luonnollisen olevan hyödyllistä ja terveellistä, vaikka luonnonaineetkin sisältävät haitallisia aineita, joiden vaikutuksia ei tunneta tarkasti. Toisaalta tuhansia erilaisia mausteita käytetään makua lisäämään, vaikka suurinta osaa ei ole testattu. Vuosisatojen ajan jatkunutta käyttöä pidetään kuitenkin takeena mausteiden turvallisuudesta. (Nysten 2008: 77–79.) Siten vastaavasti ihmiset ovat jo niin tottuneita joihinkin ruoka-aineisiin, ettei niiden turvallisuutta jatkuvasti kyseenalaisteta. Vaikka erilaisia lisäaineita onkin ollut markkinoilla jo kauan, haluaisi silti 66 prosenttia suomalaisista lain rajoittamaan sitä, miten monta eri lisäainetta tuotteessa saa olla (Taloussanomien 2011).

Kuitenkin jo nyt on tehty erilaisia kuluttajansuojaa edistäviä toimia. Nämä säännökset on suunniteltu vahvistamaan kuluttajien päätöksentekoa sekä edistämään kilpailua ja sitä kautta suojelemaan ihmisten terveyttä ja hyvinvointia. Niiden pyrkimyksenä on olla kuitenkin asettamatta samalla kohtuuttomia vaatimuksia yritysten harteille. Tuotteiden etikettien, mainosten sekä Internetin ja muiden kanavien välityksellä tapahtuvan mark-

kinoijien kommunikaation täytyy noudattaa säännöksiä, joiden avulla pyritään varmistamaan informaation laatu ja sujuvuus. Informaation helpposta saatavuudesta on tullut niin lainsäätäjien kuin yritystenkin suosima keino kuluttajasuojan edistämiseksi. Ihanne-tilanteessa tuotteista on kuluttajien saatavilla olennaista informaatiota, mikä mahdollistaa kuitenkin samalla sen, että kuluttajat voivat seurata henkilökohtaisia mieltymyksiään. (Mason & Scammon 2011: 201.) Kehittyneiden maiden kuluttajat ovatkin tulleet vaativammiksi ja kriittisemmiksi, mutta ovat toisaalta ruokavalinnoissaan pirstaloituneet. Elintarvikevalmistajat ovat huomanneet ennen kaikkea sen, että pelkällä hinnalla kilpailu ei ole välttämättä kannattavin yritysstrategia. (Grunert 2005: 369.)

Tässä luvussa tarkastellaan lisäainekeskustelussa esiinousseita teemoja. Yksi keskeinen tema on turvallisuus, josta on jo kauan käyty keskustelua lisäaineiden yhteydessä (Nysten 2008: 77). Kuitenkin kuluttajien kriittisyyden ja vaatimustason noustessa, turvallisuuden rinnalle on noussut muitakin teemoja, kuten terveellisyys ja informaation luotettavuus. Luvun tavoitteena on luoda kokonaisvaltainen ymmärrys siitä, mistä lisäaineisiin liittyen puhutaan.

2.3.1. Lisäaineet turvallisuustekijänä vai riskinä?

Lokakuussa 2012 juomavalmistaja Hartwall päätti vetää Fenix-hyvinvointijuomansa pois kauppojen hyllyiltä. Syynä tähän oli kromikelaatti-niminen aine, jota juomassa käytettiin kromin lähteenä. EU oli vuonna 2007 kieltänyt aineen käytön, mutta Hartwallin viestintäjohtaja Petra Gräsbeckin mukaan yhtiö ei ollut tietoinen siitä, ettei kromikelaatin käyttö ollut enää sallittua EU:ssa. (Helsingin Sanomat 2012c) Herää kysymys, miten tarkasti valvottua lisäaineiden käyttö todellisuudessa on, jos EU:n kieltämää lisäainetta on mahdollista käyttää markkinoilla olevassa tuotteessa vielä viisi vuotta kieltämisen jälkeen? Tässä luvussa tarkastellaan sitä, miten lisäaineiden turvallisuus pyritään varmistamaan ja toisaalta sitä, miten lisäaineiden turvallisuuteen suhtaudutaan.

Elintarvikelainsäädännössä on tarkat määräykset lisäaineiden käytöstä elintarvikkeiden valmistuksessa. Kansainväliset riippumattomat asiantuntijaryhmät, joita ovat YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAO:n sekä maailman terveysjärjestö WHO:n alainen JECFA (*Joint FAO/WHO Expert Committee on Food Additives*) ja EU:n elintarvikealan tiedekomitea SCF (*Scientific Committee on Food*), arvioivat aineiden turvallisuutta. Lisäaineita testataan ennen hyväksymistä erilaisilla kokeilla, joissa testataan aineiden syöpävaaraa sekä myrkyllisiä vaikutuksia. Turvallisuuden arvioinnin apuna käytetään myös päivittäistä saantisuosituksia. (Evira 2012.)

Robertsin mukaan suurin osa lisäaineista on turvallisia kaikille ihmisille. Kuitenkin osa väestöstä on yliherkkiä joillekin aineille; he kärsivät allergioista, joissa kehon immuunisysteemi reagoi ruoka-aineisiin tulkitessaan ne vaarallisiksi elimistölle. Jotta kuluttajat voivat välttää aineita, joille he ovat allergisia, on ruokien etiketeistä löydyttävä täydellinen lista eri ainesosista. (Roberts 2001: 6-7.) Vaikka osa lisäaineista saattaakin aiheuttaa joillekin ihmisille yliherkkyysoireita, on tämä hyvin yksilöllistä. Toisaalta lisäaineilyherkkyys on harvinaisempaa kuin yleisimmät ruoka-aineallergiat, kuten kala-, pähkinä-, maito- ja vilja-allergiat. (Evara 2012.) Kuitenkin pienet lapset voivat olla herkempiä lisäaineiden vaikutuksille kuin aikuiset. Lapset kärsivät enemmän myös erilaisista yliherkkyyksistä, minkä vuoksi lisäaineiden saannin selvittäminen lapsilla olisi tärkeää. (Salminen & Penttilä 1999: 1.) Keskimäärin lasten lisäaineiden saanti on tutkimuksen mukaan turvallisella tasolla, mutta bentsoehapon, nitraatin ja nitriitin kohdalla osa lapsista ylittää turvallisiksi arvioidun määrän. Vanhempia tulisi tiedottaa siitä, milloin kyseisten lisäaineiden käyttö säilyy turvallisella tasolla. (Salminen & Penttilä 1999: 24–25.)

Jotta lisäaineiden turvallisuudessa otettaisiin huomioon tietyt erityisryhmät, on aihetta säädely lailla (Evara 2012). Vaikka esimerkiksi Pollockin mukaan ruoan lisäaineiden käytöllä ja lasten hyperaktiivisuudella ei ole löydetty merkittävää yhteyttä (Pollock 1991), FDA on aloittanut tutkimuksen siitä, aiheuttavatko keinotekoiset väriaineet hyperaktiivisuutta lapsissa. Virasto käy läpi jopa 1970-luvulta peräisin olevia tutkimuksia, joissa synteettisten väriaineiden väitetään lisäävään hyperaktiivisuutta joissakin lapsissa. Suurelle osalle väestöä väriaineet ovat harmittomia käyttää, mutta tutkimukset kasvavassa määrin viittaavat siihen, että niillä saattaa olla vaikutusta lapsiin, jotka jo valmiiksi kärsivät hyperaktiivisuudesta. (Park 2011.) Esimerkiksi silloin, kun elintarvikkeessa on käytetty tiettyjä väriaineita, on pakkauksesta löydyttävä varoitusmerkintä, jossa mainitaan kyseisten värien voivan vaikuttaa haitallisesti lasten aktiivisuustasoon ja heikentävän tarkkaavaisuutta. Toisaalta elintarvikkeissa on kiellettyä käyttää väriainetta E128 eli punainen 2G:tä. Kyseisen väriaineen käyttö kiellettiin, kun heinäkuussa 2007 julkaistiin turvallisuusarviointi, jonka mukaan aineen käyttöä ei pidetty enää turvallisena. Tällä aineella on todettu olevan perimää vahingoittavia ja syöpää aiheuttavia ominaisuuksia. Nyt Euroopan elintarviketurvallisuusviranomainen EFSA arvioi uudelleen kaikki hyväksytyt elintarvikelisiä aineita, ja se aloittaa väriaineista. (Evara 2012.)

Siitä huolimatta, että useat eri tahot vakuuttavat lisäaineiden käytön turvallisuutta, elintarvikkeiden riskeihin liittyvän keskustelun kohteena on ollut etenkin länsimaissa jo

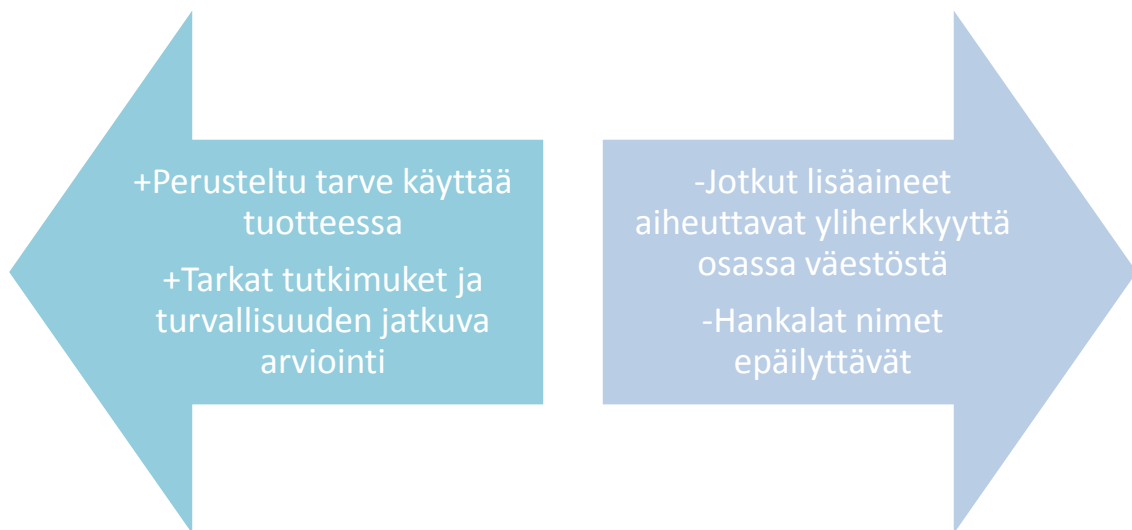
muutaman vuosikymmenen ajan natriumglutamaatti. Glutamaattia saadaan glutamiinihaposta, ja sitä käytetään ympäri maailmaa keittiöissä ruoan makua vahvistamaan. Esimerkiksi erilaiset kastikkeet, sienet ja liemet lisäävät ruoan glutamaattia. 1900-luvun alkupuolelta lähtien natriumglutamaattia on valmistettu kaupalliseen käyttöön maunvahventajana. Alun perin artikkelissa, joka julkaistiin *New England Journal of Medicine*-lehdessä (Kwok 1968) spekulointiin natriumglutamaatin mahdollisesti aiheuttavan haitallisia reaktioita kiinalaista ruokaa kohtaan. Tätä artikkelia seurannut julkinen keskustelu on johtanut yleiseen huoleen ruoan lisäaineista. (Prescott & Young 2002: 26.)

Myös Radam ym. toteavat, että natriumglutamaatin käytöstä ruoissa on kiistelty jo vuosia. Vuosien 1980 ja 1994 välillä Yhdysvaltojen terveystieteelliset vastaanottivat 622 valitusta natriumglutamaattiin liittyen. Siitä lähtien natriumglutamaatti on ollut kiivaan keskustelun kohteena ja kuluttajien hyväksyntä sitä kohtaan on ollut vaihtelevaa. Natriumglutamaattiin liittyvä ruoan turvallisuus on merkittävä puheenaihe, joka ei kosketa pelkästään kuluttajia, vaan myös markkinoijia, valmistajia, vähittäiskauppoja ja viranomaisia. Kuluttajien ollessa tietoisempia ruoan turvallisuudesta liittyen natriumglutamaattiin, he ovat tulleet tietoisemmiksi myös ruokavalioistaan ja syömänsä ruoan sisällöstä. Kun kuluttajat ovat tietoisempia terveellisyydestä, tekijät kuten laatu, ulkonäkö, tuoreus, helppous ja terveyden vahvistaminen ovat myös tärkeitä. Kaikesta huolimatta tietoisuus ja ymmärrys natriumglutamaatista ovat silti melko alhaisia. Osa kuluttajista tarkistaakin tuotteen etiketistä vain tietyt ainesosat. Erityisesti näin tehdään uusien tuotteiden kohdalla. (Radam ym. 2010: 65–66.) Tämä saattaa selittyä sillä, että ihmiset suosivat herkästi ennestään tuntemiaan asioita mieluummin kuin uusia, sillä uusiin asioihin liitetään epävarmuutta. Tutut asiat sen sijaan nähdään turvallisempina. (Zajonc 1980.)

Songin ja Schwarzin (2009) tutkimuksen mukaan ihmiset pitävät nimeltään hankalasti lausuttavia lisäaineita haitallisempina kuin helposti lausuttavia. Toisin sanoen ihmiset kokevat helposti lausuttavat lisäaineiden nimet merkinä tuttuudesta. Sen sijaan hankalasti lausuttavat nimet mielletään merkiksi outoudesta ja siten haitallisuudesta. Tällä tavoin lisäaineen nimen tuoma miellelyhtymä joko tuttuudesta tai vieraasta aineesta on olennainen tekijä siinä, miten haitallisena kyseinen lisäaine koetaan. Hyödyntämällä edellä mainittua tietoa voidaan esimerkiksi vaaralliset tuotteet nimetä hankalilla nimityshdistelmillä, jolloin ihmiset voisivat suhtautua tuotteisiin niiden ansaitsemalla tietyllä varauksella. (Song & Schwarz 2009: 137–138.) On helppo ymmärtää, että kyseistä ilmiötä on näppärä hyödyntää myös päinvastaisesti. Tällöin hankaliksi ja etäisiksi koetut E-koodit voidaan avata kirjoittamalla niiden oikea nimi tuotteeseen koodin sijaan. Kenties tällä tavoin tuotteen ainesosat koetaan tutumpina itselle ja siten tuote mielletään

turvallisemmaksi. Silti tuote ja sen sisältö pysyvät koko ajan samoina. Tällainen toiminta ei ole väärin, mutta kuluttajaa siinä saatetaan silti johtaa harhaan. Näin voisi ajatella etenkin, jos huomioidaan se, että Parkin (2011) mukaan kuluttajien ymmärrys lisäaineista saattaa olla alhaista informaation saatavuudesta huolimatta. Yhdysvaltojen elintarvikeviranomaisen FDA onkin alkanut selvittää, kannattaisiko kuluttajia varoittaa tuotteissa tietyistä lisäaineista.

Lisäaineen käytön ehtona on Eviran mukaan perusteltu tarve tuotteen laadun, säilyvyyden tai jonkin muun teknologisen ominaisuuden kannalta (Ks. Kuvio 7.). Kuluttajia ei saa johtaa harhaan lisäaineen käytöllä, vaan käytöstä on oltava hyötyä kuluttajalle. (Evi-
ra 2012.) Olennaista lisäaineiden käytön taustalla on juuri se, että niitä käytetään tuotteessa parantamaan jotakin kyseisen tuotteen ominaisuutta, ja niiden käytölle tuotteissa on perusteltu syy. Esimerkiksi säilöntäaineita lisätään ruokaan tarkoituksena tuhota tai rajoittaa ruoassa luonnostaan olevien, haitallisten mikrobien leviämistä (Roberts 2001: 28) ja siten niiden avulla pyritään edistämään ruoan turvallisuutta.



Kuvio 7. Lisäaineiden turvallisuus vs. niiden aiheuttama uhka turvallisuudelle

Edellä käsiteltiin erityisesti natriumglutamaattia, mutta se toimii oivana esimerkkinä siitä, miten lisäaineet voidaan kokea uhkana. Toisaalta esimerkki osoittaa myös sen, miten laajasti lisäaineisiin liittyvä turvallisuuskeskustelu vaikuttaa yhteiskunnassamme. Sen vuoksi natriumglutamaatin esimerkkiä voi käytännössä mukailla myös muiden lisäaineiden kohdalla, joihin kohdistuu epäilyjä turvallisuudesta. Lisäaineiden turvallisuus

aiheuttaakin jonkin verran myös epävarmuutta, ja osan lisäaineista epäillään vaikuttavan haitallisesti erityisesti lapsiin. Tämä on ymmärrettävää, sillä vaakakupissa painavat toisaalta viranomaisten ja teollisuuden painottamat lisäaineiden edut ja toisaalta epäilyt joidenkin lisäaineiden negatiivisista vaikutuksista. Tosin osa koetusta riskistä saattaa johtua pelkästään siitä, että aine on nimeltään ennestään tuntematon. Aina lisäaineiden turvallisuutta kohtaan koettu uhka ei siten välttämättä perustu faktatietoon kyseisen aineen vaarallisuudesta, vaan pelkkään psykologiaan.

2.3.2. Lisäaineet terveyden edistäjänä vai uhkana?

Amerikan neurologien vuosikokouksessa esiteltiin vuoden 2013 alkupuolella tutkimus, jonka mukaan kevytjuomien runsas käyttö saattaa lisätä masentumisen riskiä. Tutkimukseen osallistui 250 000 henkilöä, jotka olivat iältään 50–80-vuotiaita. Neljä tölkkiä kevytjuomia päivässä juovilla ihmisillä on tutkimuksen mukaan kolmanneksen suurempi riski sairastua masennukseen. Toisaalta esimerkiksi Iso-Britannian laihdutusyhdistys kyseenalaisti tutkimuksen tuoreeltaan vetoamalla siihen, että aspartaamia ja muita makeutusaineita on tutkittu laajasti ja viranomaiset ovat antaneet niiden käytölle hyväksytyt, päivittäiset käyttörajat. Lisäksi masentumiseen vaikuttavat muutkin tekijät kuin makeutusaineiden runsas käyttö, ja siitä johtuen tutkimuksessa ilmennyt yhteys täytyy varmistaa tekemällä lisää tutkimuksia aiheesta. (Helsingin Sanomat 2013.) Kyseisen tutkimuksen perusteella ei makeutusaineita voi tuomita terveydelle haitallisina, mutta se osoittaa, että lisäaineiden vaikutuksista terveyteen ollaan hyvin kiinnostuneita. Eviran mukaan määräysten mukaisesta lisäaineiden käytöstä ei saa olla vaaraa tai haittaa terveydelle. Sen sijaan niiden käytöstä on oltava hyötyä kuluttajalle (Evara 2012). Seuraavaksi tarkastellaan lisäaineita terveyden näkökulmasta, jossa painotetaan erityisesti kuluttajien henkilökohtaisia kokemuksia terveydestä ja sen yhteyttä lisäaineisiin suhtautumisessa.

Aoki ym. tutkivat lisäaineista käydyn keskustelun vaikutuksia kuluttajien intoon ostaa niitä sisältävää ruokaa. Tutkimuksessa selvitettiin sitä, miten informaatio natriumnitriitin hyvistä ja huonoista puolista vaikutti kuluttajien intoon ostaa sitä sisältävää ruokaa. Kyselytutkimuksen mukaan informaatio natriumnitriitin terveysriskeistä oli merkittävin tekijä kuluttajien valinnan ohjaajana, jolloin negatiivisella informaatiolla oli positiivista enemmän vaikutusta kulutus päätökseen. Tosin selvisi myös, että kuluttajien intoa maksaa natriumnitriittiä sisältävästä voileivästä lisäsi kuitenkin kaikkein eniten tieto hyvästä mausta. Siten aistittavat ominaisuudet voivat olla jopa muuta informaatiota merkittävämpiä tekijöitä. (Aoki ym. 2010: 438.) Negatiivinen informaatio lisäaineisiin liittyen

vaikuttaa positiivista enemmän kuluttajien valintaan. Tätä tukee myön Eomin (1992) tutkimus, jonka mukaan kuluttajien saadessa informaatiota ruoan terveystarpeista, moni alkaa etsiä terveellisempiä vaihtoehtoja nykyiselle kulutukselleen. Kuitenkin ostokäyttäytymisessä tapahtuvat muutokset riippuvat testattujen ja ei-testattujen tuotteiden hinnatasosta, sekä siitä, miten paljon riski testattujen tuotteiden kohdalla lopulta vähenee. Tuoretuotteiden torjunta-ainejäämiin liittyvän riskin pienenemisestä ei olla välttämättä valmiita maksamaan enempää. Tämä voi selittyä sillä, että mahdollisuus saada syöpä arvioidaan kuitenkin melko pieneksi. (Eom 1992.)

Vaikka kuluttajat ilmaisevat olevansa huolissaan terveydestään, ei tämä silti aina välttämättä näy käytöksessä. Mielenkiintoa uusien käyttäytymismallien luomiselle löytyy, mutta toisaalta aina kuluttajilla ei riitä innostusta perehtyä yksittäisen lisäaineen hyötyihin ja haittoihin. Saattaakin olla, että sen sijaan edullinen hinta lopulta kiilaa preferensseissä lisäaineen mahdollisten terveystarpeiden ohi. Silti terveellisyys puhuttaa ja kuluttajat ovat valmiimpia etsimään tuoreita vaihtoehtoja nykyiselle kulutukselleen (Eom 1992).

Koska kuluttajat etsivät terveyttä ja hyvinvointia, luonnollisia tuotteita suositaan. Tulevaisuudessa voidaan odottaa luonnollisten makuaineiden suosion lisääntyvän. (Food Manufacture 2008.) Luonnonmukaisesti tuotetut elintarvikkeet ovat usein joko lisäaineettomia tai ne sisältävät huomattavasti tavanomaisesti tuotettuja tuotteita vähemmän lisäaineita (Evira 2012). Suomalaiset kuluttajat liittävätkin luonnonmukaisuuden terveellisempiin, turvallisempiin ja puhtaampiin tuotteisiin, ja se nähdään jopa yhtenä ratkaisuna ruokaskandaalien aiheuttamaan epä tietoisuuteen. Luonnonmukaisuuden nähdään olevan yhteydessä kuluttajan hyvinvointiin, pienempään ympäristökuormitukseen sekä eettisempään eläinten kohteluun. On jopa näkemyksiä luomusta vastareaktionä elämäntyyliä, jota hallitsevat lisääntyvä kiire ja valmisruokien suosiminen. (Isoniemi 2005: 27–28; Varjonen 2001: 15–16.)

Osalle kuluttajista terveystietoisuudella on yhteys niin luonnonmukaisen elämäntavan kuin elintarvikkeidenkin luonnonmukaisuuden korostumiseen. Näille ekokuluttajille luomu on merkittävä osa koko elämäntapaa sekä arvomaailmaa. (Kantanen 2002: 142.) Osa luomukuluttajista liittääkin luomutuotteiden pienemmän kemiallisen kuormituksen puhtauteen ja sitä kautta turvallisuuteen ja terveellisyteen. Kuluttajat pitävät tärkeänä sitä, ettei elimistöön jää jäämiä lisäaineista. Siten he näkevät todennäköisempänä sen, että myös terveyden ylläpito on helpompaa. (Ruokatieto yhdistys ry 2010.) Yksi esimerkki terveystietoisuuden lisääntymisestä on kasvanut huoli maissisiirapin ja teollises-

ti valmistettujen makeutusaineiden negatiivisista vaikutuksista terveyteen. Tämän seurauksena luonnollisten makeuttajien suosio on lähtenyt nousuun. Yhdeksi tämän päivän puhutuimmista ruokien ja juomien makeutusaineista on noussut eteläamerikkalainen luonnonyrtti, stevia (Montalvo 2008: 22.) jota voidaan hyödyntää teollisten makeutusaineiden tilalla. Viimeisenä maailmanlaajuisena, suurena markkina-alueena myös Euroopan unioni avasi markkinansa stevialle marraskuussa 2011 (Nutraceutical Business & Technology 2012).

Yhdysvalloissa lisäaineiden kysynnän ennustetaan kasvavan kovaa vauhtia tulevina vuosina. Kasvun taustalta löytyy edellä mainittu kuluttajien lisääntynyt kiinnostus luonnollisia tuotteita kohtaan. Tämä ilmenee erityisesti luonnollisten lisäaineiden lisääntyneenä kysyntänä. Kuluttajat pyrkivät vähentämään keinotekoisilta kuulostavien ruokien ainesosien käyttöä, minkä vuoksi valmistajat ovat alkaneet lisätä enemmän luonnollisia lisäaineita tuotteisiinsa. Lisäaineiden toivotaan sisältävän probiootteja eli eläviä mikrobeja sekä myös muita funktionaalisia ominaisuuksia. Esimerkiksi probiootteja voidaan hyödyntää funktionaalisten ominaisuuksiensa lisäksi makuainemarkkinoilla, sillä niiden karvasta makua voidaan käyttää lisäämään makua tuotteissa, joista on vähennetty suolaa. (Walsh 2010.) Toinen esimerkki terveyttä edistävästä aineesta, jota voidaan samalla hyödyntää myös lisäaineena, on beetakaroteeni. Kyseessä on aine, joka toimii erinomaisena A-vitamiinin lähteenä ja antioksidanttina. Lisäksi sitä voidaan hyödyntää väriaineena tuottamaan värejä tiilenpunaisesta keltaiseen. Se siis toimii samanaikaisesti sekä väriaineena että terveyttä edistävästä tekijänä. (Stier 2012: 110–111.)

Tieto lisäaineiden negatiivisista vaikutuksista terveydelle jää kuluttajilla positiivisia tekijöitä helpommin mieleen (Kuvio 8.). Kuitenkaan into tehdä muutoksia ei aina välttämättä yllä kulutuspäätösten tasolle, sillä terveellisemmistä tuotteista ei välttämättä olla valmiita maksamaan korkeampaa hintaa. Lisäaineiden aiheuttamat riskit saatetaan siten nähdä niin vähäisinä, ettei muutosta välttämättä tapahdu. Tosin luonnollisuus on viime aikoina ollut kasvava trendi kuluttajien etsiessä terveyttä ja hyvinvointia. Siten luonnollisena jatkumona tälle toimivat markkinoille ilmestyneet lisäaineet, jotka toimivat samanaikaisesti myös terveellisyyttä ja luonnollisuutta edistävinä tekijöinä. Ne tukevat myös lisäaineiden tarkoitusta, jonka mukaan niistä on oltava hyötyä kuluttajille (Evira 2012).



Kuvio 8. Terveyttä edistävät lisäaineet vs. lisäaineet terveystuotteena

Beetaglukaani esimerkiksi on pitkäketjuinen hiilihydraatti, jota saadaan hiivasta. Sen on todettu vahvistavan ihmisten elimistön omaa immuunipuolustusta, minkä vuoksi sitä voitaisiin kenties hyödyntää tulevaisuudessa viruksia, bakteereja ja jopa säteilyä vastaan (Watson 2008). Siten on odotettavissa, että tulevaisuudessa lisäaineita voidaan liittää entistä enemmän terveyden edistämiseen. Pyrkimyksenä vähentää kuluttajien huolestu-neisuutta, valmistajat ovat viime aikoina omaksuneet käytännön, jossa lisäaineiden puuttumisesta ilmoitetaan etiketissä (Radam ym. 2010: 72). Sen vuoksi etikettejä ja niiden roolia viestinnässä on syytä tarkastella lähemmin.

2.3.3. Etiketit lisäaineinformaation lähteenä

Lokakuussa 1984 Kellogg lanseerasi All-Bran-muroilleen mainoskampanjan, joka muutti ruokamarkkinoinnin luonteen. Kampanjassa kerrottiin Yhdysvaltain syöpäjärjes-tön suosittelevan kyseisten murojen sisältämän ravintokuidun käyttöä, sillä sen kerrot-tiin voivan auttaa välttämään joitakin syöpiä. Terveysväittämien mukaan ottaminen pakkauksiin oli FDA:n pitkäaikaisten käytäntöjen vastainen. FDA alkoi tämän jälkeen uudistaa politiikkaansa voidakseen mahdollisimman tehokkaasti säädellä markkinoiden terveystuotteita. Ennen kyseistä säädöstä kuluttajat saivat tietoa kahdelta eri suunnalta: tieteellistä informaatiota ruoan lääketieteellisistä ja ravitsemuksellisista vaikutuksista ja vastaavasti valmistajien omaa, brändikohtaista informaatiota. Ensin mainittu tavoitti kuluttajat hallinnollisten kanavien sekä eri organisaatioiden välityksellä ja perustui eri-

tyisesti painettuihin julkaisuihin ja kirjoihin. Jälkimmäinen perustui valmistajien omaan sanaan kyseisen brändin mausta ja valmistuksen helpoudesta. Kuluttajien tehtäväksi jäi yhdistää eri suunnilta saatu informaatio ja päätellä, mihin brändiin voi liittää asiantuntijoiden neuvot. (Calfee, Pappalardo & Silvergrade 1991: 33–34.) Tässä luvussa tarkastellaan sitä, millä tavoin kuluttajat nykyään saavat tietoa lisäaineista.

Nykyään keskitytään vuoropuhelun tärkeyteen. Ennen elintarvikkeisiin liittyvistä riskeistä kommunikointia otetaan selville ihmisten uskomuksia tiettyihin uhkiin liittyen. Toisaalta nykyään kiinnitetään huomiota myös siihen, miten riskien epävarmuudesta voidaan kommunikoida. (Brimer 2004: 25.) Elintarvikkeiden lisäaineista voidaan informoida kuluttajia eri tavoin. Tärkeä olisikin huomata, että informaatio vaikuttaa eri tavoin eri kuluttajiin. Kuluttajien ymmärtäminen on erittäin tärkeää, jos tahdotaan saavuttaa haluttu vaikutus tuotelupauksien suhteen. Kuluttajat saattavat kohdata erilaista ja ristiriitaista tuoteinformaatiota, ja sen vuoksi on tärkeä ymmärtää, miten se vaikuttaa eri kuluttajasegmentteihin. Masonin, Scammonin & Fangin mukaan se, miten usein kuluttaja käyttää tuotetta (kyseisessä tapauksessa ravintolisiä) vaikuttaa etikettien sisältämän informaation kokemiseen. (Mason ym. 2007: 95–97.)

Etiketit voivat vaikuttaa kuluttajien käsityksiin, mieltymyksiin ja ennen ostohetkeä muodostuviin odotuksiin sekä oston jälkeisiin arviointeihin (Malhotra 1982). Kuitenkin jos monimutkaista tietoa on tarjolla liikaa, kuluttajien on vaikeampi hyödyntää sitä, ja he päätyvät tekemään valintoja vähäisen tiedon pohjalta. Etikettien informaation tulisi olla ytimekästä ja helposti ymmärrettävää, jotta sitä lukiessa tuotteesta piirtyisi mieleen selkeämpi kuva. (Wansink 2003: 307.) Kertomalla tuotteen etupuolella lyhyitä terveysväittämiä ja kääntöpuolella yksityiskohtaisempaa informaatiota saadaan kuluttajat ymmärtämään väitteet paremmin. Tällä tavoin väitteitä pidetään myös uskottavampina. Näin etikettien avulla saatettaisiin voida vaikuttaa ihmisten kulutuskäyttäytymiseen sekä ostopäätöksiin. Osa kuluttajista silmäilee etikettien tekstit, osa syventyy niihin yksityiskohtaisemmin. Hyödyntämällä pakkauksen molempia puolia, tavoitetaan useampia kohderyhmiä. Sen sijaan pelkästään yhden puolen etikettejä käyttämällä menetetään tuotteen potentiaali tavoittaa eri kuluttajaryhmiä. (Wansink 2003: 313.)

Etiketit ovat yksi tekijä, joilla pyritään vaikuttamaan aisteihin. Aistittavat ominaisuudet saattavat olla muuta informaatiota merkittävämpiä tekijöitä päätöstilanteessa (Aoki ym. 2010: 438). Etiketit voivatkin uusien tuotteiden kohdalla luoda odotuksia ja saada kuluttajan jopa testaamaan tuotetta. Kuitenkaan ne eivät välttämättä ole tehokkaita uusintaoston suhteen, etenkin jos tärkeintä kuluttajalle ovat juuri aistinvaraiset ominaisuudet.

Tuoteinformaatio on todennäköisimmin tehokkainta silloin, kun erot eri tuotteiden välillä ovat epäselviä tai kun tuote on uusi, eikä siihen osata liittää tarkkoja odotuksia (Prescott & Young 2002: 32). Ruokien etiketeillä on sen sijaan merkittävä rooli kuluttajien kokemassa turvallisuudessa ruokaan liittyen. Ihmiset, jotka tutkivat etikettejä, ovat usein huolestuneempia ruoan turvallisuudesta ja siten alttiita muuttamaan kulutuskäyttäytymistään (Arbindra ym. 2001: 16).

Yksi pyrkimys sisällysluettelojen ja ravintoainetaulukoiden taustalla on auttaa kuluttajia tekemään terveellisempiä valintoja ruoan suhteen. Myös kuluttajat tiedostavat tämän ja pitävät etikettien lukemista yhtenä keinona kohentaa terveyttä. Tosin kuluttajien suhtautuminen elintarvikkeiden etikettejä kohtaan on vaihtelevaa, ja osan mielestä niiden sisältöä on hankala ymmärtää. (Borra 2006.) Kesällä 2012 Snellman poisti grillimakkaroihin lisätyn fosfaatin ja korvasi sen korkeammalla lihapitoisuudella. Tämän seurauksena lihapitoisuus nousi joissakin makkaroiden jopa 10 prosenttia. Fosfaatittomat makkarat tuotiin markkinoille suuren mediakampanjan myötä, ja kuluttajat ottivat sen yrityksen mukaan hyvin vastaan. Snellman testaa kaikki mediakampanjansa jälkeensä kuluttajatutkimuksella, jotta saataisiin selville, miten suuri osa on ymmärtänyt viestin. Vaikka kuluttajat myyntilukujen perusteella valitsevatkin mielellään Snellmanin makkaraita, ei silti fosfaatin konsepti ollut tutkimuksen mukaan jäänyt kuluttajien mieliin niin hyvin kuin yrityksessä alun perin oli toivottu. Sanoman levittäminen suurelle yleisölle vaatii useamman vuoden panostuksen. (Jylhä 2012: 7.)

Nykyajan elektroninen media mahdollistaa uutisten nopean kulun, ja siten tiedot esimerkiksi ruokamyrkytyksistä saavuttavat ihmiset tunneissa (GAO 1996). Toisaalta muutokset demografisissa tekijöissä, kuluttajien elämäntyylyissä, ruoantuotannossa sekä taloudellisessa tilanteessa vaikuttavat siihen, miten ruokaa tuotetaan ja kulutetaan (Roberts 2001: 21). Asian voisikin nähdä niin, että toisin kuin 1980-luvulla All-Branmurojen mainoskampanjan aikaan, nykyään kuluttajilla on paljon enemmän informaatiota saatavilla: tarjolla on useita eri näkökulmia ja informaationkulku on nopeaa. Tänä päivänä ruoan turvallisuuteen liittyvistä tekijöistä lisäaineet ovat yksi kaikkein kiistellyimmistä. Niistäkin on kuluttajien saatavilla niin positiivista kuin negatiivista informaatiota (Aoki ym. 2010: 433). Tosin nykypäivän luonnonmukaisuutta ja lähiruokaa vaaliva trendi tuntuu johtavan lisäaineiden käytön välttämiseen (Hertsi 2012: 6-7A).

Koska ruoan turvallisuudesta ollaan kiinnostuneita, keskitytään kommunikaatiossa vuoropuhelun tärkeyteen. Ihmisten uskomuksia selvitetään, jotta kuluttajia ymmärrettäisiin paremmin, sillä eri informaatiolla on erilainen vaikutus eri kuluttajaryhmiin. Tuotteiden

etiketit ovat yksi keino vaikuttaa kuluttajiin (Kuvio 9.). Niiden avulla kuluttajilla on mahdollisuus tehdä muun muassa terveellisempiä tuotevalintoja. Valmistajat ovat tietoisia, että moni kuluttaja ei välttämättä haluaisi ruokansa sisältävän natriumglutamaattia, ja tähän on vastattu ilmoittamalla aineen puuttumisesta etiketissä. (Radam ym. 2010: 66.)



Kuvio 9. Etikettien positiivisia ja negatiivisia ominaisuuksia

Tosin aina etiketeillä ei saavuteta haluttua vaikutusta, ja etikettien informaation tulisikin olla ytimekästä ja helposti ymmärrettävää. Toisaalta etikettejä tutkivat kuluttajat ovat usein huolestuneempia ruoan turvallisuudesta, mikä voi näkyä kulutuskäyttäytymisessä ilmenevinä muutoksina. Seuraavaksi pureudutaan tarkastelemaan sitä, mihin tahoihin kuluttajat luottavat lisäainekeskustelussa.

2.3.4. Luotetaanko saatuun informaatioon?

Vuoden 2009 alussa otettiin käyttöön tuorein pyrkimys säännöstellä Euroopan ruokateollisuutta. Niin kutsuttu elintarvikeparannepaketti tai FIA-paketti (*Food Improvement Agents*) koostuu neljästä EU-asetuksesta liittyen elintarvikkeiden lisäaineisiin, aromiaineisiin, entsyymeihin sekä näiden hyväksymismenettelyyn. Sen ansiosta lisäaineiden lainsäädäntö EU:ssa sekä päivittyi että yhdenmukaistui. FIA-paketin seurauksena lainsäätäjät vaativat erityisesti varoituksia etiketteihin tietyistä väriaineista ja niiden yhtey-

destä lasten hyperaktiivisuuteen. (Jones 2009.) Myös Euroopan kuluttajaliitto BEUC (*Bureau Européen des Unions de Consommateurs*) sekä 41 yleistä hyvinvointia ajavaa ryhmää unionin sisältä vaativat komissiota kieltämään kuusi väriainetta (E102 tartratsiini, E104 kinoliininkeltainen, E110 paraoranssi, E122 karmosiini, E124 uuskokkiini sekä E129 alluranpunainen) perustuen juuri yhteydestään lasten hyperaktiivisuuteen. EFSA:n mukaan tutkimuksissa on löytynyt pientä vaikutusta joihinkin lapsiin, ja sen vuoksi se arvioi nyt uudelleen kaikki elintarvikkeiden väriaineet. (Scott & Phillips 2008.) Myös Yhdysvalloissa kuluttajajärjestöt vaativat FDA:ta kieltämään kyseiset väriaineet. (The Wall Street Journal 2008.)

Aikaisempia käsityksiä tuotteen toimivuudesta on vaikea muuttaa, ja ne toimivat enemmänkin suodattimina, joiden kautta tuotteiden varoitukset tulkitaan. Jotta väitteet tuotteen toimivuudesta olisivat uskottavia, kuluttajan täytyy yhdistää ne tuoteinformaation sekä omien, aikaisempien kokemustensa kanssa. Vaikka tuotteiden varoitusten avulla pyritään auttamaan kuluttajien päätöksentekoa, kaikki kuluttajat eivät suhtaudu varoituksiin samalla tavalla. Ne, jotka eivät käytä tuotetta ollenkaan ja ne, jotka käyttävät sitä paljon tai vähän, voivat tulkita informaation sekä sen hyödyllisyyden eri tavoin. Tähän vaikuttavat jokaisen omat kokemukset tuotteeseen liittyen. Tämä tulisi ottaa huomioon varoituksia suunniteltaessa. (Mason ym. 2007: 95–97.) Siten varoitukset väriaineista eivät välttämättä saisi kaikissa kuluttajissa aikaan haluttua vaikutusta, eivätkä sillä tavoin onnistuisi suuntaamaan kulutusta pois kyseisistä tuotteista. Näin voisi päätellä etenkin sen perusteella, miten kuluttajat suhtautuvat eri toimijoihin ja miten tämä näkyy koetussa luottamuksessa.

Kuluttajien luottamus ruoan turvallisuutta kohtaan uskotaan olevan merkittävä tekijä ruokaan liittyvässä päätöksenteossa ja sen vuoksi luottamusta tulisi pyrkiä kehittämään. Yleinen luottamus lisääkin kuluttajien optimismia ja vähentää pessimismia ruoan turvallisuutta kohtaan. Kaikkein vahvimmin kuluttajien luottamus ruokaan on yhteydessä luottamukseen ruoanvalmistajia kohtaan. Näin vahvaa yhteyttä ei ole havaittavissa esimerkiksi luottamuksessa tuottajia, hallitusta tai vähittäiskauppaa kohtaan, mikä saattaa selittyä sillä, että valmistajien katsotaan olevan suuremmassa vastuussa ruoan turvallisuudesta kuin viljelijöiden ja vähittäiskaupan. Siten vankka luottamus valmistajia kohtaan voi saada aikaan syvempää luottamusta ruoan yleistä turvallisuutta kohtaan. (De Jonge, van Trijp, van der Lans, Renes & Frewer 2008b: 315–316.)

Puolet kuluttajista on sitä mieltä, että viranomaisilla on enemmän vastuuta kuin kuluttajilla sen suhteen, että ruoka on turvallista syödä. Noin neljä kymmenestä kokee, että

elintarviketeollisuudella on kuluttajia suurempi vastuu ruoan ravitsemuksesta. Suhteellisen moni on siis sitä mieltä, että kuluttajilla on melko vähän vastuuta sekä ruoan turvallisuudesta että ravitsemuksesta. (Piiroinen ym. 2004: 32–33.) Siten kuluttajaliiton ja järjestöjen ajamat varoitustekstit väriaineistakin saatettaisiin kokea melko tarpeettomina, jos luottamus valmistajiin on vahva.

Vaikka lisäaineisiin ja niiden riskeihin suhtautuminen on hyvin yksilöllistä, olisi kuluttajien luottamuksen saavuttaminen tärkeää. Tämä selittyy sillä, että luottamus auttaa vähentämään yksilön kokemaa epävarmuutta siedettävälle tasolle sekä selkeyttää päätöksentekoa. (Bocker & Hanf 2000). Elintarviketeollisuutta kohtaan ollaan epäileväisiä, ja kolmannes kuluttajista uskoo tuloksen tekemisen olevan sille tärkeämpää kuin ruoan laatu ja maku. (Piiroinen ym. 2004: 31). Tähän teollisuus on vastannut kuuntelemalla kuluttajien toiveita, ja viime aikoina etenkin Yhdysvalloissa on ollut vain vähän uusia innovaatioita synteettisten lisäaineiden saralla, sillä kuluttajat peräänkuuluttavat luonnollisuutta. Etenkin funktionaaliset lisäaineet sekä makeutusaineet ovat suosiossa. Koska ihmisten ylipaino lisääntyy jatkuvasti, vähäkalorisille ruoille ja juomille riittää kysyntää. Teollisuus pyrkii myös vastaamaan kuluttajien toiveisiin selvitä taudeista syömällä luonnollisia antioksidanteja (kuten vitamiineja C ja E), joiden avulla kyetään parantamaan myös tuotteiden säilyvyyttä. (Food Additives Global Review 2005.)

Valmistajilla on vahva rooli ruokaan liittyvän luottamuksen kehittämisessä. Kuitenkin kuluttajien luottamus elintarviketeollisuutta kohtaan on romahtanut erilaisten ruokaskandaalien vuoksi. Tämä on näkynyt etenkin siinä, että viime aikoina kuluttajien luottamus elintarviketeollisuuden valmisruokia kohtaa on alkanut horjua. Valmisruokien euromääräinen myynti polkee paikallaan, ja suuret ruokatalot ovat menettäneet osuksiinsa markkinoista. Yksi selitys valmisruokien suosion alamäelle on se, että kuluttajat mieltävät ne isojen ruokatalojen halvoiksi massatuotteiksi. (Hertsi 2012: 6-7A.) Suomi syö 2011-tutkimuksen mukaan yli puolet kuluttajista oli lisäksi sitä mieltä, että valmisruoat sisältävät liikaa lisäaineita (Taloustutkimus 2011). Vastaavasti lähiruoan ja kotiruoan arvostus on samaan aikaan lisääntynyt, mikä näkyy siinä, että pienemmät toimijat ovat vallanneet markkina-alaa isommiltaan. Kotona tehdyn ruoan arvostus on hurjassa kasvussa. (Hertsi 2012: 6-7A.)

Masonin ym. tutkimuksen (2007) mukaan tuotteiden etiketeistä löytyvät varoitustekstit vaikuttavat kuluttajiin, ja varoituksen tuotteen kyljessä huomanneet kuluttajat odottavat tuotteelta sekä sen turvallisuudelta vähemmän kuin ne, jotka eivät varoitusta huomaa. (Mason ym. 2007: 94–96.) Kuten jo aikaisemmin on mainittu (ks. luku 2.3.1.), natrium-

glutamaatti on lisäaine, joka on ollut erityisen kiivaan keskustelun kohteena lisäaineiden turvallisuuden suhteen jo useamman vuoden ajan. (Radam ym. 2010: 65.) Koska tuotteen ainesosaluettelosta on löydyttävä maininta natriumglutamaatin käytöstä, valmistajat ovat viime aikoina omaksuneet käytännön, jossa kyseisen aineen ilmoitetaan puuttuvan elintarvikkeesta. Tällä pyritään vähentämään kuluttajien huolestuneisuutta. ”Ei lisättyä natriumglutamaattia”-tekstit saattavat kuitenkin osaltaan niin aiheuttaa kuin vahvistaakin uskomusta siitä, että natriumglutamaatti on haitallista ja vaarallista käyttöä. Nämä viestit saattavat vaikuttaa natriumglutamaattia sisältävien ruokien hyväksyttävyyteen. Vaikka suuri osa kuluttajista tuntisikin natriumglutamaatin nimeltä, ymmärrys siitä saattaa silti olla melko vähäistä. Tämän vuoksi olisi hyödyllistä opastaa ihmisiä natriumglutamaattiin liittyvästä turvallisuudesta ja säädöksistä, jotta teksti lisäaineen puuttumisesta saisi aikaan positiivisemmän ja hyväksyvämmän reaktion kuluttajissa. (Prescott & Young 2002: 26, 72; Radam ym. 2010: 72.)



Kuvio 10. Kuluttajien kokema luottamus informaatiota kohtaan

Valmistajien rooli ruokaan ja siten lisäaineisiin liittyvässä luottamuksessa on merkittävä. Kun luottamus valmistajiin on vahva, on yleinen luottamus ruokaan muutenkin korkealla. Kuitenkin viime aikojen ruokaskandaalit ovat nakertaneet luottamusta valmistajia kohtaan, ja osa kuluttajista uskoo voiton tuottamisen olevan teollisuudelle ykköskriteeri. Vaikka kuluttajat kokevat omat vaikuttamisen mahdollisuutensa melko pieniksi lisäaineiden ja ruoan turvallisuuden kohdalla, auttaisi kuluttajien epävarmuuden vähen-

täminen niin kuluttajia kuin teollisuuttakin. Tähän toki on jo osittain pyritty kuuntele-
malla kuluttajien toiveita ja tuomalla markkinoille esimerkiksi entistä luonnollisempia
lisäaineita. Toisaalta kuluttajien tietämys lisäaineista on usein melko vähäistä, ja suhtau-
tuminen yksittäisiin lisäaineisiin voi pohjautua lähinnä pelkkiin uskomuksiin. Mielen-
kiintoista on tämän tiedon pohjalta ruotia sitä, mitä lisäaineiden käytölle on tapahtumas-
sa tulevaisuudessa? Onko kuluttajilla aikeissa välttää niitä entistä tietoisemmin vai onko
lisäaineista tulossa niin olennainen osa ruokaa, että niiden käytöstä ei enää hetken pääs-
tä kiistellä ollenkaan?

2.4. Lisäaineet ruoan turvallisuuskontekstissa

Edelliset luvut loivat esiymmärrystä lisäaineista käydystä keskustelusta sekä ruokaan
liittyvän turvallisuuden merkityksellisyydestä kuluttajille. Lisäainekeskustelun yhtey-
dessä todettiin, että eri toimijoiden näkemykset lisäaineista eroavat jossakin määrin toi-
sistaan: lainsäädännössä erityisesti painotetaan tieteellisen tutkimuksen merkitystä ja
sitä kautta lisäaineiden turvallista käyttöä, kun valmistajat keskittyvät erityisesti lisäai-
neiden ruokaa parantaviin ominaisuuksiin. Valmistajien mukaan lisäaineisiin liittyviä
pelkoja saataisiin vähennettyä, jos kuluttajien tietämys niistä lisääntyisi. Ravitsemusasi-
antuntijat toivoisivat tiedon lisääntyvän siitä syystä, että sen seurauksena kuluttajat oli-
sivat tietoisempia omasta vastuustaan lisäaineiden käytön suhteen. Ravitsemuksen asi-
antuntijat eivät täysin kiellä joidenkin lisäaineiden mahdollisia haittavaikutuksia, ja sen
sijaan he painottavat kuluttajan omaa vastuuta hankkia informaatiota ja tiedostaa itse,
jos mahdollisesti kuuluu jonkin lisäaineen suhteen riskiryhmään. Media peilaa muiden
tahojen näkemyksiä ja vuorovaikutusta, sekä toimii kanavana eri näkökulmien julkaisul-
le. Hevosenlihaskandaalia tarkasteltaessa todettiin, että samaankin tapahtumaan liittyvä
uutisointi voi olla hyvin kulttuurisidonnaista, mikä tarkoittaa sitä, että varsinaisen sa-
noman sisältämien merkkien lisäksi viestinnän merkitykset syntyvät yhdessä vastaanot-
tajan kulttuuristen kokemusten kanssa.

Turvallisen ruoan käsite koostuu useista eri elementeistä, ja sitä voidaan tarkastella niin
suppeasta kuin laajastakin näkökulmasta. Kuluttajat pitävät ruokaan liittyviä ongelmia
merkittävinä, mikä näkyy siinä, että huoli ulottuu ruokaketjun eettisistä kysymyksistä ja
informaation todenperäisyydestä aina tuotantoketjun ja kuluttajien väliseen etäisyyteen.
Koska aiheesta ollaan kiinnostuneita, hakevat kuluttajat laajasti informaatiota eri läh-
teistä. Kuitenkin suhtautuminen ruokaan liittyviin riskeihin vaihtelee yksilöllisten omi-
naisuuksien mukaan. Erityisesti terveydestään kiinnostuneet kuluttajat kokevat ruoan

riskit huolestuttavina, mikä tarkoittaa sitä, että usein naiset ja vanhemmat ihmiset ovat muita huolestuneempia. Myös pienten lasten vanhemmat tarkastelevat ruoan turvallisuusriskejä muita kuluttajia huolestuneemmin.

Elintarviketurvallisuus ja kuluttajien luottamuksen säilyttäminen koetaan merkittävänä teemana niin poliittisesta kuin valmistajienkin näkökulmasta. Ruoan turvallisuuteen suhtaudutaan yksilöllisesti, riippuen jokaisen omista lähtökohdista ja huolestuneisuudesta aihetta kohtaan. Huolestuneisuutta voidaan vähentää opastamalla kuluttajia: ennen kaikkea ruoan jäljitettävyyden mahdollisuus koetaan luottamusta lisäävänä tekijänä. Tosin aina koettu huolestuneisuus ei välttämättä näy käytöksen tasolla, sillä kuluttajat pitävät valmistajien sekä muiden toimijoiden tehtävänä varmistaa ruoan turvallisuus. Tarkasteltaessa kuluttajien kokemaa luottamusta toimijoita kohtaan, etenkin vahva luottamus teollisuutta kohtaan korreloi korkeana luottamuksena myös ruoan turvallisuutta kohtaan. Kuitenkin hevosenlihaskandaali saattoi erityisesti valmistajat kyseenalaiseen valoon, ja tämän vuoksi on aiheellista pohtia kohun mahdollisia vaikutuksia kuluttajien luottamukseen. Onko kohu vähentänyt perinteisesti hyvin luottavaisten suomalaisten kuluttajien suhtautumista ruoan turvallisuuteen?

Erityisesti turvallisuus on keskeinen teema, josta on jo kauan käyty keskustelua lisäaineiden yhteydessä. Kuitenkin turvallisuuden rinnalle on noussut muitakin teemoja, ja lisäainekeskustelua tarkasteltiin kuluttajien näkökulmasta niin turvallisuuden, terveellisyyden, informaatiolähteiden kuin informaation luottavuuden teemojen kautta. Vaikka lisäaineiden käytöllä ruoassa on jo pitkät perinteet, suhtautuvat suomalaiset kuluttajat niihin tietyllä varauksella.

Lainsäädäntö lisäaineiden käytöstä elintarvikkeiden valmistuksessa on hyvin valvottua, ja lisäaineita tutkitaan tarkasti ennen hyväksymistä käyttöön. Vaikka suurin osa lisäaineista on turvallisia kaikille ihmisille, osa väestöstä on silti yliherkkiä joillekin lisäaineille. Lisäaineyliherkkyys on harvinaisempaa kuin yleisimmät ruoka-aineallergiat, mutta erityisesti lapset ovat aikuisia alttiimpia lisäaineiden vaikutuksille. Koska erityisesti väriaineiden vaikutuksista lapsiin on olemassa jokseenkin ristiriitaista tietoa, Euroopan elintarvikkeviranomainen EFSA arvioi uudelleen lisäaineiden vaikutuksia. Natriumglutamaatti on erinomainen esimerkki lisäaineiden turvallisuuskeskustelusta: siitä huolimatta, että useat tahot vakuuttavat lisäaineiden käytön turvallisuutta, on natriumglutamaatin käytöstä ruoassa kiistelty jo vuosia ja kuluttajien suhtautuminen sitä kohtaan on ollut vaihtelevaa. Kuitenkin tietoisuus ja ymmärrys natriumglutamaatista ovat melko alhaisia, ja osa kuluttajista tarkastaa tuotteiden etiketeistä vain tietyt ainesosat.

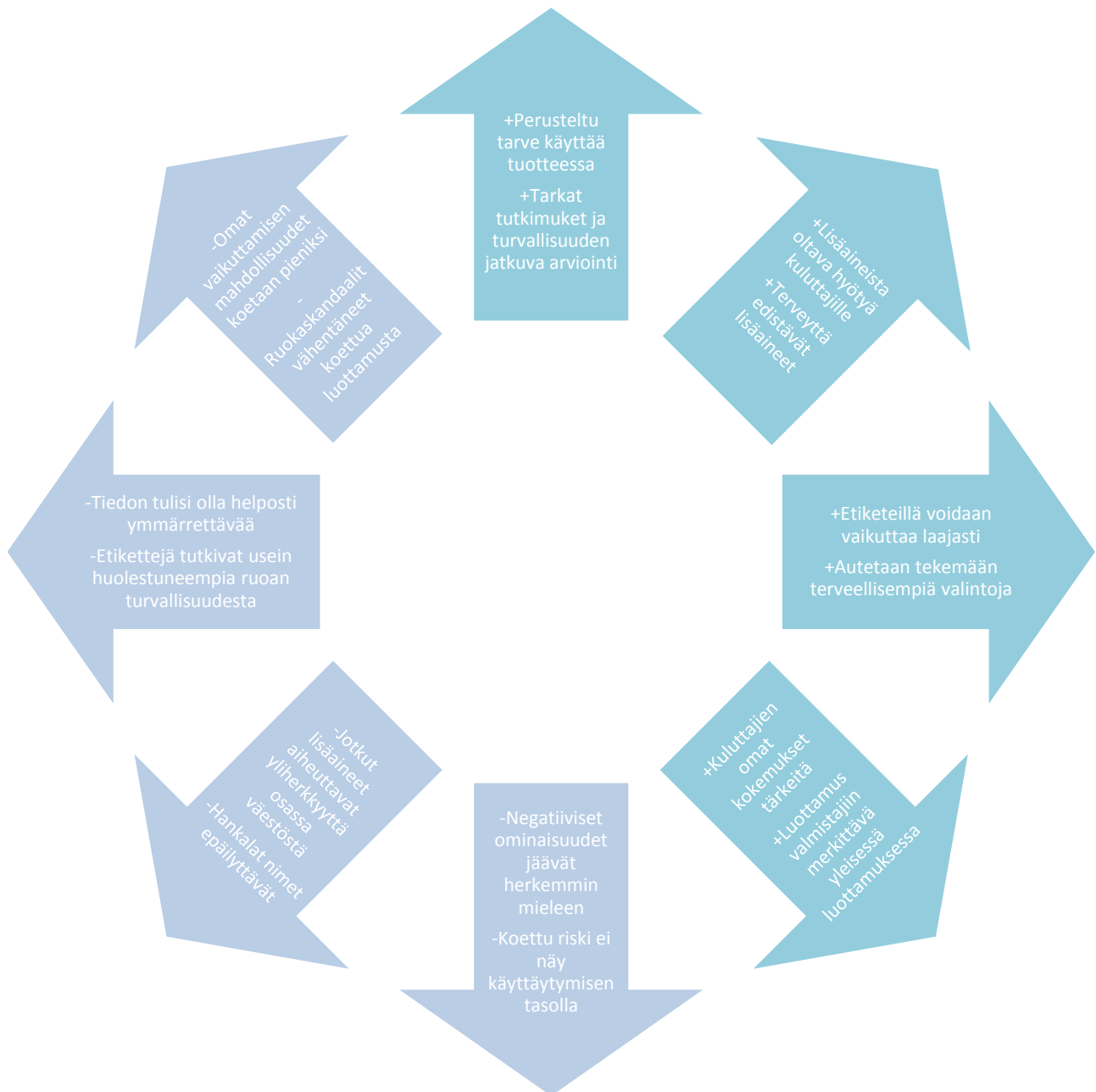
Tämä voi johtua myös siitä, että nimeltään vaikeasti lausuttavia lisäaineita pidetään merkinä outoudesta ja siten haitallisuudesta.

Lisäaineiden käyttö ei saa olla haitallista terveydelle, vaan sen sijaan siitä täytyy olla hyötyä kuluttajille. Vaikka negatiivinen informaatio lisäaineista vaikuttaa kuluttajiin valintaan positiivista enemmän, ei huoli terveydestä silti aina näy käytöksen tasolla; esimerkiksi hyvä maku tai alhainen hinta voivat olla merkittävämpiä käytöksen ohjaajia kuin tieto lisäaineiden vaikutuksista. Terveellisyys ja hyvinvointi kuitenkin kiinnostavat, mistä johtuen kuluttajat suosivat luonnollisia tuotteita. Luonnonmukaisuus liitetään terveellisempiin, turvallisempiin ja puhtaampiin tuotteisiin. Kuluttajat pyrkivät vähentämään keinotekoisilta kuulostavien ruokien ainesosien käyttöä. Voikin olla, että tulevaisuuden trendiksi muodostuvat luonnolliset lisäaineet, joita voidaan hyödyntää samanaikaisesti lisäaineena ja terveyttä edistävänä tekijänä.

Pyrkimyksenä vähentää kuluttajien huolestuneisuutta, valmistajat ovat viime aikoina omaksuneet käytännön, jossa lisäaineiden puuttumisesta ilmoitetaan etiketissä. Sen vuoksi etikettien rooli lisäaineviestinnässä on viime aikoina kasvanut. Kuluttajia voidaan informoida lisäaineista eri tavoin. Olennaista on se, että yksilön henkilökohtaiset kulutustottumukset vaikuttavat informaatioon suhtautumiseen, ja sen vuoksi sama informaatio vaikuttaa eri tavoin eri kuluttajiin. Etikettien avulla voidaan vaikuttaa kuluttajien käsityksiin, mieltymyksiin ja ennen ostohetkeä muodostuviin odotuksiin sekä oston jälkeisiin arviointeihin. Etikettien avulla voidaan ohjata tekemään terveellisempiä kulutuspäätöksiä. Kuitenkin jos monimutkaista tietoa on liikaa, kuluttajien on hankalampaa hyödyntää sitä. Esimerkissä mainittiin Snellman, joka toi kesällä 2012 markkinoille fosfaatittomat makkarat. Siitä huolimatta, että kuluttajat mielellään ostivat kyseistä tuotetta, oli silti tietämys fosfaatista melko vähäistä. Nykyajan elektronisen median aikakaudella kuluttajilla on valtavasti saatavilla niin positiivista kuin negatiivistakin informaatiota lisäaineisiin liittyen.

Kuluttajien luottamus ruoan turvallisuutta kohtaan uskotaan olevan merkittävä tekijä ruokaan liittyvässä päätöksenteossa. Erityisesti ruoanvalmistajiin vahvasti luottavat kuluttajat luottavat myös yleiseen ruoan turvallisuuteen. Suhteellisen moni on siis sitä mieltä, että kuluttajilla itsellään on melko vähän vastuuta ruoan turvallisuudesta. Sen sijaan vastuu ruoan turvallisuudesta nähdään olevan erityisesti viranomaisilla. Elintarviketeollisuutta kohtaan ollaan epäileväisiä, sillä luottamus on romahtanut erilaisten ruokaskandaalien vuoksi; osa kuluttajista uskoo tuloksen tekemisen olevan valmistajille tärkeämpää kuin ruoan laatu ja maku. Tämä tulee esiin etenkin siinä, että luottamus

valmisruokia kohtaan on alkanut horjua, ja niiden myynti polkee paikallaan. Sen sijaan lähiruuan ja kotiruuan arvostus on lisääntynyt. Kuvio 11. esittää teoreettisen viitekehymallin.



Kuvio 11. Lisäaineet ruoan turvallisuuden kontekstissa

Suomalaiset ovat perinteisesti suhtautuneet hyvin luottavaisesti ruoan turvallisuuteen. Kuitenkin aiheeseen liittyy epävarmuutta, joka liittyy epätietoisuuteen niin ruoan turvallisuutta kuin markkinoita ja instituutioitakin kohtaan. Onkin mielenkiintoista perehtyä siihen, millä tavoin kuluttajien kokema luottamus ruoan turvallisuutta kohtaan ilmenee tässä tutkimuksessa. Toisaalta on myös kiintoisaa pureutua siihen, miten tämä luottamus ilmenee suhteessa lisäaineisiin. Koetaanko lisäaineet edellä esitetyn määrittelyn mukaan turvallisuutta edistävänä tekijänä vai uhkana turvallisuudelle? Nouseeko keskusteluissa esiin enemmän lisäaineiden terveellisyyttä lisäävä aspekti, vai koetaanko ne sen sijaan terveysuhkana? Miten luotettavana lisäaineinformaatio koetaan? Sekä ennen kaikkea: minkälaisia ristiriitoja lisäaineisiin liittyy?

3. TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT

Kuten johdantoluvussa todettiin, kyseessä on kvalitatiivinen tutkimus, jonka tavoitteena on ymmärtää ruoan turvallisuuteen ja lisäaineisiin liittyviä merkityksiä (Kiviniemi 2007: 70). Ihmiset pyrkivät antamaan varastoimalleen tiedolle johdonmukaisen rakenteen lisäksi merkityksiä, jotka auttavat tiedon jäsentämisessä. Lähtökohtana on, että aiheeseen on perehdyttävä ensin perusteellisesti, jotta siihen liittyvät tieto muodostuisi rakenteiksi. (Tamminen 1993: 70–72.) Tässä tutkimuksessa ymmärrystä rakennetaan siitä, miten kuluttajat tulkitsevat lisäaineisiin liittyviä merkityksiä. Ilmiötä lähestytään ruoan turvallisuuden näkökulmasta, joka luo eräänlaisen sapluunan lisäaineiden merkityks maailman ymmärtämiselle.

Tutkijan on kyettävä antamaan tarpeeksi tietoa liittyen tutkimuksen etenemiseen. Tämä on edellytyksenä sille, että laadullisen tutkimuksen luotettavuutta olisi mahdollista arvioida (Tuomi & Sarajärvi 2009: 140–141). Sen vuoksi tässä luvussa pyritään kuvaamaan ja perustelemaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti tutkimuksen metodologisia valintoja, joiden avulla tutkimuksen empiriaosa on toteutettu. Ryhmäkeskusteluihin perehdytään laadullisen tutkimuksen menetelmänä. Luvussa kerrotaan lisäksi empiirisen tutkimusasetelman luomisesta sekä aineiston hankinnan eri vaiheista. Tässä luvussa pohditaan myös tutkimuksen luotettavuuskysymyksiä.

3.1. Tutkimusmenetelmänä ryhmäkeskustelu

Kun pyritään selvittämään ihmisten mielipiteitä ja asenteita jostakin tietystä ilmiöstä, on toimiva tutkimusmetodi ryhmäkeskustelu (Ruusuvoori & Tiittula 2005: 226), jossa joukko ihmisiä on pyydetty paikalle keskustelemaan keskenään tietystä temasta (Boddy 2005: 251). Myös mitä vapaampi tutkimusasetelma on, sen luontevampaa on käyttää keskustelua (Tuomi & Sarajärvi 2009: 71). Siten ryhmäkeskustelu on looginen valinta tutkimukseen, jonka avulla pyritään saamaan tietoa kuluttajien suhtautumisesta elintarvikkeiden lisäaineisiin. Ryhmäkeskustelun käyttämistä ruoka-aiheisessa tutkimuksessa tukee myös se, että aikaisemmin myös Kuluttajatutkimuskeskus on hyödyntänyt ryhmäkeskusteluja erityisesti juuri ruoka- ja elintarvikeaiheisissa tutkimuksissa (Heiskanen, Järvelä, Pulliainen, Saastamoinen & Timonen 2005: 198).

Haastattelu on hyvä menetelmä tutkittaessa aihetta, joka on melko tuntematon ja vähän kartoitettu, kuten tässä tapauksessa tutkimuksen kohteena oleva lisäaineisiin suhtautuminen (Hirsjärvi & Hurme 2001: 35). Ryhmähaastatteluja voidaan pitää keskusteluina, joiden tavoite on melko vapaamuotoinen kommunikaatio: osanottajat voivat kommentoida asioita spontaanisti, tehdä huomioita ja tuottaa monipuolista tietoa tutkittavasta ilmiöstä. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 61.) Ryhmäkeskusteluissa keskeinen piirre on kulluttajien aktiivinen rooli: he ovat fyysisesti samassa tilassa ja ovat enemmän läsnä kuin esimerkiksi kyselylomaketutkimuksissa. Siten keskustelijat saattavat tuoda tilanteeseen odottamattomia näkökulmia, tai vastaavasti johdatella keskustelua sivupoluille. Lähtökohdiltaan oudoilta vaikuttavat ajatukset ja toimintatavat muuttuvat järkeviksi, kun niitä voidaan keskustelussa perustella ja kertoa niihin liittyvistä asiayhteyksistä. (Heiskanen ym. 2005: 208.) Haastattelun joustavuus mahdollistaa tiedonhankinnan itse tilanteessa, sekä vastausten taustalla olevien motiivien löytämisen (Hirsjärvi & Hurme 2001: 34).

Ryhmäkeskustelu-nimitys viittaa siihen, että korostetaan keskustelijoiden aktiivisuutta (Heiskanen ym. 2005: 200). Ryhmäkeskusteluissa on mahdollista soveltaa arkielämästä tuttua ryhmien vuorovaikutuksen kehystä. Toisin sanoen keskustelu ei jää pelkästään haastattelijan ja haastateltavien väliseksi kysymys-vastaus-peliksi, vaan ajoittain tutkija jää kysymyksineen sivuun ja keskustelijat alkavat kysellä asioita toisiltaan, pohtia ryhmälle ominaista tutkimustapaa ja kenties jopa kiistellä tulkinnoista. Tämä mahdollistaa sen, että tutkija saa nähdä, kuulla ja eritellä sellaista, mikä ei olisi mahdollista yksilöhaastattelussa. Ryhmä tuo esiin termejä, käsitteitä, hahmottamistapoja sekä argumentaatiostruktuureja, joiden puitteissa ryhmä toimii. Siten ryhmäkeskustelussa painottuu se, mikä yksilöille on ryhmän jäsenenä yhteistä. Toisaalta silloin yksilölliset eroavaisuudet ja henkilökohtaiset tuntemukset saattavat suodattua pois. (Alasuutari 2001: 151–152.)

Tutkimusaineistona ryhmäkeskustelun arvokkuus perustuu siihen, että se saa keskusteluun osallistujat puhumaan asioista, jotka muuten jäisivät joko itsestäänselvyyksinä tai muista syistä keskustelun ulkopuolelle. Kun asioita pohditaan useista eri näkökulmista, voidaan tuottaa erilaisia diskursseja, joiden puitteissa ihmiset asiaa käsittelevät. (Alasuutari 2001: 155.) Onnistuneessa ryhmäkeskustelussa ihmiset ottavat osaa keskusteluun ja juttelevat rennosti aiheesta, minkä lisäksi he voivat olla joko samaa tai eri mieltä keskenään, taivutella toisia näkökulmaansa, sekä kysyä kysymyksiä toisiltaan. Siten keskustelussa saatetaan päästä aiheessa hyvin syvällekin. (Boddy 2005: 251.) Haastatteluiden etuna voidaan pitää erityisesti joustavuutta, sillä haastattelijalle avautuu mahdollisuus esittää kysymyksiä epäselviksi jääneistä asioista ja pyytää ryhmän jäseniä selittämään tarkemmin, mistä on kyse. Hän voi myös oikaista väärinkäsityksiä, selven-

tää sanamuotoa sekä käydä keskustelua tiedonantajan kanssa. Pyrkimyksenä on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkittavasta asiasta. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 73; Alasuutari 2001: 152.)

Keskeistä ryhmäkeskustelulle on se, että paikalla on ryhmän vetäjä eli moderaattori. Moderaattorin tehtäviin lukeutuvat keskustelulle otollisen ilmapiirin luominen, keskustelun ohjaaminen tavoitteita kohti sekä osallistujien kannustaminen keskusteluun. Vetäjän tarkoitus ei ole olla aktiivinen keskustelun osanottaja, vaan pikemminkin osanottajia rohkaistaan keskustelemaan keskenään. Ero ryhmäkeskustelun ja ryhmähaastattelun välille syntyy siitä, että keskustelussa vuorovaikutusta pyritään tietoisesti luomaan osallistujien välille, ilman että vetäjä osallistuu siihen samassa suhteessa. Vetäjän tehtävä ryhmäkeskustelussa on saada aikaan ennen kaikkea vuorovaikutusta keskustelijoiden välille. Hän antaa erilaisia teemoja kommentoitavaksi esimerkiksi kysymysten tai erilaisten virikemateriaalien avulla. (Ruusuvuori & Tiittula 2005: 223–224.) Näitä olivat kyseisessä tutkimuksessa erilaiset ruoka-aiheiset kuvakollaasit sekä mainokset. Moderaattorin tavoitteena on saada syvällistä ymmärrystä ryhmän jäsenten mielipiteistä sekä saada heidät tuomaan esiin uusia näkökulmia aiheeseen. Hän puuttuu keskusteluun ainoastaan, jos se lähtee rönsyilemään liian kauas itse aiheesta. (Boddy 2005: 251.) Hyvä vetäjä kykenee luomaan rennon ilmapiirin, jossa jokaisen todellinen mielipide uskalletaan sanoa (Ruusuvuori & Tiittula 2005: 226).

3.2. Aineiston hankinta ja kuvaus

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin, vaan sen sijaan kuvaamaan tiettyä ilmiötä ja antamaan sille teoreettisesti mielekäs tulkinta. Sen vuoksi keskustelijoiden valinta oli olennainen tekijä tutkimuksen toimivuuden kannalta; keskustelijoiden valinnan tuli olla tarkoituksenmukaista ja harkittua. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 85–86.) Koska ryhmäkeskusteluista saatava aineisto perustuu vuorovaikutukselle, on ryhmän koostaminen tärkeä etappi tutkimuksen mielekkyyden kannalta. Periaatteena on, että ryhmän jäsenillä tulisi jossain määrin olla yhteiset intressit aiheesta keskustelun kannalta. Samanlaisuutta määritellään juuri keskustelun aiheen sekä sosio-ekonomisten taustojen lähtökohdista. (Ruusuvuori & Tiittula 2005: 227–228.) Tässä tutkimuksessa muodostettiin kolme erilaista ryhmää, jotka kuitenkin keskenään olivat tietyiltä osin homogeenisiä. Ryhmät pyritään muodostamaan keskenään mahdollisimman homogeenisista jäsenistä, jotta kaikki voisivat ottaa osaa keskusteluun yhdenvertaisesti. (Boddy 2005: 250).

Tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä käsitellyn ruoan turvallisuuteen liittyvän ilmiön kohdalla havaittiin, että terveydestä ja tätä kautta ruoan turvallisuudesta kiinnostuneet kokevat ruoan riskit huolestuttavampina. Ryhmät rakennettiin tämän lähtökohdan pohjalta. Huomionarvoista on se, että tutkimukseen ei otettu mukaan ruoan kontekstista katsottuna ääriryhmiä, kuten esimerkiksi ruoka-aktiiveja, pelkästään luomuruokaa ostavia tai ruoka-aineallergikkoja. Siten haastateltavat kuuluivat ruokaan suhtautumisessaan suureen enemmistöön, jolla ei ole asian suhteen äärimmäisiä näkökulmia. Koska myös ikä on yksi ryhmän koostamisen kriteereistä (Ruusuvoori & Tiittula 2005: 229), ryhmät muodostettiin nuorista, 19–32-vuotiaista vastaajista. Tutkimuksen teoreettisessa osuudessa ilmeni, että ikä lisää kiinnostusta ruoan turvallisuutta koskevia kysymyksiä kohtaan. Tässä tutkimuksessa päädyttiin nuoriin vastaajiin siitä syystä, että heillä ei ole iän tuomaa kiinnostusta turvallisuuskysymyksiä kohtaan. Siten näkemykset turvallisuudesta perustuvat muihin tekijöihin.

Tutkimuksessa hyödynnettiin lumipallo-otantaa. Kyseisessä menetelmässä aineisto kerätään siten, että tutkija etenee tiedonantajasta toiseen samalla, kun häntä esitellään uusille henkilöille. Alkutilanteessa tiedetään avainhenkilöitä, jotka johdattavat tutkijan seuraavan tiedonantajan pariin. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 86.) Tämän tutkimuksen kohdalla tutkija pyysi itse haastatteluun mukaan yhden tai kaksi tuttaviansa tuttua, jotka vastaavasti kutsuivat omia tuttaviaan keskustelemaan. Tällä tavoin pyrittiin siihen, että kaikki keskustelijat eivät olisi toisilleen täysin tuntemattomia. Siten keskustelutilanteisiin pyrittiin luomaan mahdollisimman rento ilmapiiri, jossa kaikki näkökulmat voidaan tuoda esille. Ryhmiä koostaessa noudatettiin saturaation eli aineiston kylläntymisen sääntöä. Toisin sanoen: ryhmiä koostettiin niin paljon, että keskusteluissa ei enää nousut tutkimusongelman kannalta uutta tietoa (Tuomi & Sarajärvi 2009: 87). Tutkijan on itse kyettävä ymmärtämään, kun uudet haastateltavat eivät enää anna uutta, olennaista tietoa. Siten hänen on ymmärrettävä, milloin aineistoa on niin paljon, että siitä voidaan saada merkittäviä, teoreettisia tuloksia. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 60.)

Keskustelurunko testattiin ennen varsinaisia keskusteluita. Testiryhmään osallistui kolme tutkijan tuttavaa. Tämän jälkeen keskustelun runkoa muokattiin vielä joiltakin osin, jotta se saatiin paremmin toimivaksi. Itse varsinaiset keskustelut pidettiin maaliskuun 2013 aikana kolmella eri paikkakunnalla: Vaasassa, Seinäjoella ja Laihialla. Ryhmäkeskusteluihin valittiin yhteensä 21 osallistujaa, joista 20 oli naisia. Tähän ratkaisuun päädyttiin siitä syystä, että naisten nähtiin olevan kiinnostuneempia tutkimuksen kohteena olevasta aiheesta, sillä jo Puttosen ja Suojasen vuonna 1997 (sivu 10) tekemän tutkimuksen mukaan suomalaiset naiset olivat miehiä huolestuneempia elintarvikkeiden li-

säaineista (21 % vs. 14 %). Myös aikaisemmin luvussa 2.2.1. ilmeni, että naiset ovat miehiä huolestuneempia ruoan turvallisuuskysymyksistä (esim. Miles & Frewer 2001: 60). Kuitenkin naispuolisten henkilöiden enemmistö keskusteluissa olisi hyvä ottaa huomioon tutkimuksen luotettavuuskysymyksiä pohdittaessa.

Ryhmässä on yleensä 4-12 keskustelijaa (Boddy 2005: 250). Tässä tutkimuksessa koottiin yhteensä 5 ryhmää, joissa keskustelijoita oli 3-6. Toisaalta huomionarvoista on se, että haastattelun aihe voidaan kokea joskus arkaluonteiseksi (Hirsjärvi & Hurme 2001: 115). Ryhmäkeskusteluja saatetaan arastella, koska ihmiset eivät välttämättä uskalla puhua muiden kuullen omista asioistaan (Alasuutari 2001: 153). Myös tämän tutkimuksen kohdalla arkaluonteisuus tuli konkreettisesti esiin, sillä osa ihmisistä tuntui kokevan ruoan hyvin henkilökohtaisena aiheena. Osa keskusteluihin mukaan pyydetyistä henkilöistä kieltäytyi kutsusta, koska koki ruokaan liittyvät kysymykset liian tungettelevina; he eivät olleet halukkaita jakamaan ajatuksiaan ruoasta ryhmäkeskustelun kaltaisessa tilanteessa. Tästä johtuen melko pienet ryhmäkoot puoltavat keskustelun sujuvuutta ja sitä, että osallistujat uskalsivat tuoda mahdollisimman monipuolisesti esiin näkökulmiin tutkittavasta aiheesta.

Yksi keino saada aikaan keskustelua, on valita ryhmään keskenään samanlaisia kokemuksia jakavia ihmisiä (Heiskanen ym. 2005: 199). Toisaalta haastattelijan tehtävä on pitää huoli siitä, että yksittäiset henkilöt eivät pääse dominoimaan koko keskustelua. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 63). Ryhmät pyrittiin muodostamaan siten, että mukana olisi 1) ruoasta kiinnostuneet kuluttajat, 2) lapsiperheiden vanhempia sekä 3) huolettomat ruoankuluttajat (ks. liitteestä 2 ryhmäkeskustelijoiden perustiedot). Tällä tavoin pyrittiin koostamaan kolme keskenään erilaista ryhmää, jotta tutkittavaan aiheeseen saataisiin mahdollisimman monipuolisesti erilaisia näkökulmia. Sekä ensimmäistä että toista ryhmää yhdisti se, että molemmissa ryhmissä kuluttajat olivat jossain määrin kiinnostuneita ruoan turvallisuudesta. Kuitenkin näkökulmien katsottiin eroavan toisistaan siinä, että ensimmäisessä ryhmässä ruoan turvallisuutta tarkasteltiin lähinnä omista, henkilökohtaisista lähtökohdista. Sen sijaan pienten lasten vanhempien oletettiin tarkastelevan ruoan turvallisuutta enemmän lastensa kautta. Kolmas ryhmä poikkesi merkittävästi kahdesta edellä mainitusta siinä, että sen jäsenet eivät olleet kiinnostuneita ruoan turvallisuudesta. Kyseiselle ryhmälle ruokaan liittyvät tekijät ovat pakollinen välttämättömyys, ja he arvostavat helpoutta (Laaksonen, Laaksonen & Leipämaa 2002: 52). Tämän katsottiin tuovan mielenkiintoista kontrastia toisten ryhmien näkökulmille. Tutkimuksen kannalta onkin mielenkiintoista nähdä, miten eri tavalla ruoan turvallisuuteen sekä lisäaineisiin liittyvät kysymykset merkityksellistyvät näille keskenään erilaisille ryhmille.

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on aiheellista huomauttaa, että ryhmät eivät välttämättä olleet täsmälleen edellä mainitun kaltaisia. Syynä tähän oli se, että keskustelijoille kerrottiin etukäteen mahdollisimman vähän keskustelujen sisällöstä ja siten tutkitavasta aiheesta. Tällä pyrittiin siihen, että saadut vastaukset olisivat mahdollisimman spontaaneja ja aitoja. Kuitenkin tästä johtuen keskustelijoita rekrytoivat tutkijan tuttavat joutuivat pyytämään tuttujaan mukaan melko vähäisiin tietoihin nojaten. Siten kaikki osallistujat eivät välttämättä sopineet täydellisesti edellä mainittuun kuvaukseen.

Koska keskusteluissa haluttiin säilyttää mahdollisimman rento ilmapiiri, pyrittiin keskusteluympäristöksi valitsemaan neutraali paikka. Osa keskusteluista pidettiin erilaisissa ryhmätyötiloissa. Etenkin lasten vanhempien keskustelujen järjestäminen osoittautui haastavaksi, sillä lasten kanssa ei ollut helppo lähteä pitkien matkojen päähän. Sen vuoksi toinen keskusteluista päädyttiin pitämään äitien viikoittaisen kerhon yhteydessä, toinen erään äidin kotona. Tällä tavoin myös lasten ottaminen mukaan helpottui. Ennen keskustelujen alkua tutkija esitteli itsensä ja kertoi osallistujille tarkemmin keskustelun kulusta. Tässä vaiheessa tuotiin esiin ryhmäkesustelun luonne, sekä painotettiin sitä, että kyseessä ei ole haastattelu. Siten tutkijan roolin toivottiin pysyvän taustalla, ja osallistujia rohkaistiin keskustelemaan keskenään. Tutkija korosti myös sitä, että kaikki näkökulmat ovat tervetulleita, eikä ole olemassa oikeita tai vääriä vastauksia. Myös keskustelun nauhoittaminen tuotiin esiin heti alussa, ettei se tullut kenellekään yllätyksenä.

Keskusteluissa lähdettiin liikkeelle yleisluontoisilla kysymyksillä. (Keskustelurunko löytyy kokonaisuudessaan liitteestä 3.) Alussa jokaista osallistujaa pyydettiin esittelemään itsensä sekä kertomaan siitä, tapaako hän syödä useammin kotona vai ulkona. Tällä tavoin keskustelu saatiin avattua niin, että jokaisella oli jotakin sanottavaa. Seuraavaksi keskustelijoille näytettiin ensimmäinen kuvakollaasi, jonka pohjalta heitä pyydettiin kuvailemaan omaa suhdettaan ruokaan. Kuvien avulla pyrittiin kattamaan mahdollisimman laajasti erilaisia ruokia ja ruokailutapoja: kollaasiin oli sisällytetty niin itse tehtyä ja – kasvatettua kuin luonnollistakin, mutta myös eineksiä ja kaupasta ostettua. Mukana oli myös kuva värikkäistä makeisista, joka viittasi suoraan lisäaineisiin. Keskustelussa käytetyt kuvakollaasit rakennettiin teoreettisessa viitekehysessä esiin nousseiden teemojen pohjalta, ja tällä tavoin keskustelua pyrittiin herättämään kyseisten aiheiden ympärille. Myös seuraavan kuvakollaasin avulla pyrittiin selkeyttämään keskustelijoiden suhdetta ruokaan yleisellä tasolla. Huomiota kiinnitettiin myös siihen, nousivatko lisäaineet temana esiin jo keskustelun alkuvaiheessa. (Liitteessä 4 on eritelty kaikki keskusteluissa hyödynnetty materiaali.)

Seuraavaksi keskustelua alettiin herätellä ruoan alkuperästä sekä sen merkityksestä keskustelijoille. Alkuperän todettiin jo teoreettisen viitekehyksen yhteydessä liittyvän olennaisesti ruoan turvallisuuden kokemiseen. Asiaa lähestyttiin Atrian mainoksella, jossa lihan alkuperää ja siihen liittyviä harhaanjohtavia merkintöjä symboloitiin naudan vaateisiin pukeutuneella sudella. Tämän jälkeen esiteltiin erilaisia lihaan liittyviä kuvia. Näiden kuvien tarkoituksena oli selvittää keskustelijoiden alkuperään liittämiä merkityksiä. Mukana oli kuva hevosesta, jonka avulla seurattiin, syntykö keskustelua aikaisemmin talvella riehuneesta hevosenlihaskandaalista. Kuvista heränneen keskustelun jälkeen kollaasin päälle tuotiin kuva teuraskuljetuksista. Tarkoituksena oli saada mukaan uutta näkökulmaa lihantuotantoon. Lopulta kuvien päälle tuotiin vielä alkuperää kuvastavia merkkejä, joiden avulla alkuperäkeskusteluun tuotiin uusi näkökulma.

Alkuperää lähestyttiin vielä pikaruokaloiden kautta. Tarkasteluun otettiin jälleen hevosenlihakohu, joka yhdistettiin Burger Kingin ilmoitukseen tammikuussa 2013, jonka mukaan osasta heidän myymiään hampurilaisia oli löytynyt hevosen DNA:ta (The Sun 2013). Vertailukohteena näytettiin McDonald'sin mainos, jossa yritys erittelee hampurilaisen alkuperän tekijöitä. Huomiota kiinnitettiin siihen, toivatko suuret, kansainvälisesti tunnetut pikaruokaketjut uusia näkemyksiä alkuperään.

Seuraavaksi keskustelussa perehdyttiin ruoan turvallisuuteen. Aihetta alettiin tarkastella luomuruoan avulla. Osallistujille näytettiin kuvakollaasia, jossa vallitsevana elementtinä oli vihreys. Luomukuvien päälle tuotiin kuva laboratorion, jossa tehdään kokeita ruoalla. Tämän sekä seuraavien teknologiaan ja geeneihin liittyvien kuvien pohjalta pureuduttiin keskustelijoiden näkemyksiin turvallisesta ruoasta. Jälkimmäisten kuvien asettaman selkeän kontrastin luomuruokaan toivottiin tuovan esiin monipuolisia näkökulmia aiheesta.

Ruoan turvallisuuskeskustelusta siirryttiin lisäaineisiin. Aihetta lähestyttiin lisäaineettomuuden näkökulmasta. Keskustelijoita kerrottiin kertomaan näkemyksiään lisäaineettomuudesta kuvakollaasin tuomien ajatusten pohjalta. Lopulta lisäainekeskustelua vietiin syvemmälle, ja perehdyttiin lisäaineisiin liitettyyn vastakkainasetteluun. Kuvakollaasi esitteli niin lisäaineisiin liitettyjä hyviä kuin huonojakin puolia. Viimeisenä teemanäytettiin Snellmanin mainosta fosfaattimakkarasta ja haluttiin kuulla näkemyksiä tästä aiheesta. Tällä tavoin pyrittiin lopulta paneutumaan vielä aikaista syvällisemmin yksittäisiin, lisäaineisiin liittyviin temoihin.

Edellä mainitun keskustelun pohjalta halutaan selvittää erityisesti sitä, mikä ruokaan ja sen turvallisuuteen liittyen ihmisiä puhuttaa ja toisaalta, mitkä yksittäiset lisäaineet nousivat keskustelun keskiöön. Keskustelua analysoimalla pyritään vastaamaan tutkimuksen toiseen ja kolmanteen tavoitteeseen: selvitetään, miten kuluttajat tulkitsevat lisäaineista käytyä keskustelua sekä toisaalta sitä, millaisia ristiriitoja löytyy lisäaineisiin liittyistä merkityksistä.

3.3. Tutkimusaineiston analyysimenetelmät

Kvalitatiivisessa analyysissä tutkija ei tarkastele ainoastaan näkyvässä olevaa, vaan pyrkii löytämään aineistosta piirteitä, jotka ovat itse lausutun taustalla. Tutkijalla itsellään on tietty näkökulma aiheeseen, ja hän tulkitsee keskustelua tästä näkökulmasta. Siten teksti ei tiivisty vaan pikemminkin laajenee. Laadullisen tutkimuksen käsittely kattaa useita eri vaiheita: se sisältää niin analyysiä kuin asioiden yhdistämistä. Analyysissä eritellään ja luokitellaan aineistoa, mutta toisaalta aineistosta pyritään luomaan myös kokonaiskuvaa ja esittämään tutkittava ilmiö uudesta näkökulmasta. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 137–143.) Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten lisäaineet merkityksellistyvät kuluttajille. Analyysimenetelmänä käytettiin tästä johtuen sisällönanalyysiä, sillä se tukee tutkimuksen tarkoitusta; sisällönanalyysi tarkastelee inhimillisiä merkityksiä, ja sen avulla pyritään saamaan tiivistetty ja objektiivinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2009: 103–104).

Aineiston analyysi tapahtui abduktiivisen päättelyn pohjalta, eli analyysi toimi teoriaohjaavasti. Analyysillä on kytköksiä teoriaan, mutta se ei pohjautu suoraan teoriaan. Aikaisempi tieto ohjaa analyysiä, ja analyysiyksiköt valitaan aineistosta. Kuitenkaan aikaisemman tiedon merkitys ei ole teoriaa testaava, vaan se pikemmin valaisee uusia ajatusuria. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 96–97.) Tässä tutkimuksessa hyödynnetään teoriaohjaavaa otetta, jolloin ruoan turvallisuuden ja lisäaineisiin liitettyjä merkityksiä pyritään ymmärtämään tarkastelemalla limittäin sekä teoreettista viitekehystä että empiiristä aineistoa. Tämä ilmenee käytännössä siten, että teoriasta nostettiin empiiriseen työvaiheeseen mukaan tutkimuksen tavoitteiden kannalta merkittäviä teemoja, joiden pohjalta alettiin herättää keskustelua. Aineistoa analysoidessa edetään alussa melko vahvasti aineistolähtöisesti, mutta kuitenkin analyysin loppuvaiheessa keskustelut alkavat vuorotella vahvemmin teorian valmiiden mallien kanssa. Tutkijan tavoitteena on yhdistellä teorian malleja ja tutkimuksen empiiristä aineistoa, ja tätä kautta saada aikaan jotakin täysin uutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 96–97.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta opitaan analyysivaiheessa uusia asioita ja saadaan ennalta tuntematonta tietoa tutkittavasta asiasta. Siten vasta aineiston pohjalta nostetaan esille erilaisia aiheita, joita mahdollisesti ei osattu kuvitellakaan ennen aineistoon ja ilmiöön perehtymistä. Tutkimus ei olekaan pelkkien ennalta arvattujen ja tiedettyjen asioiden varmistelua ja todistelua. (Alasuutari 2001: 217.) Tutkija voi aineistosta löytää uusia näkökulmia, eikä pelkästään todentaa jo ennestään epäilemäänsä. Keskeistä on, että tutkija tietää, mitä aineistoltaan hakee ja mitä varten hän sen on kerännyt (Eskola 2007: 162). Olennaista on kiinnittää huomiota myös siihen, miten haastateltavat reagoivat kuhunkin kysymykseen. Myös tämä antaa jotakin uutta tietoa tutkittavasta ilmiöstä, mutta myös vaikeneminen ja se, mistä ei puhuta, on olennainen osa analysoitavaa diskurssia. (Alasuutari 2001: 143, 222.) Se, mitä kyetään näkemään tai kuulemaan, ovat pelkästään havaintoja, joita voidaan hyödyntää johtolankoina ja todisteina esiteltäessä tutkimustuloksia. Aineistoa tulisi tarkastella tietyssä tilanteessa tuotettuna puheena. Kun tehdään päätelmiä minkä tyyppisestä aineistosta tahansa, sitä ei voida tarkastella kontekstistaan irrallisina väittäminä. Sen sijaan aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena ja tietyn tyyppisenä vuorovaikutustilanteena. (Alasuutari 2001: 156.)

Teoriaohjaavassa analyysissä teoreettiset käsitteet otetaan mukaan analyysiin jo ennestään tunnettuina (Tuomi & Sarajärvi 2009: 117). Aineiston analyysissä hyödynnettiin teemoittelua. Keskustelut kuunneltiin ja kirjoitettiin sanatarkasti ylös. Tämän jälkeen tutkija luki aineistonsa useaan kertaan läpi tehden samalla muistiinpanoja. Tarkoituksena oli tiivistää aineistoa, mutta myös järjestää ja jäsentää sitä niin, ettei mitään olennaista jäänyt pois. Sen sijaan tämän vaiheen funktiona oli lisätä aineiston informaatioarvoa, jolloin esiin nostettiin tutkimuksen tavoitteita valaisevia teemoja. Pyrkimyksenä oli löytää aineistosta teemoja, joita tutkimuksen toisen tavoitteen mukaisesti yhdistettiin keskusteluissa lisäaineista käytyyn keskusteluun. Kolmatta tavoitetta tukien aineistosta poimittiin kohtia, jotka selvensivät sitä, millaisia ristiriitoja lisäaineiden merkityksiin liitetään. Analyysivaiheessa aineistoa pilkottiin teemoittain pienempiin osiin. Viimeisessä vaiheessa nostettiin esiin tutkimuksen tavoitetta silmällä pitäen aineistosta olennaisimpia ja mielenkiintoisimpia kohtia. (Eskola 2007: 159–174.)

3.4. Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnista ei ole olemassa yksiselitteisiä ohjeita. Kvalitatiivisen tutkimuksen yhteydessä ei ole mielekästä käsitellä validiteetin ja

reliabiliteetin käsitteitä, sillä ne ovat syntyneet määrällisen tutkimuksen tarpeisiin. Kuitenkin tutkimusta arvioidaan kokonaisuutena, jolloin sisäinen johdonmukaisuus painottuu. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 136–141). Laadullisen analyysin peruseriaatteena voidaan pitää sitä, että havainnot ovat absoluuttisia, eli yksittäisten havaintojen pohjalta muotoillaan sääntöjä, jotka pätevät poikkeuksetta koko aineistoon. Kvalitatiivisten analyysimenetelmien avulla saadaan aikaan syvällistä, mutta huonosti yleistettävää tietoa. (Alasuutari 2001: 292–231.) Lähimmäksi perinteistä reliaabeliuden käsitettä päästään kvalitatiivisen aineiston tulkinnassa, kun käsitellään aineiston laatua. Toisin sanoen olennaiseksi nousee tutkijan toiminta ja analyysin luotettavuus. Tärkeää on myös, että tulokset heijastavat mahdollisimman pitkälle tutkittavien ajatusmaailmaa. Yksi validointitapa on osoittaa vastaavuus tutkijan omien tulkintojen ja tutkittavien tulkintojen välillä. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 189.)

Tulkinnalla pyritään kerimään auki merkityssuhteita, joita on löydetty empiriassa. Tulkintaa seuraa ymmärtäminen, jotta tulkinnassa esille tulleet asiat ja tasot saadaan nivotua yhteen. Ymmärtämisen avulla tulkinnan tulokset yhdistetään ja kootaan tietoisesti yhdeksi kokonaisuudeksi, jossa merkitykset yhdistyvät. Vaikka eri tutkijat voivat nostaa tutkimuskohteesta esiin erilaisia tuloksia, ei tutkimuskohde silti voi saada mielivaltaisesti erilaisia merkityksiä. Hermeneuttisen periaatteen mukaan kohteen mieli, joka ymmärtämisen avulla saavutetaan, säilyy samana riippumatta lukutavasta. (Varto 1996: 64.)

Tutkimuksen tulkinnalla pyritään paljastamaan tutkittavien käsityksiä ja heidän ymmärrystään maailmasta niin hyvin kuin mahdollista. On kuitenkin otettava huomioon, että tutkija itse vaikuttaa saatavaan tietoon jo tiedonkeruuvaiheessa; kyse on tutkijan tulkinnoista sekä käsitteistöstä, johon tutkittavien käsityksiä yritetään sovittaa. Tästä johtuen keskeiseksi muodostuu tutkijan dokumentointi siitä, miten hän on päätenyt luokittelemaan ja kuvaamaan tutkittavien maailmaa niin kuin hän sen on tehnyt. Hänen on kyettävä perustelemaan uskottavasti menettelynsä. Siitä huolimatta toinen tutkija voi päätyä erilaiseen tulokseen ilman, että sitä voisi pitää tutkimusmenetelmän tai edes tutkijan heikkoutena. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 189.) Tässä tapauksessa tutkimuksen luotettavuutta on pyritty lisäämään sillä, että tutkija erittelee mahdollisimman yksityiskohtaisesti valitsemansa toimintatavat sekä tutkimuksen etenemisen käytännössä.

Laadullisen tutkimuksen luotettavuudesta puhuttaessa nousee usein esiin kysymys objektiivisuudesta, jolloin on hyvä erottaa toisistaan havaintojen luotettavuus ja puolueettomuus. Puolueettomuuden yhteydessä voidaan pohtia sitä, missä määrin tutkija pyrkii

ymmärtämään tiedonantajia itsenään, vai suodattaako tutkija kertomukset omien lähtökohtiensa läpi. Kuitenkin tutkijan omat lähtökohdat ja ominaisuudet ohjaavat ainakin jossakin määrin havainnointia, sillä hän itse on sekä luonut tutkimusasetelman, että tulkitsee sitä. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 135–136.) Tutkijan tulkinnan voidaan sanoa olevan validi ainoastaan silloin, kun se tekee havaintoaineiston ymmärrettäväksi ja antaa loogisen selityksen sille, miksi ryhmän jäsenet puhuvat ja toimivat aineistossa dokumentoidulla tavalla. (Alasuutari 2001: 153.) Tässä tutkimuksessa tutkijan vaikutusta keskustelutilanteissa pyrittiin vähentämään antamalla osallistujien keskustella mahdollisimman paljon keskenään. Tutkija itse oli taka-alalla ja lähinnä esitti keskustelijoille kysymyksiä kuvallisen materiaalin pohjalta. Keskusteluissa käytetty materiaali oli koostettu teoreettisen viitekehyksen pohjalta, mutta sen ei koeta vähentävän tutkimuksen luotettavuutta ohjaamalla keskustelua tiettyyn suuntaan. Sen sijaan materiaali toimi keskusteluissa suuntaa antavana tekijänä, joka ohjasi löyhästi keskustelua tiettyjen teemojen ympärille.

Keskustelua analysoitaessa vältetään spekulatioita: pyritään analysoimaan pelkästään se, mikä on kuultavissa. Puhujien motiiveja ei pyritä arvailemaan, vaan päätelmät pohjautuvat siihen, miten vuorovaikutus ilmenee ja etenee. Keskustelututkija on kiinnostunut kaikesta siitä, mitä keskustelu sisältää. Analyysin tekijä pyrkiikin kuvaamaan keskustelua kerros kerrokselta tarkemmin, jotta siitä itsestään löydettäisiin mahdollisimman tyhjentävästi tietoa, ilman ennakkoluulojen vaikutusta. (Nuolijärvi 1990: 118–119.) Vastauksia tulkittaessa ei niihin suhtauduta pelkkänä kommunikaationa, vaan tutkijan on otettava huomioon myös haastateltavan oma todellisuus, johon vastukset viittaavat (Hirsjärvi & Hurme 2001: 102). On kuitenkin hyvä ottaa huomioon se, että ihmisillä on tapana kaunistella asioita vastatessaan moraalisesti arkaluonteisiin asioihin. Tämä saattaa heikentää haastattelun luotettavuutta. (Alasuutari 2009: 150; Hirsjärvi & Hurme 2001: 35.) Aiheellista on pohtia, onnistuuko ryhmässä keskustelu tuomaan esiin pelkästään yhteiskunnallisesti hyväksytyä puhetta ylevistä periaatteista (Heiskanen ym. 2005: 201). Tämän tutkimuksen aiheena olevat ruoka ja syöminen saatettiin kokea arkaluontoisiksi, jolloin on otettava huomioon se, että vastauksia saatettiin jossain määrin kaunistella. Kuitenkin pinnallisia vastauksia pyrittiin välttämään luomalla keskustelutilanteesta mahdollisimman rento. Lähtökohtaisesti ryhmät koottiin keskenään homogeenisistä henkilöistä, jolloin keskustelun toivottiin olevan helpompaa. Jokaisen keskustelun alussa myös painotettiin, että kaikki mielipiteet ja näkemykset ovat tervetulleita, eikä keskusteluissa ole olemassa oikeita vastauksia.

4. LISÄAINEIDEN MERKITYKSELLISTYMINEN

Tässä pääluvussa analysoidaan empiirisestä aineistosta saatuja tuloksia ja rakennetaan niiden pohjalta käsitystä siitä, miten elintarvikkeiden lisäaineet merkityksellistyvät kuluttajille. Tätä ymmärrystä muodostetaan tutkimuksen toisen tavoitteen mukaan sen pohjalta, miten kuluttajat tulkitsevat lisäaineista käytyä keskustelua. Lisäksi kolmannen tavoitteen mukaisesti pyritään selvittämään sitä, millaisia ristiriitoja löytyy lisäaineisiin liitetystä merkityksistä. Luvussa 4.1. analysoidaan ensin ruoan turvallisuuden liitettyjä merkityksiä, jotka teoreettisen viitekehyksen antaman mallin mukaan ovat pohjana yksittäisemmän teeman eli lisäaineiden ymmärtämisessä. Tämän jälkeen analysoidaan yksityiskohtaisemmin lisäaineisiin liitettyjä teemoja. Tarkoituksena on rakentaa ymmärrystä siitä, miten lisäaineet liitetään ruoasta käytyyn turvallisuuskeskusteluun. Seuraavaksi luvussa 4.2. perehdytään lähemmin niihin ristiriitoihin, joita lisäaineisiin liitetystä merkityksistä löytyy, sekä niihin keinoihin, joilla ristiriitoja ratkotaan.

Keskusteluihin pyrittiin löytämään niin ruoan turvallisuudesta kiinnostuneita kuin siitä vähemmän välittäviä osallistujia. Ruoka nähtiin pääsääntöisesti positiivisena asiana, ja sitä tarkasteltiin useista eri näkökulmista. Keskusteluissa oli havaittavissa, että suhde ruokaan vaihteli haastateltavien keskuudessa. Yksilöllisten erojen taustalla ruokaan suhtautumisessa vaikutti kunkin tausta. Tämä ilmeni jo siinä, että osa tarkasteli ruokaa itsensä, toiset enemmän lastensa kautta. Ruokaa pidettiin ravintona, mutta myös nautintoa tuottavana asiana elämässä. Etenkin pienten lasten vanhemmat tarkastelivat aihetta lastensa kautta, jolloin he kokivat, että ruoka ja sen turvallisuus ovat alkaneet viime aikoina kiinnostaa enemmän kuin aikaisemmin. Syynä vaikutti olevan usein se, että äitinä ollaan vastuussa myös lapsen elämästä, jolloin ruoasta ja sen ominaisuuksista kiinnostutaan aivan uudella tavalla. Ihanteena äitien keskuudessa oli antaa lapsilleen mahdollisimman puhdasta ja vähän käsiteltyä ruokaa. Tällä koettiin olevan positiivisia vaikutuksia myös omaan ruokavalioon.

O21: "...on ollu positiivinen vaikutus omaan ruokavalioon se, että on vanhempikin lapsi. Että kyllä siinä on niinku oppinu paljon ja ihan eri tavalla kiinnostusta niinku, että (...) mikä on terveellistä ja miten se ruoka pitäis koostua siihen lautaselle. Ja se niinku tulee teoriasta käytäntöön myös, että se ei jää vaan siihen ajatusasteelle. Ja oon huomannut, että kasvikset on tosi hyvää ruokaa (...) Se oma suhtautuminen ruokaan on muuttunu tosi paljon lapsen myötä ja varsinkin silloin, kun tyttö tuli yksivuotiaaksi (...) se alko syömään samoja.."

Keskusteluissa oli havaittavissa, että lisäaineiden yhteydessä pohdintaa syntyi niin turvallisuudesta, terveellisyydestä, informaatiosta kuin toimijoiden luotettavuudesta. Tästä voi päätellä, että lisäaineet ovat ajankohtainen aihe, joka kiinnostaa ihmisiä. Seuraavaksi lisäaineisiin liittyvät teemat on jaoteltu teorian mukaisesti edellä mainittuihin aihealueisiin. Aineiston teemat saattavat joiltain osin sopia useampaankin luokkaan, mutta ne on pyritty jaottelemaan hyödyntäen teoreettista viitekehystä mahdollisimman mielekkäästi.

4.1. Ruoan turvallisuuteen liitetyt merkitykset

Lisäainekeskusteluun johdateltiin ruoan turvallisuuden kautta. Tämä aihe herätti paljon mielipiteitä ja keskustelua. Etenkin hevosenliha nousi keskusteluissa esiin jo ennen kuin siitä varsinaisesti herätettiin keskustelua kuvien avulla. Keskustelujen ajankohta ajoittui juuri hevosenlihaskandaalin jälkipyykkiin, minkä vuoksi asia oli tuoreessa muistissa kaikilla haastateltavilla. Skandaali herätti keskustelua ruoan turvallisuudesta, joka nousi esiin erityisesti äitien puheessa. Ruoan turvallisuutta tarkasteltiin niin ravitsevuuden, eläinten hyvinvoinnin kuin alkuperän näkökulmasta. Erityisesti alkuperän nähtiin määrittävän sitä, miten turvallista ruoka on. Tästä johtuen alkuperän merkkejä tarkasteltiin ahkerasti. Ennen kaikkea suomalaisuus miellettiin takeeksi siitä, että ruoka on turvallista. Tämän vuoksi suuri osa haastateltavista kertoi etsivänsä nimenomaan kotimaisuudesta viestivää Joutsenmerkkiä tuotteista.

O12: ".kyllä sitten ton Joutsenmerkin katon. Et katon aina, et se on niinku suomalaista."

O20: "On sillä (alkuperällä) ainakin sen verran merkitystä, että haluaa justiin suomalaista ostaa. Että ainaki siinä ajattelee, että suomalainen ois puhtaampaa ja parempaa ja terveellisempää kuin ulkomainen."

Alkuperä yhdistettiin turvallisuuteen, ja suuri osa mielsi suomalaisuuden merkkinä ruoan turvallisuudesta. Toisaalta ruoan turvallisuus itsessään osoittautui suuria intohimoja herättäväksi aiheeksi. Turvallisuuden teemaa myös tarkasteltiin useista eri näkökulmista, mikä osoittaa sen olevan merkittävä kriteeri kuluttajille. Oli havaittavissa, että kotimaisuuden koettiin tuovan lisäarvoa ja kotimaisen ruoan uskottiin laajasti olevan turvallinen valinta. Suomalaisuus nähtiin takeena siitä, että tuotantoehjoja on noudatettu ja eläimiä kohdeltu kunnioittavasti. Lisäksi sen nähtiin lisäävän kotimaan työllisyyttä sekä vähentävän kuormitusta ympäristölle. Siten suurin osa haastateltavista koki, että Suo-

messa niin lakien noudattaminen kuin luonnon kunnioittaminen näkyvät pienempänä kemikaalien käyttönä. Etenkin ajateltiin, että lyhyemmät kuljetukset mahdollistavat vähempien lisä- ja säilöntäaineiden käytön. Luottamus kotimaiseen ruokaan näyttäisi olevan syvällä suomalaisten asenteissa. Tosin, jos luottamusta ei täysin kyetty lunastamaan jonkin kriteerin kohdalta, alettiin kulutukselle etsiä vaihtoehtoja, jos aihe koettiin tarpeeksi merkittäväksi. Esimerkiksi eläinten oikeudet olivat saaneet erään haastateltavan siirtymään aikanaan kasvisruokavalioon, sillä hän ei enää kokenut voivansa luottaa eläinten kohtelun olevan hyvää.

O19: "Se oli mulla viimeinen (eläinten kohtelu).. ennen ku mä rupesin kasvissyöjäksi. Mä olin 8 vuotta kasvissyöjä. Toki.. Mun kaverin isä kuljetti sikoja, niin sillai jo niinku tiesi, että kuinka ne oikeasti menee ja se touhu on. Ja tietysti sikalois käyny ja näin, ku tuolta maalta oon."

Pääosin suomalainen ruoka koettiin itselle läheisenä, jolloin se sai aikaan ulkomaista ruokaa enemmän luottamusta. Kuten luvussa 2.2.2. todettiin: jo pelkkä jäljitettävyyden mahdollisuus lisää kuluttajien kokemaa luottamusta. Tämä tuli esiin suomalaisen ruoan kohdalla, sillä kotimaisuuden koettiin mahdollistavan tuotantoketjun seuraamisen aina kaupasta tuottajaan saakka. Tätä ajatusta vahvistivat erityisesti joissakin kananlihapaketeissa olevat merkinnät siitä, miltä tilalta kyseinen kana on peräisin. Jäljitettävyys lisäsi myös tunnetta siitä, että kuluttaja itse kykenee valinnoillaan vaikuttamaan kotimaisten toimijoiden toimintaan.

O19: "Toi on ainaki hyvä, kun noi broilerit on nykyään niin, että niissä näkyy ihan se paikkakunta, mistä ne on, että siitä pystyy valita."

O20: "Ja se tila, joo. Se on kyllä totta."

Ulkomaiseen ruokaan liittyi ajatus siitä, että se oli kulkenut pitkän matkan ja kiertänyt läpi useita eri maita ennen päätymistään kaupan hyllylle Suomessa. Alkuperämaalla näyttää olevan yhteys sen suhteen, miten turvalliseksi ruoka koetaan, ja ulkomaalainen ruoka koettiin itselle kaukaiseksi, jolloin sitä ei mielellään haluttu ostaa. Osa haastateltavista koki, että itsellä ei ole mitään kontrollia siihen, mitä ulkomailta tuotu ruoka on, tai mitä se sisältää. Suomen ulkopuolinen ruoantuotanto yhdistettiin eläinten huonoon kohteluun, hämäräperäisiin tuotanto-olosuhteisiin, sekä lakien ja säädösten laiminlyömiseen. Siihen liittyi suurta epävarmuutta, mikä tuli esiin esimerkiksi siinä, miten geenimuuntelun epäiltiin olevan arkipäivää Suomen rajojen ulkopuolella.

O15: "Eurooppa on aika laaja alue, niin tietääkö ihmiset mitä ne toiset siellä tekee? Oikeesti?"

O9: ”..no ainakin Yhdysvalloissa niin maissi on geenimanipuloitua. Oliko se nyt 30 prosenttia tuotetusta maissista ja ihmiset ei edes tiedä sitä, kun se merkitään niin, että ne ei tajuu sitä. Ja sitten kun maissiahan syö lehmät ja porsaas.. ja varmaan kanoille rehussa. Niin sit se menee niinku eläimiin tää geenimanipuloitu ruoka. Et vaikket sä söis itte sitä geenimanipuloitua ruokaa.. niin se maito, liha, kaikki..”

Myös Reilun kaupan tuotteiden kohdalla tuli esiin epäluulo kaukana tuotettua kohtaan. Vaikka Reilun kaupan taustalla on jalo ajatus köyhyyden vähentämisestä kaupan avulla, jolloin kehitysmaiden viljelijöille ja työntekijöille taataan mahdollisuus turvattuun ja kestäväan toimeentuloon (Reilu kauppa 2011), siitä huolimatta aihe kyseenalaistettiin. Eräs ruoan turvallisuudesta kiinnostunut haastateltava kyseenalaisti koko Reilun kaupan periaatteen. Epäluulot liittyivät siihen, että Reilu kauppa koettiin fyysisesti niin kaukaiseksi, että aiheesta ja sen todellisuusperästä ei koettu olevan mahdollista saada minkäänlaista varmuutta.

O9: ”...jos toi (Reilun kaupan) merkki on, niin mä saatan päättää olla ostamatta, koska mä luulen, että se on pitkälti humpuukia. En tiedä, meneekö ne rahat sinne, minne ne pitäis, ainakaa tän Reilun kaupan suhteen.”

Oli havaittavissa, että mitä läheisemmäksi jokin yksittäinen yritys miellettiin, sitä turvallisemmaksi se koettiin. Läheisinä pidettiin yrityksiä, joihin itsellä oli siteitä joko paikkakunnan tai yrityksessä työskentelevien tuttavien kautta. Niiden nähtiin myös lisäävän työllisyyttä kotimaassa, mikä koettiin positiivisena ja kannatettavana asiana. Vastaavasti hyvin kaukaisiksi koettiin monikansalliset suuryritykset, joiden toiminnasta ei haastateltavien mielestä voinut saada samalla tavoin varmuutta. Esimerkiksi suuret pikaruokaketjut herättivät epäilyjä, mistä johtuen niiden lupaukset puhtaudesta ja turvallisuudesta eivät vakuuttaneet yhtä helposti kuin kotimaisten yritysten lupaukset. Keskustelujen perusteella oli havaittavissa, että ulkomaalaisten yritysten täytyy nähdä enemmän vaivaa saavuttaakseen luottamus.

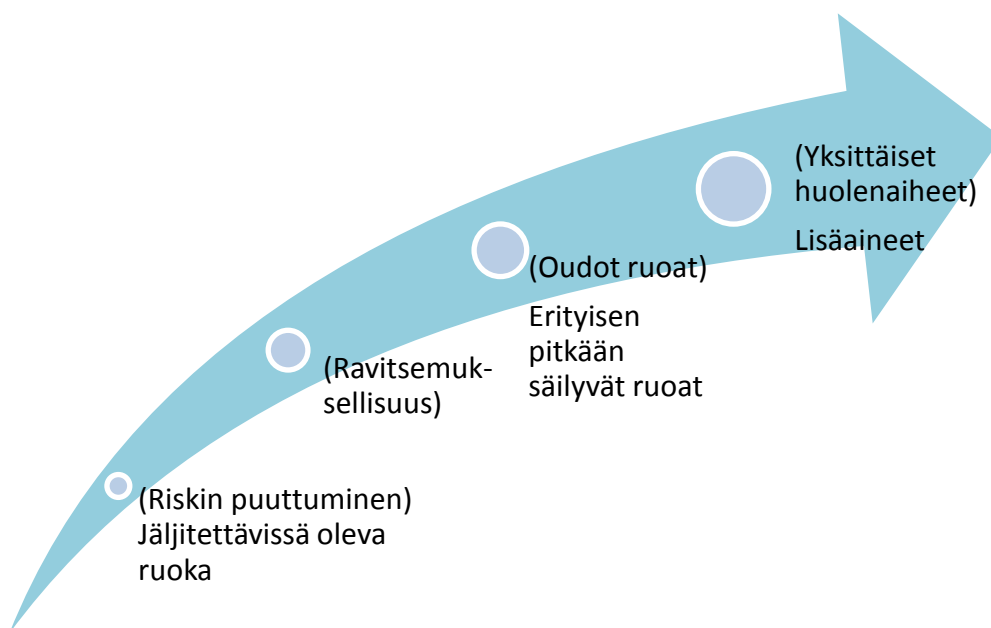
O3: ”Jotenkin niinku se, että vaikka ne kuinka sanois, että tää on 100 prosenttista jotain.. vaikka just se, kun McDonald’s vannoo, että se on 100 prosenttista naudanlihaa, niin sitte kuitenkin, ainaki mulla on koko ajan se, että onko se oikeesti. Mä en usko, et se voi olla. Et ne voi noin halvalla tehdä naudanlihapihvin, joka ei oo mitään muuta kuin sitä.”

Keskusteluista oli havaittavissa, että usein ruokaan liitetään jonkintasoinen riskin mahdollisuus. Kaupasta ostettuun ruokaan suhtauduttiin usein tietyllä varauksella, sillä ajateltiin, että itsellä ei ole mahdollisuutta varmistaa ruoan riskittömyyttä täydellisesti.

Kuitenkin esimerkiksi luomu ja lähiruoka nähtiin turvallisempina valintoina, sillä niiden tuotantoketjun nähtiin olevan läpinäkyvämpiä. Luvussa 2.2. esiteltyä Grunertin (2005: 381) teoriaa kapeasta ja laajasta huolestuneisuudesta, koskien ruoan turvallisuutta, voi hyödyntää myös keskustelun tuloksia tarkasteltaessa. Grunertin jaottelun mukaan ei keskustelua syntynyt niinkään ravitsemuksellisuudesta, mikä voi johtua siitä, että jo lähtökohtaisestikin keskustelu kulkeutui ruoan turvallisuustekijöihin. Laajan huolestuneisuuden näkökulmasta oudot ruoat herättivät epäluuloja enemmän kuin tutut. Erityisesti tuotteet, jotka säilyivät niin pitkiä aikoja, ettei se olisi luonnollisin perusteluin mahdollista, aiheuttivat skeptisyyttä niiden turvallisuutta kohtaan. Näiden epäluulojen voi nähdä kohdistuvan säilöntäaineisiin. Mielenkiintoista on se, että ennestään tutut ruoat itsessään nähtiin usein riskittömänä valintana, mutta kuitenkin juuri niiden sisältämiin yksittäisiin lisäaineisiin saatettiin silti suhtautua epäluuloisesti. Esimerkiksi ketsuppi itsessään hyväksyttiin usein osaksi ruokavaliota ja sitä käytettiin vanhasta tottumuksesta, mutta siitä huolimatta sen sisältö ja lisäaineet epäilyttivät jossakin määrin.

O16: "Mutta onhan se aika pelottavaa, että joku leipäpaketti säilyy kuukauden pöydällä. Tai joku pullapitko. Ei tuu hometta ollenkaa, niin on siinä aika paljo myrkyä."

O13: "Meillä kans on just koko aika ketsuppurkki loppu. (..) Siinähan on kans soakeria ja vaikka mitä, että eihän se varmaan paras oo."



Kuvio 12. Ruoan koettu turvallisuus

Lisäaineet ovat edellä mainitun GMO:n ohella esimerkki laajemmasta huolestuneisuudesta, ja keskustelun tulokset tukevat teoriaa; lisäaineet koetaan niin laajaksi aiheeksi, että se aiheuttaa huolta enemmän kuin yksittäiset ruoat. Koska lisäaineet osoittautuivat osaksi laajempaa huolestuneisuutta, on jo sen vuoksi mielekästä tarkastella hieman lähemmin lisäaineita ruoan turvallisuuden näkökulmasta. Tällä tavoin voidaan teoreettisen viitekehyksen esiyymmärrystä hyödyntää lähtökohtana lisäaineisiin liittyvän turvallisuuskeskustelun ymmärtämiselle.

4.1.1. Lisäaineiden koettu turvallisuus

Havaittavissa oli, että lisäaineita arvioidaan erityisesti niiden turvallisuutta punniten. Tämä ilmeni useamman haastateltavan puheesta, sillä esimerkiksi paljon kiistelty ja tunnettu natriumglutamaatti miellettiin lähes yksimielisesti haitalliseksi ja pahaksi aineeksi, jota tulisi välttää. Yksilölliset ominaisuudet ja arvot vaikuttivat vahvasti siihen, miten turvallisuuteen suhtauduttiin. Kuten jo edellä mainittiin, suomalaisuus nähtiin vahvana merkinä siitä, että ruoka on turvallista. Lisäaineiden näkökulmasta kotimaisen ruoan uskottiin sisältävän vähemmän lisä- ja säilöntäaineita.

O10: "Nythän oli just joku tutkimus, että suomalainen ruoka oli paljo puhtaampaa. Että sitäkin voi ihan hyvin verrata, että haluaako sitten ostaa ulkomaalaisia tomaatteja, joissa on paljon torjunta-aineita, vai suomalaista."

Kotimaisuus osoittautui hyvin tärkeäksi ruokavalinnan kriteeriksi usean kohdalla. Sen sijaan tuotteen lisäainepitoisuus ei ollut kenelläkään ensisijainen valintakriteeri, mikä tuli esiin esimerkiksi siinä, että mieluummin ostettiin suomalaista ruokaa kuin ulkomaalaista tai kotimaistakaan luomua, jossa jo lakien nojalla on lisäaineiden määrää rajoitettu. Tämä osoittaa vahvaa luottamusta suomalaisen ruoan puhtauteen ja siten myös sen lisäaineettomuuteen.

O10: "Toisaalta sitten mulla on se, että mä en kauheesti luomua osta. Johtuen ihan siitä, että mun mielestä suomalainen ja Suomessa tuotetut kasvikset esimerkiksi on mun mielestä yhtä puhtaita."

Huolettomat ruoankuluttajat poikkesivat muista siinä, että heille tärkein tekijä ruokaa ostettaessa oli hinta. Tästä johtuen he kokevat ruokaostokset Laaksosen ym. (2002: 54) mukaan pelkkänä välttämättömänä pahana, jolloin ostoksia ei myöskään suunnitella etukäteen. Tämä nousi esiin myös keskusteluissa, sillä huolettomasti suhtautuvat haastateltavat kertoivat tekevänsä usein päätöksen vasta ostohetkellä, jolloin on mahdollista

verrata eri vaihtoehtojen hintoja keskenään. Hintalähtöinen ajattelu tuli esiin juuri huolettomien kuluttajien keskuudessa, jolloin muilla tekijöillä, kuten alkuperällä ei ollut merkitystä. Siten oli nähtävissä, että myöskään ruoan turvallisuus ei huolettomien ryhmää kiinnostanut, sillä ensisijaisena tavoitteena oli löytää halpaa ruokaa.

O17: "Jos saat halvalla vaikka jostain Lidlistä paketillisen pekonia - tosi hyvää - ja siellä toisessa kaupassa se maksaa kaksi euroa enemmän, niin onko järkeä ostaa sitä kotimaista, jos se on niin paljon kalliimpaa?(...) Onko (..) järkeä kuluttaa siihen kotimaiseen lihaan, kun se on loppujen lopuksi täysin samaa tavaraa?"

Ruokaan ja lisäaineisiin suhtautuminen oli hyvin yksilöllistä, ja siihen vaikuttivat jokaisen omat arvot, asenteet ja kokemukset. Kuten luvussa 2.3.3. mainittiin, myös oma kulutuskäyttäytyminen vaikuttaa siihen, miten yksittäisiin elintarvikkeisiin suhtautuu (Mason ym. 2007: 95–97). Esimerkiksi kevytjuomat herättivät mielipiteitä puolesta ja vastaan. Havaittavissa oli, että ne, jotka ovat juomien kevytversioita tottuneet juomaan, kokivat ne hyvänmakuisina ja hyvänä vaihtoehtona sokerille. Muiden mielestä keinotekoiset makeutusaineet sekä maistuivat pahalta, että olivat epäilyttäviä. Aspartaami on kauan ollut kiistanalainen ja siitä on saatu ristiriitaisia tutkimustuloksia, minkä vuoksi sitä haluttiin välttää.

O13: "Niin ja ne (kevytjuomat) maistuuki jotenki teolliselle."

O12: "Mä juon kyllä Cokis lightia. Mä en oo vielä päässyt siitä.."

O14: "Niin mäkin. Se (Cokis light) on jotenkin paremman makuista mun mielestä."

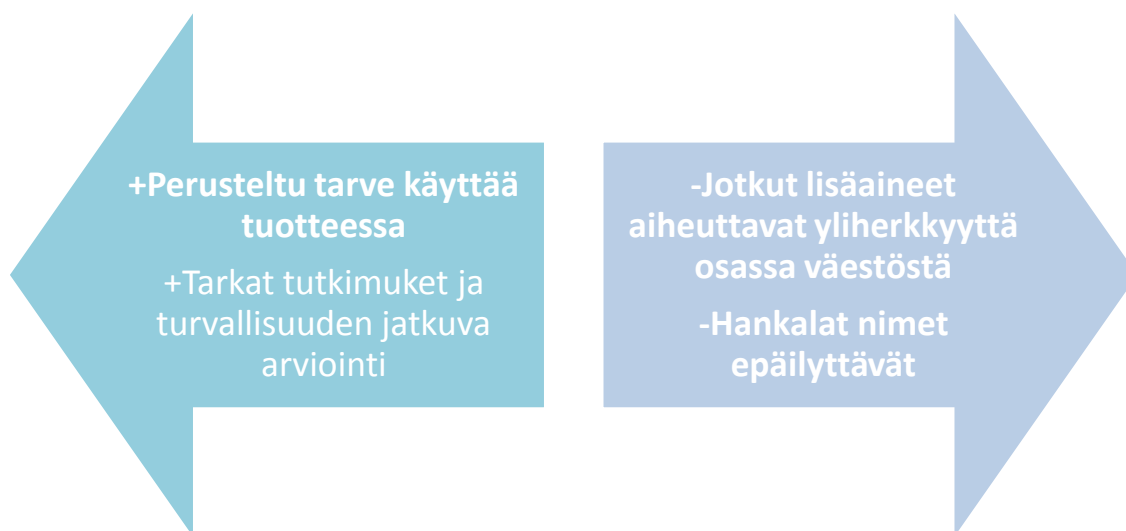
Joidenkin lisäaineiden aiheuttamat yliherkkyysreaktiot tiedostettiin ja niiden koettiin vähentävän luottamusta lisäaineiden turvallisuuteen. Sekä omakohtaiset kokemukset että tuttavien kokemat yliherkkyystapaukset olivat saaneet osan kuluttajista kiinnittämään tarkempaa huomiota ruokien sisältöön. Allergiareaktiot omalta osaltaan vähensivät luottamusta lisäaineiden turvallisuuteen, sillä yliherkkyyttä ei kyetty osoittamaan minkään yksittäisen aineen aikaansaamaksi, jolloin luottamus lisäaineita kohtaan väheni yleisluonteisesti.

O1: "Se on just niinku, et jos mä täällä syön sitruunaa tai limeä, niin mun kurkku alkaa heti paisua. Sitten me oltiin Barcelonassa ja me syötiin siellä sitruunaa ja limeä vaikka kuinka paljon, niin mulle ei tullut mitään oireita. Että niinku tavallaan aika paljon niissä on niinku.."

Kuvioon 13. on korostettu ne lisäaineisiin liitetyt teemat, joita teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin. Osa haastateltavista tiedosti sen, että lisäaineiden käytölle elintarvikkeissa on todellinen syy, jolloin niillä pyritään parantamaan tuotteet ominaisuuksia.

O4: "Tokihan siinä on se vaara, että jos ei oo lisäaineita, niin ruoka pilaantuu nopeammin. Sitä ei välttämättä edes näe, jos se pilaantuu sisäpuolelta, mutta jos siinä on lisäaineita, niin sen näkee heti siitä ulkopinnasta, jos menee pahaksi."

Sen sijaan tarkoista tutkimuksista ja tilanteen arvioinnista ei keskusteluissa tullut puhetta, mikä osoittaa, että jo perustietämys lisäaineista on melko vähäistä. Keskustelua syntyikin selvästi herkemmin lisäaineiden negatiivisista ominaisuuksista, kuten niiden aiheuttamista yliherkkyyksistä.



Kuvio 13. Lisäaineiden koettu turvallisuus

Haastateltavat kokivat, että lisäaineiden turvallisuuden suhteen täytyisi itse olla aktiivinen, jotta siitä saisi paikkansapitävää informaatiota. Songin & Schwarzin mukaan (2009: 137–138) hankalat lisäainemenimet aiheuttavat herkästi tunteen niiden haitallisuudesta. Tämä tuli esiin myös haastateltavien keskuudessa, sillä heidän kohdallaan vaikeasti muistettavat nimet herättivät epäilyksiä vaarallisesta aineesta. Kuitenkin sekin huomioitiin, että helposti lausuttava nimi ei välttämättä ole tae luonnollisemmasta ja vähemmän haitallisesta aineesta. Esimerkiksi moni tunnisti termin "natriumglutamaatti", mutta sen toinen nimi "hiivauute" ei ollut yhtä laajasti tunnettu. Siten koettiin, että

tietoa aiheesta täytyy olla paljon, jotta yksinkertainen nimi ei johda harhaan. Toisaalta yksittäisen lisäaineen useat eri nimet osaltaan edesauttoivat haastateltavien kokemaa epävarmuutta lisäaineiden turvallisuuden suhteen.

O3: "Tässä on varmasti se, että jos sä katsot jotain lihaa, että "ei natriumglutamaattia" tai sitä ei lue siinä ja vaikka siinä lukee "hiivauute", niin ei ihmiset sitä tajua."

O5: "Se kuulostaa periaatteessa aika luonnolliselta. Samalla tavalla kuin joku sitruunahappo. Kuulostaa ihan OK:lta."

4.1.2. Lisäaineiden terveellisyys

Keskusteluista oli havaittavissa, että ruoka koetaan hyvin tärkeäksi asiaksi, koska sillä on suora vaikutus terveyteen. Haastateltavilla oli selkeä käsitys siitä, mikä nykyaikana mielletään terveelliseksi ruoaksi. Suositusten mukaista kasvisten syömistä ja lautasmaalin noudattamista pidettiin tavoiteltavana. Ihanteellisena nähtiin myös mahdollisimman vähän käsitelty ruoka, joka keskusteluissa miellettiin usein samaksi kuin luomu ja lähiruoka.

O19: "Se (luomu) on niinku se ihanne, jonka haluaa sitten omalle lapsellekin, että se arvostus siihen tulee."

Luomu nähtiin pääasiassa positiivisena asiana, vaikka osa kokikin sen olevan pelkkä huijaus, jonka avulla kuluttajille voidaan myydä samoja tuotteita korkeammalla hinnalla. Tällöin uskottiin, että suomalainen ruoka itsessään on jo niin puhdasta, että luomun ostamiselle ei tästäkään syystä ole tarvetta. Ruokaan suhtauduttiin hyvin tunnepitoisesti, jolloin itselle asetettiin selkeät tavoitteet ihanteellisesta ruokavaliosta. Koska erityisesti pienten lasten vanhemmat tavoittelivat puhtautta, eivät lisäainepitoiset ruoat olleet osa ideaalikäsitystä. Vaikka keskusteluissa nousi usein esiin halu ostaa mahdollisimman lisäaineetonta ruokaa, ei tämä aina näkynyt käytöksessä. Tämä tukee teoreettista viitekehystä, jonka mukaan lisäaineiden koettu riski ei välttämättä näy käytännön tasolla (Eom 1992). Etenkin äideillä oli pyrkimyksenä ostaa mahdollisimman vähän käsiteltyä ruokaa, sillä sen koettiin olevan kaikkein terveellisin vaihtoehto lapsille. Kuitenkin he kokivat resurssinsa kaikkein rajallisimmiksi, sillä vaikka tahtoa oli ostaa etenkin luomuruokaa, hieman ristiriitaisesti ei resurssien koettu riittävän tähän: lasten kanssa aika, vaiva ja raha koettiin rajallisina.

O18: "..tyttäreille oon ostanu luomua. Mutta yleensä se on kuitenkin hinta sitten osittain, mikä vaikuttaa, että sitä luomua ei siinä määrin oo, mitä olis ehkä hyvä olla.."

tai mitä ehkä haluais, että omas pöydässä on. Että kattoo kumminki sen rahanki puolesta sitte osittain."

Todellisuuden asettamien realiteettien puitteissa jouduttiin ajoittain ostamaan helposti saatavilla olevaa ja nopeasti valmistuvaa ruokaa. Siten toisinaan päädyttiin ostamaan eineksiä helpottamaan arjessa, mistä seurasi huono omatunto, sillä einokset miellettiin luonnollisen ruoan vastakohtaksi. Tällöin poikettiin itselle asetetusta ihanteellisesta mielikuvasta. Terveellisen ruoan kuluttamisen koettiin vaativan paljon, ja sen vuoksi ihanteet ja tavoitteet eivät aina välttämättä näkyneet käytöksen tasolla.

O11: "Siis valmisruoat.. Välillä töissä käyn hakemassa lähikaupasta. Mutta vaikka siellä on vaikka kuinka paljon.. Niin silti tuntuu, ettei yhtään mitään halua ostaa. Mut välillä tuollanen jauhelihapizza tulee.. Se on jotenki sellanen, mitä välillä. Yleensä me syödään lounas ravintoloissa, mutta jos on tosi kiirettä, niin pitää nopeesti jotain. Ja toi on sellanen, mitä tulee aika usein."

Kuitenkaan kaikki haastateltavat eivät kokeneet terveellistä ruokavaliota ja korkeampaa hintaa ongelmallisena yhtälönä. Koska huolettomille ruoankuluttajille tärkeimmät kriteerit olivat hinta ja maku, eivät he kokeneet tarvetta ostaa lisäaineetonta ruokaa. Siten luomun korkea hinta ei aiheuttanut heille sisäistä ristiriitaa, sillä alun perinkin tavoitteena oli ostaa ennen kaikkea edullista ruokaa. Ruoan hyvä maku koettiin lisäaineettomuutta tärkeämpänä kriteerinä muidenkin kuin vain huolettomien kuluttajien kohdalla. Luvun 2.3.2. mukaan hyvä maku on niin merkittävä tekijä, että se saattaa ohittaa niin positiivisen kuin negatiivisenkin informaation ja näkyä käytöksessä.

O15: "Siis jos mä ostan jotain (vihanneksia), niin mä en yleensä hirveesti kato, et onks ne luomua. Jos se on jotain halvempaa ja siin lukee, et "luomu" niin mä ajattelen, et "Jaa, voin mä ottaa" jos on hyvänväristä. Mut mä en oo sillei, et "Pakko saada luomua. Mis tääl on luomua? Miks luomu on noin kallista? Mun on pakko saada luomua." et en mä ihan sillei suhtaudu kuitenkaa."

O17: "Jauhoista ja jutuista tuli mieleen.. (...) tiätte Atrian Käristemakkarat? Ne on parhaita makkaroitu maailmassa. Mun on pakko sanoa, että mä niin rakastan niitä (...) Jonku perusteella niis on niin paljo jauhoja, että ne pitäis luokitella sämpylöiksi, suhteos siihen lihanmäärään."

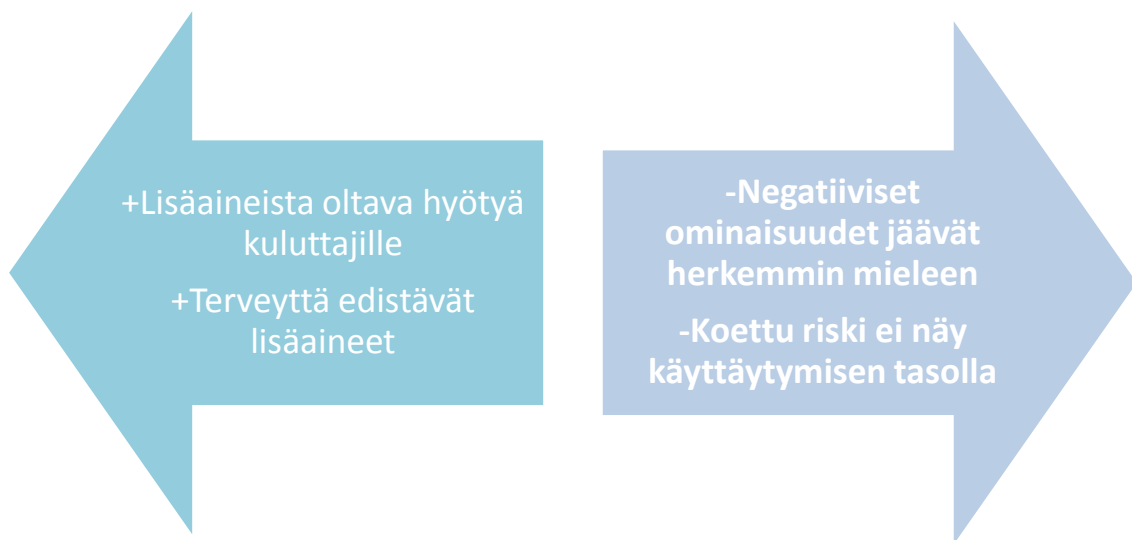
Teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin terveyttä edistäviä lisäaineita vastareaktionä lisäainepeloille. Varsinaisesti terveyttä edistävästä lisäaineista ei syntynyt keskustelua, mikä saattaa selittyä sillä, että aihe on vielä verrattain uusi ja siten tuntematon. Stevia sen sijaan nousi keskusteluissa esiin, ja osa näki sen luonnollisena vaihtoehtona sokeril-

le. Kuitenkin myös stevia on vielä melko tuntematon makeutusaine, minkä vuoksi se aiheutti runsaasti hämmennystä ja ristiriitaista suhtautumista.

O6: ”Toi stevia jotenkin kun se on vielä niin uusi juttu, niin ei oikein tiedä, että miten hyvää se sitten oikeasti on. Se vähän mietityttää.”

O3: ”Ja sitten jos on valmistettu makeutusaine, niin eikös se makeutusaine oo kovin tehty? Pakko olla jotain muutakin kuin vaan sitä steviaa. Mä oon huomannut, että tolla saa hyvin markkinoitua sitä tuotetta, kun ”tässä on nyt sitä steviaa, tää on hyvää nyt”. Jotkut saattaa mennä vaan suoraan, että kun on stevia, niin se on parempi. Onhan se varmasti kun sitä miettii, niin parempi kuin sokeri.”

Stevia on osoitus siitä, että luonnolliset lisäaineet kiinnostavat, sillä useampi haastatettava oli intoutunut kokeilemaan steviaa sisältäviä tuotteita. Sitä oli ostettu myös kotiin tarkoituksena korvata sokeri niin leivonnassa kuin muussakin käytössä. Kaikki steviaa ostaneet eivät olleet kuitenkaan vielä ehtineet testata sitä, mikä voisi viestiä siitä, että vaikka muutosta käytöksessä tapahtuisikin, voi se olla melko hidasta.



Kuvio 14. Lisäaineiden koettu terveellisyys

Havaittavissa oli, että lisäaineista puhuttiin pääosin melko negatiiviseen ja epäilevään sävyyn. Tämä on linjassa teoreettisen viitekehityksen kanssa, sillä sen mukaan negatiiviset ominaisuudet jäävät lisäaineista positiivisia helpommin mieleen. Tämä saattaa osittain selittää myös sen, että keskusteluissa sivutettiin lisäaineiden hyöty kuluttajille sekä

terveyttä edistävät lisäaineet. Stevia kuitenkin herätti kiinnostusta, ja sitä testanneet olivat siihen tyytyväisiä, mikä ainakin voi olla lupaava alku luonnollisten lisäaineiden tulleisuuden markkinoita ajatellen.

4.1.3. Lisäaineinformaation lähteet

Etiketit koettiin tärkeäksi lisäaineinformaation lähteeksi. Niiden avulla nähtiin mahdolliseksi hankkia nopeasti tietoa tuotteen sisältämisestä ainesosista. Siten niitä pidettiin hyvänä apuna päätöksenteossa silloin, kun on aikaa perehtyä etiketteihin. Teoreettisen viitekehyksen luvussa 2.3.3. todettiin, että etiketit voivat olla tehokas keino vaikuttaa kuluttajiin, mutta tiedon on oltava yksinkertaista, jotta tuotteesta piirtyisi selkeä kuva nopeasti. Myös keskustelut tukivat teoriaa, sillä haastateltavien mukaan ne ovat hyvä apu etenkin silloin, kun hakemansa tiedon saa parilla silmäyksellä. Harvemmin etiketteihin todellisuudessa perehdytään ajan kanssa, sillä haastateltavat kokivat, että etikettien lukemiseen uppoaa liikaa aikaa. Ilmeni, että usein myös päädytään ostamaan jo entuudestaan tuttu tuote, paljolti sen helppouden vuoksi.

O11: ”.. ja sit kun käy kaupoissa ja lapsi on mukana, niin aika nopeesti niitä juttuja kerää. Että ei oo aikaa lukea yks etiketti / 10 minuuttia. Että välillä sekin vaikuttaa, että ottaa sen mitä on yleensä otettu.”

O8: ”Varmaan siis se, ettei tunne niinku yksityiskohtaisesti kaikkien lisäaineiden vaikutuksia ja merkityksiä, niin sillei kauheen vaikee sanoa niistä mitään tarkkaa. Mutta jos on ihan tolkuton määrä E-koodeja jossain tuoteselosteessa, niin voi olla että jää ostamatta. Ja sitten vastaavasti, että jos siinä lukee, että ei ole lisäaineita niin kyllä se on sille tuotteelle meriitti jollain tavalla ehkä.”

Teoreettisessa viitekehyksessä nousi esiin se, että joidenkin kuluttajien mielestä etikettien informaatiota on hankala ymmärtää (Wansink 2003: 307). Myös keskusteluissa epäiltiin tätä, sillä suurin osa lisäaineista oli haastateltaville tuntemattomia ja ongelmallisena koettiin se, että usein ei oman tiedon koettu riittävän etikettien perusteellisempaan tarkasteluun. Usein huomiota kiinnitettiin vain yhteen tai kahteen yksittäiseen lisäaineeseen johtuen siitä, että ne kyettiin palauttamaan muistiin. Kuitenkin ristiriitaisena koettiin se, että vaikka tuotteesta tarkastaisikin yksittäisen lisäaineen, jää jäljelle silti monesti useita muita lisäaineita, joiden ominaisuuksista ja vaikutuksista ei tiedetä. Suurin osa lisäaineiden nimistä, saati E-koodeista ei antanut haastateltaville mitään lisäinformaatiota, sillä niistä ei tiedetty mitään. Tästä johtuen etikettien sisältämä informaatio nähtiin olevan melko hyödytöntä ja verrattavissa jopa vieraaseen kieleen, jota ei itse ymmärrä.

O4: ”Sä et tosiaan aina voi välttyä siltä, että sä et tiedä, miten se (ruoka) on tullut kauppaan tai jos se on vaikka joku säilyke, niin mitä siihen säilömiseen on käytetty. Vaikka etiketissä se olis selostettu, mutta kun ei siitä välttämättä ymmärrä mitään.”

Osa haastateltavista koki, että on muiden tahojen vastuulla tiedottaa kuluttajia lisäaineista. Tästä huolimatta myös tiedostettiin se, että nykyajan teknologia on tehnyt informaation hankkimisen myös yksittäiselle kuluttajalle hyvin helpoksi: aiheesta löytyy esimerkiksi älypuhelimiin sovellus, jonka avulla mistä tahansa lisäaineesta saa nopeasti perinpohjaisen taustaselvityksen suoraan puhelimeen. Siten myös oma aktiivisuus koettiin merkittäväksi tekijäksi siinä, miten paljon lisäaineista saa informaatiota. Kuitenkin vaikka tuotteen sisältämistä lisäaineista olisikin saatavilla tietoa etiketeissä, ei sitä välttämättä osattu itse hyödyntää; aktiivisuus koettiin aikaa ja vaivaa vievänä, jolloin helposti valittiin vaihtoehto olla ottamatta asioista selvää. Lisäaineiden suuri määrä aiheutti voimattomuutta, sillä koettiin hankalana tietää, mistä lisäaineista olisi hyvä tietää enemmän. Haastateltavat kokivat, että myös ajan rajallisuuden vuoksi etikettien perusteellisempaan tarkasteluun ei yleensä ollut mahdollisuutta. Seuraava ote keskustelusta havainnollistaa sitä, miten kovatoiseina lisäaineisiin perehtyminen koettiin.

O7: ”Mut tässä mitä. Sä voit hommata kännykkään sellasen ohjelman, että se kertoo sulle siitä E-koodista.”

O8: ”Joo mä oon kuullu kans tuosta. Jos olis vaan aikaa sitten syynätä ne läpi, että ”jahas, mitäs tämä koodi”..”

O7: ”Mulla on se. Sanotaan, et jos siinä on yli kolme E-koodia, niin mä en ota. Mä en jaksa ruveta kattoon, jos siinä on kolme E-koodia...”

Toisaalta motivaatio tutkia etikettejä ei ollut kovin suurta. Havaittavissa oli, että usein muistettiin yksi tai kaksi yksittäistä lisäainetta, joita pidettiin silmällä ja jotka tuotteesta tarkastettiin. Useassa tapauksessa huomiota kiinnitettiin natriumglutamaattiin ja aspartaamiin, koska niistä on varoiteltu jo niin kauan, että nimet ovat iskostuneet ihmisten mieliin. Sen sijaan koodien ja numerosarjojen muistaminen koettiin haastavana, mikä tuli esiin jo siinä, että lisäaineista puhuttiin niiden oikeilla nimillä E-koodien sijaan. Huolettomat kuluttajat tiesivät muiden tapaan natriumglutamaatin ja aspartaamin. Heille nämä aineet eivät kuitenkaan aiheuttaneet tarvetta tutkia etikettejä, sillä heidän pyrki-
myksensä ostaa halvinta ruokaa oli tässäkin tilanteessa hyvin vahva. Kuitenkin uutena mieliin palautuvana lisäaineena mainittiin fosfaatti. Snellmanin fosfaattimakkaroihin perehdyttiin jo teoreettisessa viitekehyksessä, ja niistä puhuttiin myös keskusteluissa. Kuten jo teoriassa (ks. luku 2.4.) mainittiin, moni tunnistaa fosfaatti-käsitteen ja tietää

sen olevan esimerkiksi makkaroiden käytetty lisäaine. Kuitenkaan tarkempaa tietoa aiheesta ei ole, ja fosfaatin käsite ja käyttötarkoitus ei haastateltaville ollut auennut.

O7: ”Mä en ainakaan niinku tiä, että kun tossa lukee ”ei lisättyä fosfaattia”, et jos tossa olis fosfaattia, niin oikeesti et mikä se sen vaikutus on. Totta kai se on hyvä jos siinä ei oo, niin se on luultavasti hyvä juttu. Mutta jos siinä nyt olis, niin mikä se niinku vaikutus sillä oikeesti on.”

Mielenkiintoista on, että vaikka fosfaatti tunnettiin ainoastaan nimeltä, pyrki pari haastateltavaa ostamaan aina fosfaatittomia makkaroituksia. Tämä voisi selittyä luvussa 2.3.4. mainitulla teoriolla, jonka mukaan tietyn lisäaineen jättäminen pois jostakin tuotteesta saattaa aiheuttaa sen, että kyseinen lisäaine mielletään haitalliseksi. Vaikka fosfaattiaakaan ei ole todettu vaaralliseksi, koettiin silti varmemmaksi vaihtoehdoksi jättää se pois omasta kulutuksesta.

O12: ”Taas niin mainoksen uhri, että mä oon.. Vitsi mä huomaankin, kuinka paljon mä katon mainoksia! (...) Sen jälkeen (kun ensimmäistä kertaa näin fosfaatimainoksen).. Mä oon aina kattonu, jos on toi, et ”ei lisättyä fosfaattia” ja sit se lihanmäärä.”

Wansinkin (2003: 307) mukaan selkeät merkinnät tuotteissa helpottavat kuluttajien valintaa ja auttavat päätöksenteossa. Keskustelujen tulokset tukevat teoriaa, sillä etikettien informaatio koettiin hyväksi silloin, kun niistä etsittiin tietoisesti jotakin yksittäistä lisäainetta. Tämä tukee myös käytäntöä, jossa esimerkiksi natriumglutamaatin puuttumisesta ilmoitetaan isoin kirjaimin ja kuluttaja saa nopeasti hakemansa tiedon. Kuitenkin etikettimerkintöjen avulla saatetaan joskus johtaa kuluttajaa harhaan, mikä tuli keskusteluissa esiin, kun pohdittiin sitä, miten Joutsenlippu-merkinnän taustalla ei aina ole täysin suomalainen tuote tai miten paistijauheliha ei todellisuudessa olekaan paistijauhelihaa. Tämä lisäsi haastateltavien skeptisyyttä etikettimerkintöjä kohtaan ja vähensi siten luottamusta etikettejä kohtaan.

O4: ”Mutta mulle ei niinku esimerkiksi Joutsenmerkki merkkää sinänsä, koska se on monesti ihan vaan piilotettu se alkuperä sinne. Et siinä vaan valmistaja, joka sitä myy, on suomalainen. Mutta se alkuperä ei välttämättä oo suomalainen.”

Keskusteluissa ei niinkään tullut esiin mahdollisuus vaikuttaa etikettien avulla laajasti, vaan enemmän keskityttiin niiden ominaisuuteen lisäaineinformaation välittäjänä. Tämä voi selittyä keskustelujen luonteella, jolloin nimenomaan lisäaineisiin kiinnitettiin erityistä huomiota. Jossakin määrin haastateltavat tiedostivat, että etikettien merkintöjä seuraamalla voi tehdä terveellisempiä kulutusvalintoja, ja Prescottin & Youngin (2002:

32) mukaan etikettien informaatio onkin tehokkainta silloin, kun tuotteiden väliset erot ovat muuten epäselviä. Etiketteihin liittyvän keskustelun pääpaino oli kuitenkin siinä, että ne koetaan hankalasti ymmärrettäviksi, etenkin kun oma tietämys lisäaineiden nimistä ja koodeista on rajallinen. Etikettien tarkkailun mielekkyys jopa asetettiin kyseenalaiseksi, sillä yhdeltä lisäaineelta välttyminen nähtiin olevan vain pisara lisäaineiden meressä. Toisin sanoen tuotteissa käytettävien lisäaineiden määrä aiheutti turhautumista ja tunnetta siitä, että omat vaikuttamisen mahdollisuudet ovat melko heikot.



Kuvio 15. Etiketit lisäaineinformaation lähteenä

Tässä tutkimuksessa ruoan turvallisuudesta huolestuneimpia olivat äidit, ja teoreettista viitekehystä tukien he tutkivat etikettejä kaikkein eniten. Osa haastateltavista epäili, että suuri osa ihmisistä ei edes lue etikettejä. Tämä on linjassa huolettomien kuluttajien suhtautumisessa, sillä he ostavat ruokaa edullisen hinnan perusteella.

4.1.4. Informaation koettu luotettavuus

Jo aikaisemmin mainittu Snellmanin fosfaatti-esimerkki toi esiin sen, miten epäluuloisesti valmistajiin saatetaan suhtautua. Fosfaatimakkaraa ei otettu vastaan pelkästään avosylein, sillä osa epäili fosfaatittomuusmerkinnän olevan harhaanjohtava. Pari haastateltavaa toi esiin sen, että edelleen makkaroiden on lukuisia lisäaineita, jolloin lupaus fosfaatittomuudesta ei välttämättä tarkoita turvallisempaa ja terveellisempää tuotetta.

Eräs haastateltava ei aikaisemmin ollut nähnyt Snellmanin fosfaattimakkaramainoksia, mutta ensireaktionaan mainoksiin alkoi epäillä, että niiden taustalta löytyy jonkinlainen ruokaskandaali. Valmistajiin voidaan suhtautua hyvin epäluuloisesti, sillä epäilyjä herätti myös fosfaatin poistamisen tarpeellisuus: pohdittiin sitä, tahdotaanko kilpailijat ainoastaan saattaa huonoon valoon näennäisellä parannuksella tuotteissa. Aikaisempi hevosenlihakohu nähtävästi lisäsi epäluottamusta fosfaattiakin kohtaan, ja onkin havaittavissa, että kohut vähentävät luottamusta paljon laajemmin kuin yksittäisten, tiettyjen tuotteiden tasolla ja ne jopa lisäävät epäluuloja muita ruokia kohtaan.

O16: ”Mut siis miksi toi on alun perin ruvennu ees mainostaan (fosfaatitonta makaraa)? Miksi se on kertonu, et joissain makkarois on (fosfaattia)? Onks tohon aikaan.. Oliko viime kesänä joku kohu taas jostain?”

O17: ”Sama juttu ku näis kaikis lisäainejutuis (...) Niin on pääosin vaan se, että ne on mainostusta. Että ”meillä sitä ei ole, ostakaa meidän omaa.” Vaikka ihminen ei edes tietäisi, mihin se vaikuttaa.”

Vaikuttaisi siltä, että ensisijaisena tiedonlähteenä lisäaineisiin liittyen on media, sillä median eri kanaviin, kuten mainoksiin ja dokumentteihin, viitattiin keskusteluissa useaan otteeseen. Jossakin määrin informaation odotettiin tulevan kuluttajan luo sen sijaan, että kuluttajat itse hakisivat tietoa. Tätä tarkoitusta media palvelee, sillä muiden toimijoiden kohdalla tietoa täytyy hakea oma-aloitteisemmin. Korthalsin (2008: 250–252) mukaan kuluttajat ovat tyytymättömiä luotettavan ja objektiivisen informaation puutteen vuoksi ja pohtivat vastaanottamansa informaation todenperäisyyttä. Tutkimuksessa olikin havaittavissa, että valmistajien tietoon ei luoteta lisäaineiden kohdalla täysin varauksetta. Sen sijaan muiden toimijoiden informaatio koettiin luotettavampana ja puolueettomampana.

O10: ”Mutta tosi huonosti noistakin niinku tiedotetaan noista E-jutuista. Kun niitähän on erilaisia.”

O9: ”Mä en kyl itse asias.. Mä en kattele noita. Okei, jos lukee et ”E-koodeja 0”, niin ei.. Mä saatan vaan pyrskähtää. Mä oon niin skeptinen.”

Havaittavissa on, että mitä vähemmän aihe haastateltavaa itseään kiinnosti, sen enemmän arkikulutuksen kannalta merkityksettömämpiä faktoja lisäaineista muistettiin. Esimerkiksi käyttötarkoitusta mielenkiintoisemmaksi koettiin tieto siitä, mistä lisäaine on peräisin. Tämän voi nähdä johtuvan siitä, että kyseinen informaatio on tullut esiin mediassa. Media valitsee puheenaiheet, jolloin voi havaita, että on tehty tietoinen valinta kertoa lisäaineiden mahdollisesti shokeeraavista ominaisuuksista. Kaikesta huolimatta

media nostaa esiin kuluttajia kiinnostavia asioita, jolloin on nähtävissä, että juuri suora-
 naisesti kuluttajakäyttäytymisen kannalta melko epäolennaiset tiedot kiinnostavat itse
 lisäaineen käyttötarkoituksen sijaan. Vastaavasti kuitenkin mitä enemmän lisäaineiden
 turvallisuus kiinnosti, sen enemmän oltiin tietoisia myös lisäaineen varsinaisesta käyttö-
 tarkoituksesta ja vaikutuksista ihmiseen.

*O15: ”..noissa samassa kuin liivatelehdissä, niin siinä käytetään vasikan.. jotain si-
 suskaluja. Ootas, mitä se oli.. jotain suolta..”*

O17: ”..liivate valmistetaan nahoista.”

*O5: ”Juttelin yhden kaverin kanssa ja se sanoi, miksi jotkut lisäaineet on tavallaan
 ihan hyviä. Kun se kertoi tapauksesta, joka oli saanut ruokamyrkytyksen ja jotain
 tällasta. Mun mielestä se oli ollut vielä joku lapsi tai jotain. Se oli saanut sen sen
 takia, koska sille oli annettu ihan lisäaineetonta ruokaa. Ja kaveri oli sitä mieltä, et-
 tä jotain rajaa, että ei niitä niin paljoa tarvi pelätä.”*

Huolettomat ruoankuluttajat olivat kaikkein luottavaisimpia lisäaineettomuusmerkintö-
 jen suhteen. Tämä voi selittyä sillä, ettei asialla ole heidän kulutus päätöksissään merki-
 tystä, eikä sen vuoksi ole syytä epäillä merkintöjen paikkansapitävyyttä. Muut haastatel-
 tavat olivat lisäaineettomuuden suhteen epäileväisempiä, ja kaikki eivät edes ymmärtä-
 neet, minkä vuoksi jokin yksittäinen lisäaine tai ne kaikki oli tuotteesta poistettu. Osit-
 tain tämä nähtiin merkinä vähemmän prosessoidusta ruoasta. Toisaalta lisäaineiden
 poistaminen koettiin pelkkänä kuluttajien harhaanjohtamisena ja tietämättömyyden
 hyödyntämisenä, mutta siitä huolimatta kyseinen teema koettiin positiivisena: lisäainei-
 den vähentäminen nähtiin hyvänä asiana. Tästä johtuen osa osti lisäaineettomia tuotteita
 jo sen vuoksi, että koki niiden olevan parempi vaihtoehto aikaisemmalle kulutukselle.
 Lisäaineettomuus toi lisäarvoa etenkin siinä tapauksessa, jos tuotteen ostaisi muutenkin.
 Kuitenkaan se ei ollut suurimmalle osalle ainoa kriteeri ostaa tuotetta.

*O8: ”Mun täytyy noist E-koodeista sanoa ainakin se, että kyl mä niinku kiinnitän
 huomiota siihen usein. Et jos siin lukee niinku, et ”E-koodeja 0”, niin kyllä se niin-
 ku erottuu sieltä positiivisesti.”*

*O12: ”Kyl mä uskon noihin sen verran, että kyllä mä valitsen.. Että ”E-koodeja 0”
 niin kyllä mä ostan helpommin sen kuin sen, missä ei lue mitään.. Sitä sen kum-
 memmin tarkastelematta. Et uskoo siihen, mitä lukee ja näkee.”*

Kuten jo luvussa 2.3.4. mainittiin, suomalaiset ovat perinteisesti olleet hyvin luottavai-
 sia eri toimijoihin, mikä tuli esiin myös tämän tutkimuksen yhteydessä. Erityisesti huo-
 lettomat ruoankuluttajat nousivat esiin eri tahoja kohtaan kokemansa luottamuksen
 vuoksi. Huolettomat kuluttajat luottivat vahvasti siihen, että eri ruokaketjun toimijat ja

viranomaiset ajavat kuluttajan asiaa, jolloin he eivät nähneet syytä kantaa itse huolta syömänsä ruoan sisällöstä. Tämä tukee De Jongen ym. (2008b: 315–316) teoriaa, jonka mukaan todettiin erityisesti valmistajiin luottavien kuluttajien olevan kaikkein vähiten huolestuneita ruoan turvallisuuden suhteen.

O15: ”Kun se on lihaa ja se on pistetty kauppaan, niin silloin se on syömäkelpoista.”

Edellä mainittua teoriaa tukevat myös huolestuneempien kuluttajien asenteet, sillä he epäilivät enemmän valmistajien hyväntahtoisia tarkoituksia. Jo teoreettisessa viitekehksessä mainittiin, että erityisesti valmistajia kohtaan koettu epäluottamus näkyy laajamittaisena epäluulona ruoan turvallisuutta kohtaan. Kuitenkin myös huolestuneemmat haastateltavat luottivat edelleen viranomaisiin, mikä osaltaan vihjaa siitä, että vahva luottamus ruoan turvallisuuden suhteen on syvällä oleva suomalaisten ominaisuus. Edelleen voi havaita, että valmistajia kohtaan koettu epäluottamus johtuu osittain erityisesti hevosenlihakohusta. Aika näyttää, muuttuvatko asenteet suopeammiksi kohun josakin määrin unohtuessa.

O3: ”.. Monesti niissä valmislihapaketeissa.. on ruvennu miettimään, että mitä niissä oikeasti on. Että onko niissä tosiaan ihan oikeasti sitä kanaa? Mistä mä sitä tiedän? Vaikka se just eroaa jostain hevosenlihasta, että vaikei se sitä ole. Mutta mistä mä sitä tiedän, jos siellä onkin yhtäkkiä jotain harakkaa.. Kun mieltii jotain halvempaa tuotantoa. Totta kai kaikki on aina, että rahaa säästetään.”

Huolettomien kuluttajien luottamus muiden toimijoiden vastuuseen sai heidät toisaalta tuntemaan myös, että heillä itsellään ei ole valtaa vaikuttaa siihen, mitä ruokaa on tarjolla. Muut haastateltavat kokivat pääsääntöisesti, että he kykenevät omilla valinnoillaan vaikuttamaan ja valitsemaan eri tuotteiden väliltä itselleen mieluisa vaihtoehto. Tämä tunne omista vaikuttamisen mahdollisuuksista toi tunnetta vastuusta ja siten kuitenkin myös huonoa omaatuntoa silloin, jos poikettiin ihanteellisista ruokavalinnoista. Tällainen ilmiö ei ollut havaittavissa samassa suhteessa huolettomien kohdalla.

O2: ”Katoin tossa karkkipussin kyljessä on noita E-koodeja, niin siinä on rivitolkulla niitä. Että kyllä mä vähän mieltisin, että ostaisinko sellasta pussia.”

Moni haastateltava yhdisti lisäaineisiin melko negatiivisia teemoja: niiden ajateltiin olevan peräisin epämääräisestä alkuperästä ja aiheuttavan niin allergioita kuin sairauksiaakin. Perusteluja näille olettamuksille ei löytynyt, vaan sen sijaan ne perustuivat paljolti haastateltavien omiin tuntemuksiin. Koska media nostaa esiin puheenaiheet ja valitsee

paljolti sen, mistä lisäaineisiin liittyen puhutaan, on olennaista pohtia sitä, missä määrin mediassa puhutaan lisäaineista positiivisessa tai negatiivisessa valossa. Tosin jo teoreettisessa viitekehyksessä todettiin, että media peilaa oman kulttuurinsa merkityksiä ja tämän perusteella on havaittavissa, että lisäaineiden käyttötarkoituksen kaltaiset käytännölliset syyt eivät herätä laajaa kiinnostusta, eikä käyttötarkoituksista viestimistä voida edes nähdä ensisijaisesti median tehtävänä. Siten mediassa nousevat esiin helposti muut, kiinnostavammiksi koetut teemat, jolloin lisäaineista piiryy helposti hyvin yksipuolinen ja usein negatiivinen kuva.

O8: ”No varmaan tuo natriumglutamaatti (..) niin se on niinku se tutuin ”paha”. Mut se, et en mäkää tarkalleen tiedä, et mitä se sulle tekee. Et miksi se on paha.”

Keskusteluissa oli havaittavissa, että lisäaineisiin suhtaudutaan melko negatiivisista ja epäluuloisista lähtökohdista. Kuitenkin asennoitumisen pohjalla vaikuttavat kunkin omat kokemukset, mitkä näkyvät myös siinä, missä määrin toimijoihin luotetaan. Erityisesti valmistajiin luottavien huolettomien kuluttajien kokema luottamus oli vahvaa. Kenties juuri tästä vahvasta luottamuksesta johtuen huolettomat kuluttajat kokivat oman vastuunsa ja siten vaikuttamisen mahdollisuutensa alhaisiksi. Yleisesti läpi keskustelun oli selkeästi nähtävissä, että ruokaskandaalit olivat vähentäneet kuluttajien kokemaa luottamusta.



Kuvio 16. Luottamus lisäaineinformaation lähteisiin

Jo tähän mennessä on ilmennyt, että lisäaineisiin liittyy runsaasti ristiriitoja. Seuraavassa luvussa tarkastellaan lähemmin näitä ristiriitoja. Luvussa perehdytään myös niihin käytäntöihin, joiden avulla ristiriitoja ratkaistaan.

4.2. Lisäaineiden merkityksiin liitetyt ristiriidat

Kuten edellisestä luvusta oli todettavissa, lisäaineisiin liittyy lukuisia ristiriitoja. Havaittavissa oli, että osasyynä ristiriitoihin oli se, että suurimmalla osalla haastateltavista oli aiheesta melko vähän tietoa. Tästä johtuen asenteet eivät välttämättä pohjautuneet faktatietoon, vaan pikemmin tunnepohjaisiin ratkaisuihin. Lisäaineet koetaan melko hämmentävänä aiheena, mistä vihjaa jo se, että pelkkä lisäaineen määritelmä koettiin hankalaksi. Voikin nähdä, että kun jo pelkkä määritelmä on hukassa, on hyvin hankala muodostaa aiheesta selkeitä mielipiteitä ja näkemyksiä. Siten asennoituminen aihetta kohtaan on hyvin tunnepitoista, jolloin argumenttien perustelut jäävät melko hataralle pohjalle ja kunnollinen keskustelu aiheesta on hankalaa.

O16: ”Mutta eikös lisäaine oo vaan sellanen.. Mikä on lisäaine?”

O17: ”Mun on pakko sanoa, että en mäkää oo lisäaineista niin perillä.”

O15: ”Se on E.”

O17: ”Niin, mutta mitä se tekee siinä ruoassa?”

O15: ”Se lisää sen.. säilyvyyttä ja.. ja...”

O17: ”Väriä. Kai.”

O16: ”Eikö oo niin, että esim jauho ei oo lisäaine?”

Käsitys teollisesti valmistetuista lisäaineista on lujassa. Lisäaineet miellettiin usein juuri teollisesti valmistetuiksi, ja tietämys luonnollisista lisäaineista oli alhainen. Tämä voi osaltaan selittää negatiivista suhtautumista lisäaineisiin, sillä prosessoidut ruoat miellettiin keskusteluissa luonnollisia ruokia huonommiksi vaihtoehdoiksi. Lisäaineista ajateltiin helposti, että ne ovat jotakin tehtaassa valmistettua ja ihmiselle alkujaan vierasta ainetta. Suhtautuminen luonnollisiin lisäaineisiin olikin pääosin positiivista; ne nähtiin osoituksena siitä, että kaikki lisäaineet eivät voi olla vaarallisia, koska niitä löytyy myös luonnosta. Tosin eräs äiti kyseenalaisti sen, miten luonnollisia lisäaineet ovat siinä tapauksessa, jos ne kuitenkin valmistetaan tehtaassa. Tämän voidaan nähdä osoittavan jo lähtökohtaista epäilyä lisäaineita kohtaan.

O20: ”Niitähän on sellasiakin ihmisiä, jotka ihan kauheesti pelkää kaikkia lisäaineita. Sitten niille tosiaan tulee ihan yllätyksenä, että jotkut lisäaineet on luonnollisia. Sitte taas toisaalta sillä ehkä yritetään saada ihmisiä ajattelemaan, että ”tämä on luonnollinen lisäaine”, mutta onko se sitte taas luonnollinen, kun se on labras

tehty? Vaikka se onki samaa lisäainetta, jota puolukas on luonnostaan. Niin jos se tehään kemiallisesti, niin onko se sitte taas niin luonnollista?”

O15: ”Eli jos jossain puolukassa on (luonnostaan lisäaineita).. Puolukka on niinku ihan älyttömän terveellinen, sitä pitäis syödä ja niin pois päin. Niin ei kai se nyt oo silloin paha.”

Havaittavissa oli, että kuluttajat olivat hämillään sen vuoksi, että eri tutkimuksissa lisäaineet todetaan joko hyviksi tai pahoiksi. Kuitenkin entistä enemmän hämmennystä koettiin sen vuoksi, että tieto yksittäisestä lisäaineesta voi muuttua ajan kuluessa, jolloin jokin aikaisemmin hyväksytty aine todetaan haitalliseksi. Tämä vähensi luottamusta saatua informaatiota kohtaan, sillä sen paikkansa pitävyydestä ei voitu olla varmoja. Esimerkiksi stevian on todettu olevan hyvä ja luonnollinen vaihtoehto sokerille, mutta siitä huolimatta siihen suhtauduttiin hyvin suurella varauksella. Informaation ristiriitaisuudella näyttäisi olevan yhteys siihen, että lisäaineisiin suhtaudutaan epäluuloisesti. Huomion arvoista oli, että lisäaineet miellettiin lähes poikkeuksetta haitallisiksi. Ristiriitaista on se, että vaikka oma tietämys lisäaineista oli usein hyvin vähäinen, silti niiden ajateltiin olevan jollakin tavalla haitallisia. Toisaalta tämä asenne voi johtua myös juuri siitä, että aiheesta ei tiedetä paljon, jolloin siihen liittyvät asenteet perustuvat uskomuksiin.

O12: ”Mä en hirveesti tiedä lisäaineista muuta kuin että ne on suurimmaksi osaksi huonoa. Mutta en niinku muuten oo niihin perehtyny.”

O6: ”Niin. Toi stevia jotenkin kun se on vielä niin uusi juttu, niin ei oikein tiedä että miten hyvä se sitten oikeasti on. Se vähän mietityttää.”

Etenkin äideille lisäaineet näyttäytyivät hankalana kysymyksenä juuri lasten kautta. Omalla kohdalla äidit eivät kokeneet lisäaineita yhtä huolestuttavina, ja oma ajoittainen altistuminen lisäaineille ei huolestuttanut läheskään yhtä paljon. Osa äideistä esimerkiksi kertoi ostavansa silloin tällöin makeisia, vaikka tiedostikin niiden sisältävän runsaasti lisäaineita. Sen sijaan lapsille ei karamelleja ostettu. Luvussa 2.2.1 käsiteltiin kuluttajien riskin kokemista. Optimistinen vääristymä voi selittää äitien suhtautumista, sillä sen mukaan turvallisuuteen liittyvien ongelmien uskotaan osuvan omalle kohdalle keskimääräistä epätodennäköisemmin Grunertin (2005: 382). Siten vastuu lapsen elämästä lisää huolta, mutta omalla kohdalla ongelmia ei koeta niin todennäköisinä.

O21: ”Ja mä niinku.. Jotenki mulla on sillä tavalla kauheen ristiriitainen niinku suhtautuminen ruokaan, että jotenki musta tuntuu, että mä voin ittelleni mitä vaan, et.. Tavallaan, et ei musta ittestä niin väliä. Mutta sit kyllä mä näille lapsille haluan tehdä ite ruokaa ja haluan niinku kattoa, että niillä on terveellistä ruokaa ja justiin

mahdollisimman vähän käsiteltyä ja noin. Mut sitten niinku mä voin tavallaan ite syödä mitä vaan. Sillei yritän tietysti.. tai yritän syödä sillei, että lapset ei sitten näe. (...) Mutta jääkaapista kuitenkin löytyy jonku verran niitä eineksiä.”

Vaikka elintarvikkeiden sisältämistä lisäaineista oltiin huolestuneita, ei tämä silti välttämättä näkynyt käytöksen tasolla. Jo aikaisemmin on tullut esiin, että tuttujen ruokien ostaminen koetaan helpoksi. Tämä näkyi osittain myös siinä, että osa haastateltavista ei ollut kovin innokas ottamaan selvää sellaisista asioista, joiden epäilivät aiheuttavan konfliktia arvojen kanssa. Siten saatettiin jopa tiedostaa, että nykyisiä kulutustottumuksia ei haluttaisi jatkaa, jos niiden vaikutuksista tiedettäisiin enemmän. Tämä tuli esiin äitien keskustellessa nakkien sisältämistä lisäaineista. Seuraava esimerkki osoittaa, miten nakkien sisältämien lisäaineiden haitallisuus on jo tiedotettu jollakin tasolla, ja nyt keskustelussa ilmeneviä faktoja kuunnellaan melko vastahakoisesti. Tietoa ei siis välttämättä hankita senkään vuoksi, että totuuden pelätään olevan liian epämieluisa, jolloin helpompi ratkaisu on jatkaa vanhoja kulutustottumuksia.

O14: ”Ja sit, eiks nakeistakin tullu joku aika sitten kans joku juttu, että niitä ei saisi lapsille.. Se oli aiva ylieni määrä, mitä niitä sai antaa.”

O13: ”Ai paljon?”

O14: ”Siis vähän sai antaa.”

O12: ”Joo todella. Nakit, siellä on joku.”

O13: ”Vitsi meillä syödään nakkeja...”

O14: ”Niin siis tämäkin (lapsi) söis niinku niin paljo nakkeja kun vaan sais syödä.”

O12: ”Mut siis lapsilta ei sitä kaikkea voi niinku..”

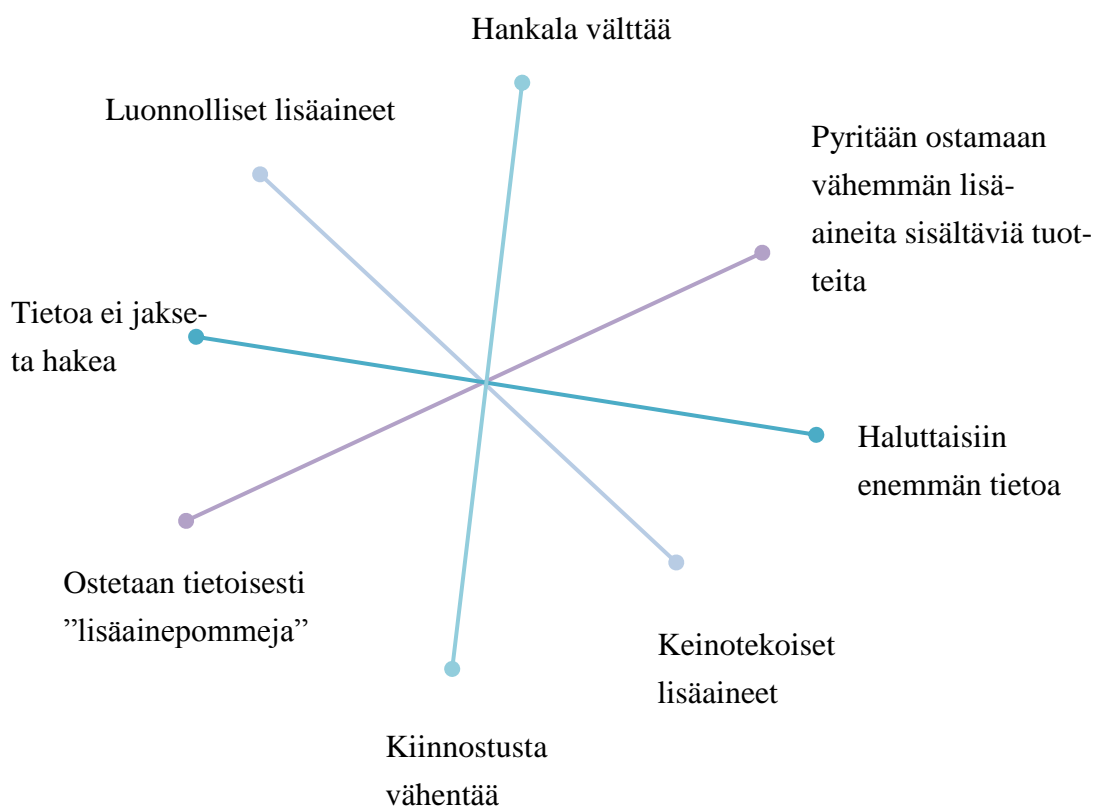
O14: ”Niin, mut sen jälkeen mä oon kyllä yrittäny vähentää nakinsyöntiä.”

O13: ”Kyllä mä oon nyt arvannu, että ei ne hyviä oo.”

Havaittavissa oli, että lisäaineisiin liittyvää syyllisyyttä lisäsi myös tiedon saamisen helppous. Haastateltavat kertoivat olevansa sitä mieltä, että on tuotantoketjun toimijoiden ja viranomaisten tehtävä informoida lisäaineista. Tästä huolimatta koettiin, että lisäaineista ei ole saatavilla puolueetonta tietoa, sillä aiheesta on olemassa vastakkaisia näkemyksiä. Tämä ei lisännyt aiheen uskottavuutta, vaan pikemmin haastateltavien kokemaa hämmennystä. Kuitenkin nykyajan elektroninen media mahdollistaa nopean tiedon hankkimisen niin yksittäisistä lisäaineista kuin niihin liittyvistä tutkimuksista. Siten informaatiosta kiinnostuneet, sitä myös löytävät. Vaikka toisaalta koettiin, että tietoa on hankalasti saatavilla, oli silti havaittavissa, että syyllinen ja vastuullinen huonojen kulutustottumusten taustalla koettiin olevan kukin itse. Tästä johtuen koettiin syyllisyyttä siitä, että aina ei jaksettu ottaa asioista selvää, jolloin saatettiin ostaa myös omista ihanteista poikkeavaa ruokaa. Erityisesti äidit, jotka olivat huolestuneimpia, kokivat huonoa omaatuntoa.

O13: ”.. ja sit välillä ei välitä. Syrjäyttää ne tuntemukset ja vaan syö, eikä mieti. Ei halua miettiä, vaikka tietäis kuinka paljon.”

Kuviossa on hahmotettu lisäaineisiin liittyvien ristiriitojen suhteita. Keskusteluissa tuli esiin myös erilaisia käytäntöjä, joita hyödyntäen ristiriidat hyväksytään paremmin osaksi omaa arkea.



Kuvio 17. Lisäaineisiin liitettyjä ristiriitoja

Haastateltavat kokivat, että lisäaineita on nyky maailmassa käytännössä lähes mahdoton välttää. Etenkin Suomen kaltaisessa maassa, jossa pitkien talvien vuoksi ruokaa joudutaan tuomaan pitkien matkojen takaa, nähtiin lisäaineettoman ruokavalion vaativan paljon vaivaa tai muuttoa ulkomaille. Sen vuoksi koettiin, että lisäaineet on hyväksyttävä osaksi ruokavaliota. Ristiriitatilanteita pyrittiin ratkomaan siten, että ihanteellista syömistä tavoiteltiin edes osittain arjessa ja hankittiin ruokaa, joka tietävästi sisältää vä-

hemmän lisäaineita. Etenkin itse alusta asti kasvatettu ruoka, tiloilta suoraan ostaminen ja lähiruoka, luomu ja riista nousivat keskusteluissa esiin, kun pohdittiin vaihtoehtoja lisäaineille. Osa näki ratkaisuna myös sen, että on valmis jopa maksamaan ruoastaan hieman enemmän, jos voi olla varma, ettei se sisällä epäilyttäviä aineita.

O5: ”Mutta jos on vaihtoehtona joku halpa tuote, jossa on kymmentä eri E-koodia ja vähän laadukkaampi tuote jossa on puolet vähemmän, niin kyllä sitä mieluummin sen laadukkaamman mieluummin ottaa. Ja mieluummin se, että jotain parempaa ja vähän kuin halpaa tosi paljon.”

Toinen tapa ratkoa ristiriitoja oli olla ajattelematta niitä. Siten ongelmalliseksi koettu ristiriita siirrettiin mielen taka-alalle. Tästä huolimatta haastateltavat kokivat helposti huonoa omaatuntoa ristiriitaisesta käytöksestään. Siten omantunnon ääntä pyrittiin hiljentämään myös ajatuksella kohtuudesta, jolloin prosessoitujen ja lisäainepitoisten ruokien syömisen silloin tällöin ei koettu voivan pilata muuten hyvää ruokavaliota. Tämän suhteen oli havaittavissa, että huomiota siirrettiin helposti myös muihin kriteereihin kuin lisäaineisiin. Tällöin ruokavalintaa ohjasivat esimerkiksi lihapitoisuus tai kalorit, jolloin lisäaineiden ei edes koettu olevan tärkein tekijä.

O14: ”Ja kun niitä tuntuu olevan niinku joka paikassa... Niitä on niinku mahdotonta välttää ihan täysin. (...) Mun mielestä, jos nyt pääasiassa syö sillei terveellisesti, hedelmiä ja vihannuksia ja kasviksia ja ei mitää tommosia valmisaterioita, niin... Eiks se oo ihan ok?”

Toisaalta tiedostettiin, että lisäaineiden vaikutuksia ihmisiin on melko hankala tutkia. Sen vuoksi ristiriitoja tarkasteltiin myös sen näkökulmasta, että vasta tulevaisuudessa saamme mahdollisesti täysin tietää sen, miten lisäaineet ihmiskuntaan todellisuudessa vaikuttavat.

O15: ”.. Mutta kun mä oon kuitenkin aina syöny lisäaineita. Ja en mä oo kuollu siihen vielä, eikä mulla kasva niinku kolmatta kättä tuolta selästä eikä mitää, nii ei mun.. Ei mun tarvi pelätä niitä sillei.”

Siten lisäaineet ovat saattaneet olla osallisena pidempään elinikään, toisaalta on myös mahdollista, että ihmiset olisivat jopa nykyistä paremmin voivia ilman lisäaineiden vaikutuksia. Tästä johtuen hyvänä ratkaisuna nähtiin se, että lisäaineet hyväksytään osaksi nyky maailmaa.

5. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Vaikka lisäaineet ovat olleet osa nykyajan elintarviketuotantoa jo kauan, on niistä kiistelty myös pitkään. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää sitä, miten lisäaineet merkityksellistyvät kuluttajille. Tarkoitusta lähestyttiin tarkastelemalla tutkimuksen alussa eri toimijoiden näkemyksiä lisäaineista, ja toisaalta perehdyttiin myös ruoan turvallisuuskysymyksiin sekä kuluttajien suhtautumiseen niitä kohtaan. Tällä tavoin luotiin pohja empiiriselle tutkimukselle ja rakennettiin ymmärrystä aiheesta laajemmin, jotta paremmin voitaisiin ymmärtää kuluttajien näkemyksiä lisäaineista. Ensimmäinen tavoite oli analysoida eri toimijoiden käymää keskustelua lisäaineisiin liittyen. Keskusteluun syventyminen osoitti, että eri tahoilla oli lisäaineista oma mielipiteensä, ja ne tarkastelivat lisäaineita erilaisista näkökulmista. Lainsäädäntö nojaa tarkkoihin tutkimuksiin, joiden pohjalta lisäaineisiin liittyvät turvallisuusmääräykset muodostetaan, ja se on lisääntynyt sitä mukaa, kun lisäaineista saadaan uutta tietoa. Kuitenkin tästä näkökulmasta tarkasteltuna lisäaineet nähdään turvallisina, sillä niitä on tutkittu hyvin perusteellisesti ennen käyttöönottoa.

Erityisesti valmistajien kanta lisäaineisiin oli hyvin suopea, ja näkökulmissa korostuivat lisäaineiden tuomat edut ja hyödyt kuluttajille. Nykyisen kaltainen monipuolinen ruoantuotanto, jonka avulla ruoan säilyminen ja turvallisuus kyetään varmistamaan, mahdollistuvat lisäaineiden avulla. Ravitsemusasiantuntijoiden näkökulma oli jossakin määrin aikaisemmin mainittujen yhteissumma: lisäaineet nähtiin tutkittuina ja turvallisina ja siten hyödyllisinä ihmisille, mutta edellisistä poiketen painotettiin erityisesti kuluttajien omaa vastuuta. Ihmiset ovat yksilöitä, ja sen vuoksi lisäaineet voivat vaikuttaa eri ihmisiin eri tavoin. Siten kuluttajien ei ravitsemuksen asiantuntijoiden näkemyksen mukaan tulisikaan luottaa sokeasti mihinkään ulkopuoliseen tahoon, vaan luottaa myös omiin tuntemuksiin ja reaktioihin.

Media on ollut jo kauan merkittävä toimija, joka päättää sen, mitä asioita ja teemoja nostetaan yhteiskunnassa käydyn keskustelun keskiöön. Media tuottaa ja peilaa tehokkaasti kulttuurinsa merkityksiä, mikä toisaalta edellyttää vastaanottajalta jonkinasteista ymmärrystä kyseisestä kulttuurista. Myös mediaa tulkitessa tärkeää olisi samalla pyrkiä ymmärtämään kulttuurisidonnaisia merkityksiä. Nähtävissä siis oli, että lisäaineita tarkastellaan yhteiskunnassamme erilaisista näkökulmista, mutta kuluttajat saavuttaa herkiten se informaatio, mikä mediassa nostetaan puheenaiheeksi. Toisaalta kuluttajienkin

on ymmärrettävä kulttuuriin liittyviä merkityksiä, jotta he voivat ymmärtää oikein median sanoman lisäaineista.

Tutkimuksen toisena tavoitteena pyrittiin teoreettisen viitekehyksen ja empiirisen tutkimuksen avulla selvittämään sitä, miten kuluttajat tulkitsevat lisäaineista käytyä keskustelua. Jotta kyettiin ymmärtämään paremmin kuluttajien suhtautumista lisäaineisiin, pyrittiin ensin luomaan ymmärrys kuluttajien näkemyksestä keskeisiin ruoan turvallisuuskysymyksiin. Aihe jaettiin karkeasti kahteen osaan: siihen, miten kuluttajat suhtautuvat ruoan riskeihin sekä siihen, miten vahvasti he luottavat eri toimijoihin. Yksilölliset tavat suhtautua riskeihin osoittautuivat hyvin olennaiseksi tekijäksi, sillä riskiin asennoitumisessa vaikuttavat jokaisen tausta, kokemukset sekä kulttuuri. Vaikka kuluttajat olivat huolestuneita ruokaan liittyvistä erilaisista riskitekijöistä, oli silti tietynasteinen luottamus omaan riskeiltä välttymiseen vahvaa. Siten itse aiheutetut sekä toisaalta myös jo ennestään tutut riskitekijät koettiin vähemmän uhkaavina kuin muut.

Lisäaineiden yhteydessä painotetaan usein niihin liittyvää turvallisuutta. Tämän voi nähdä johtuvan ainakin osittain siitä, että elintarvikepolitiikan tavoitteena on kuluttajien luottamuksen palauttaminen ja säilyttäminen, minkä vuoksi elintarvikkeiden turvallisuuden kiinnitetään jatkuvasti enemmän huomiota. Kuluttajien huolestuneisuus ja oma kuluttajakäyttäytyminen ovat merkittäviä tekijöitä sen taustalla, miten kukin asennoituu turvallisuuteen liittyviin säädöksiin. Tämän tutkimuksen perusteella keskeistä suhtautumisessa oli se, että asiantuntijoihin ja säädöksiin luottavat kuluttajat olivat huolestuneimpia ruoan turvallisuudesta. Vastaavasti toimijoihin luottavat kuluttajat olivat kaikkein luottavaisimpia.

Koska erityisesti naiset ja terveydestä kiinnostuneet oli aikaisemmissa tutkimuksissa todettu huolestuneemmiksi, lähdettiin keskustelun empiiristä ulottuvuutta rakentamaan tältä pohjalta, jolloin mukaan valikoitiin erityisesti nuoria naisia. Tällä tavoin pyrittiin analysoimaan tarkemmin sitä, minkälaisia merkityksiä lisäaineisiin liitetään ruoasta ja sen turvallisuudesta kiinnostuneiden kuluttajien keskuudessa. Jotta aineistosta löytyisi kontrastia, valikoitiin yhteen ryhmään huolettomia ruoankuluttajia, joiden valintoja ohjaavat pääsääntöisesti hinta ja hyvä maku. Ryhmäkeskusteluja hyödyntämällä perehdyttiin lisäaineisiin, ja niiden avulla pyrittiin tuomaan päivänvaloon lisäaineisiin liitettyjä merkityksiä, tulkintoja ja ristiriitoja. Keskustelujen avulla lisäaineiden teemasta nousi esiin turvallisuuden, terveellisyyden, informaation, sekä luottamukseen liittyviä merkityksiä. Eri näkökulmia tarkastelemalla aiheesta pyrittiin saamaan mahdollisimman

laaja ymmärrys. Tämän perusteella on myös nähtävissä, että teoreettinen viitekehys oli rakennettu toimivaksi, jolloin sen avulla luotiin hyvä pohja empiiriselle tutkimukselle.

Keskustelua edeltäneisiin viikkoihin ajoittunutta hevosenlihakohua kohtaan koetusta lisääntyneestä kriittisyydestä ja suuresta mielenkiinnosta oli tutkimuksen perusteella havaittavissa, että media ohjaa keskustelua sen suhteen, mitkä teemat ihmisiä puhuttavat. Siten on otettava huomioon, että näkemykset ruoan turvallisuudesta olivat mahdollisesti korostuneen epäluuloisia juuri keskustelujen aikoihin. Kenties ennen kohua tai vastaavasti sen hälvettyä ajan mukana, olisivat keskustelijoiden näkemykset olleet lievempiä. Merkittävää on huomata se, että skandaalin vaikutukset ovat ulottuneet hevosenlihaa laajemmin ruokaan liittyviin tekijöihin. Siten yleinen kriittisyys ja epäluulo ruokaa kohtaan saattoi näkyä ajankohdan vuoksi poikkeuksellisen kriittisenä myös lisäaineita kohtaan.

Myös lisäaineiden suhteen oli havaittavissa, että erityisesti mediassa puhuttaneet natriumglutamaatti, aspartaami, fosfaatti, sekä stevia koettiin keskusteluissa mielenkiintoisiksi. Nämä myös aiheuttivat eniten huolta. Tutkimuksen perusteella on nähtävissä, että jos mediassa olisi puhuttu viime aikoina fosfaatin sijaan esimerkiksi väriaineista, olisivat ne olleet selkeinä ihmisten muistissa ja niihin kiinnitettäisiin erityistä huomiota. Siten medialla on suuri valta sen suhteen, mitkä lisäaineet kuluttajia puhuttavat, sekä josakin määrin myös sen suhteen, miten niihin suhtaudutaan. Tämän voi nähdä johtuvan siitä, että ihmisiä kiinnostavat aiheet eivät liity lisäaineiden käyttötarkoituksiin, vaan ristiriitaisempiin teemoihin, kuten mahdollisiin yliherkkyyksiin ja muihin haittoihin. Syyt siihen, miksi lisäaineita käytetään, eivät ole päällimmäisenä mielessä, vaan sen sijaan niiden mahdolliset haittavaikutukset. Siten niistä muodostuu ihmisten mieliin helpommin myös negatiivinen kuva.

Lisäaineet ovat ristiriitaa aiheuttava teema, mikä tuli esiin jo teoreettisen viitekehysten yhteydessä. Läpi keskustelujen oli havaittavissa, että niihin suhtaudutaan hyvin kriittisesti ja epäluuloisesti. Vain muutama haastateltava näytti muistavan, minkä vuoksi lisäaineita alun perin on ruvettu elintarvikkeissa käyttämään. Siten keskusteluissa painotuivat enemmän epäluulo lisäaineita kohtaan; osa jopa epäili, että niitä lisätään elintarvikkeisiin liiallisia määriä varmuuden vuoksi. Tämän kaltaiset mielipiteet näyttäytyivät läpi keskustelujen, mistä oli nähtävissä, että aiheeseen suhtauduttiin hyvin tunnepohjaisesti. Haastatteluissa ilmennyt suhtautuminen fosfaattia kohtaan on erinomainen esimerkki siitä, miten tunteenomaisesti lisäaineisiin suhtaudutaan: tietämys fosfaatista oli hyvin rajallinen, mutta silti haluttiin ostaa tuotteita, joista fosfaatti on poistettu. Poista-

misen luultiin osoittavan, että fosfaatti on vaarallista, vaikka asiaa ei todellisuudessa olekaan missään näin todistettu.

Faktatietoa aiheesta on vähän ja enemmän nojattiin omiin tuntemuksiin, mikä tuli esiin siinä, että moni yllättyi kuulleessaan puolukan sisältämistä lisäaineista. Osa tiedosti, etteivät kaikki lisäaineet ole haitallisia, mutta tästä oli haastateltavilla vain hataraa tietoa. Mielipiteet muodostettiin melko vähäisen tiedon pohjalta, mikä osaltaan lisäsi hämmennystä. Koska pääasiallinen tiedonlähde lisäaineiden suhteen on media, voi osittain nähdä johtuvan myös siitä, ettei kuluttajilla ole aiheesta tarkempaa tietoa. Kyseessä on ikävä noidankehä: mediassa puhutaan siitä, mikä kuluttajia kiinnostaa, mistä johtuen lisäaineista ei edes saada tätä kautta uutta, positiivisempaa tietoa.

Erot mielipiteissä tulivat esiin lähinnä yksilötasolla. Haastateltavien kokeman luottamuksen merkitys tuli selkeästi esiin asennoitumisessa ruoan turvallisuutta ja siten lisäaineita kohtaan. Suurin osa kertoi olevansa sitä mieltä, että on tuotantoketjun toimijoiden tehtävä huolehtia siitä, että ruoka on turvallista kuluttajille. Tällä tavoin vastuuta siirrettiin puheissa muiden toimijoiden harteille. Kuitenkin puheesta oli havaittavissa, että huono omatunto seurasi herkästi itselle vääriksi koetuista valinnoista. Siten haastateltavat vaikuttivat pohjimmiltaan kokevan, että todellisuudessa vastuu valinnoista on lopulta jokaisen omissa käsissä. Erityisesti pienten lasten äidit olivat huolestuneita. Tämän voi nähdä johtuvan siitä, että he eivät luottaneet valmistajien sanaan, vaan viranomaisiin. Viranomaiset painottavat sanomassaan kuluttajien omaa vastuuta valinnoistaan, mikä osoittautui toteutuvan myös käytännössä. Äidit kokivat olevansa vastuussa niin omasta kuin lastensa ruokavalinnoista, mikä aiheutti huonoa omaatuntoa erityisesti ihanteellisesta ruokavaliosta poiketessa. Vastaavasti huolettomat ruoankuluttajat olivat luottavaisia ja uskoivat valmistajien olevan niin rehellisiä, että ne tuovat markkinoille ainoastaan kuluttajille hyväksi olevaa ruokaa. Siten he eivät kokeneet olevansa itse vastuussa syömänsä ruoan suhteen, jolloin he eivät kohdanneet suurta ristiriitaa asian suhteen. He eivät myöskään murehtineet elintarvikkeiden lisäaineiden turvallisuutta, koska uskoivat, että ne ovat käyttöön hyväksytyjä ja siten turvallisia käyttää.

Kolmas tavoite oli selvittää, millaisia ristiriitoja löytyy lisäaineisiin liitetyistä merkityksistä, ja sitä lähestyttiin empiiristä aineistoa tulkitsemalla. Ristiriitojen taustalta löytyivät yksilölliset ominaisuudet sekä erilaiset elämäntilanteet: haastateltavien käytettävissä olevat tulot ja aika, sekä heidän asenteensa ja arvonsa vaikuttivat siihen, että osa koki jo lähtökohtaisesti lisäaineet merkittävänä teemana, johon kiinnitetään huomiota ruokavaliinta tehdessä. Toisilla lisäaineisiin ei kiinnitetä huomiota, vaan kulutusta ohjaavat

enemmän muut tekijät, kuten ruoan hinta ja maku. Siten etenkin huolestuneet äidit olivat valmiita etsimään vaihtoehtoja lisäaineille, kun taas huolettomat kuluttajat eivät nähneet lisäaineita syynä muuttaa nykyistä kulutustaan.

Motivaatiota kiinnittää huomiota ruoan sisältämiin lisäaineisiin vähensi kiire, oman tiedon rajallisuus, sekä lisäaineiden suuri määrä ja eri käyttötarkoitukset. Lisäksi tutkimusten ristiriitaisuus sekä informaation jatkuva muuttuminen edesauttoivat skeptisyyttä informaatiota kohtaan. Toisaalta hämmennystä aiheutti se, että osa lisäaineista on peräisin luonnosta, osa on teollisesti valmistettuja. Edellä mainituista syistä johtuen kriittiset asenteet eivät aina näkyneet käytöksen tasolla. Tutkimuksen perusteella keskeistä lisäaineisiin suhtautumisessa näyttäisi olevan hämmennys. Kuluttajilla oli aiheesta melko vähän tietoa, mistä seurasi se, ettei tarkalleen tiedetty, miten aiheeseen tulisi suhtautua tai missä suhteessa lisäaineet olisi hyvä omaksua osaksi omaa ruokavaliota. Vähäisen tiedon vuoksi suhtautuminen oli hyvin tunnepitoista ja pohjautui merkittävässä määrin luuloihin faktatiedon sijaan. Koska keskusteluista päätellen kuluttajat ovat hämillään, tuntevat voimattomuutta lisäaineiden suhteen, eikä heillä ole aiheesta kunnollista ja relevanttia tietoa, tarvitaan lisää tiedottamista. Jako teollisiin ja luonnollisiin lisäaineisiin ainoastaan lisäsi hämmennystä, ja sen vuoksi nämä kaksi eri kategoriaan voisi mahdollisesti olla hyvä erottaa toisistaan tulevaisuudessa. Tällä tavoin ero muuttuisi selkeämmäksi ja kuluttajat tulisivat tietoisemmiksi siitä, etteivät lisäaineet välttämättä tarkoita ruoan olevan jotakin prosessoitua, teollisista aineksista valmistettua; lisäaineita voi löytyä myös luonnollisesta alkuperästä. Vasta sitten, kun kuluttajilla on selkeämpi käsitys siitä, mistä puhutaan ja mitä lisäaineet ovat, voi asennoituminen pohjautua faktoihin.

Koska osa koki, että nykyisenkaltainen ruoantuotanto ei olisi mahdollista ilman lisäaineita, hyväksyttiin ne tästä syystä osaksi omaa ruokavaliota. Toisaalta ratkaisuna epätoisuuteen lisäaineista nähtiin yksinkertaiset toimet kohti muutosta. Esimerkiksi ruoan kasvattaminen itse, ostaminen suoraan maataloilta, sekä puhtaaksi koetun ruoan, kuten luomun, lähiruoan ja riistan kuluttaminen koettiin vaihtoehtoina lisäainepitoiselle ruokavaliolle. Tosin vanhat ja tutut kulutustavat koettiin helppona ratkaisuna, mikä johti siihen, että muutosta ei välttämättä hyvistä aikomuksista huolimatta tapahtunut. Uudet tuotteet koettiin myös epäilyttävinä, mikä johti siihen, että välttämättä lisäaineiden määrä ruokavaliossa ei vähentynyt.

Huomionarvoista on se, että tutkimukseen osallistuneista suurin osa oli iältään nuoria naisia. Siten jatkotutkimuksen kannalta olisi mielenkiintoista analysoida vanhempien ihmisten suhtautumista aiheeseen. Myös miesten suhtautuminen lisäaineita kohtaan

voisi olla kiintoisa jatkotutkimuksen aihe etenkin siitä syystä, että miehet eivät yleensä ole ruoan turvallisuuskysymyksistä yhtä huolestuneita kuin naiset.

Toisaalta lisäaineisiin suhtaudutaan ristiriitaisesti jo sen vuoksi, että niistä on mahdoton saada kovin tarkkaa ja konkreettista tietoa esimerkiksi yhteisvaikutusten tasolla. Kenties tulevaisuudessa saamme tietää, elämmekö näin pitkälle osittain juuri lisäaineiden ansiosta, vai olisimmeko jopa nykyistä terveempiä ilman niitä. Nyt voidaan vain arvella, millaisia vaikutuksia lisäaineilla on ollut ihmiskuntaan. Toisaalta ihmiset saattaisivat voida nykyistä terveemmin, toisaalta olla paljon sairaampia. Vastausta on hankala saada, mistä johtuen lisäaineiden voi nähdä olevan mielenkiintoinen tutkimuksenaihe tulevaisuudessakin.

*O15: ”..et en mä sit tiä, et jos me ei syötäis lisäaineita, niin mikä meillä olis erilais-
ta. Olisko meillä kaikilla niinku pitkät hiukset, roikkuis tuolla lattiassa. Ja sellaset
paksut. Ja meidän silmät hohtais kirkkaina ja me ei oltais ikinä kipeinä. Ja kellää ei
olis finnejä ollenkaa.”*

LÄHDELUETTELO

- Alasuutari, Pertti (2001). *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.
- Anon. (2004), “Consumer Food Handling Practices Indicate Need for Food Safety Education: A Summary of Research”, Wisconsin Nutrition Education Program, University of Wisconsin, Madison, WI. [online]. [siteerattu 24.9.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.uwex.edu/ces/wnep/files/05resfdsaf.pdf>>
- Aoki, Keiko; Junyi Shen & Tatsuyoshi Saijo (2010). Consumer Reaction to Information on Food Additives: Evidence from an Eating Experiment and a Field Survey. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 73: 3, 433.
- Arbindra, Rimal; Stanley M. Fletcher; K. H. McWatters; Sukant K. Misra & S. Deodhar (2001). Perception of Food Safety and Changes in Food Consumption Habits: a Consumer Analysis. *International Journal of Consumer Studies* 25: 1, 43–52.
- Atria (2012). *Atria yrityksenä*. [online]. [siteerattu 28.6.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: http://www.atria.fi/atria_yrityksena/Sivut/AtriaSuomi.aspx>
- BBC (2013). *Britain's Changing Meat Buying Habits*. [online]. [siteerattu 18.2.2013]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.bbc.co.uk/news/uk-21460452>>
- Brewer, M. S. & M. Rojas (2008). Consumer Attitudes Toward Issues in Food Safety. *Journal of Food Safety* 28: 1, 1–22.
- Boddy, Clive (2005). A Rose by Any Other Name May Smell As Sweet but “Group Discussion” Is Not another Name for a “Focus Group” Nor Should It Be. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8:3, 248-255.
- Borra, S. (2006). Consumer perspectives on food labels. *American Journal of Clinical Nutrition*, 83:5, 1235S.
- Brimer, Leon (2004). Chemical Food Safety, Public Awareness and Risk Communication. *British Food Journal*, 106: 1, 23.

- Bocker, A. & C. Hanf (2000). Confidence Lost and – Partially – Regained: Consumer Response to Food Scares. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 43, 471–485.
- Buchler, Sandra; Kiah Smith & Geoffrey Lawrence (2010). Food Risks, Old and New. *Journal of Sociology*, 46: 4, 353-374.
- Buzby, J. C. & R. C. Richard (1994). Do Consumers Trust Food-Safety Information? *Foodreview*, 19, 46-49.
- Calfee, John E.; Janis K. Pappalardo & Bruce A. Silvergrade (1991). Public Policy Issues in Health Claims for Food. *Journal of Public Policy and Marketing*, 10:1, 33-53.
- Coca-Cola (2012). *Lisäaineet*. [online]. [siteerattu 28.6.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: http://www.coca-cola.fi/nordic-corp/fi_FI/pages/products/Lisaaineet.html>
- De Jonge, J.; J.C.M. van Trijp; I.A. van der Lans; R.J. Renes & L.J. Frewer (2008a). How Trust in Institutions and Organizations Builds General Consumer Confidence in the Safety of Food: A Decomposition of Effects. *Appetite*, 51: 2, 311–317.
- De Jonge, J.; J.C.M. van Trijp; I.A. van der Lans; R.J. Renes & L.J. Frewer (2008b). How trust in institutions and organizations builds general consumer confidence in the safety of food: A decomposition of effects. *Appetite*, 51: 2. 311–317.
- Eom, Y. S. (1992). Consumer Respond to Information About Pesticide Residues. *Food-review*, 15, 6-10.
- Europa (2007). Tiivistelmät EU:n lainsäädännöstä. *Elintarvikkeissa sallitut lisäaineet: yleinen järjestelmä*. [online]. [siteerattu 17.10.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: http://europa.eu/legislation_summaries/other/121067_fi.htm>
- Evira (2012). *Elintarvikkeiden lisäaineet*. [online]. [siteerattu 16.7.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/tietoa_elintarvikkeista/koostumus/elintarvikeparanteet/lisaaineet/>

Fiske, John (1993). *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino.

Food Additives Global Review (2005.) Management Briefing: Additives Industry Review by Regions, March, 2-20.

Food Manufacture (2008). Business Decision Will Focus Only on Natural Flavourings. *Food Manufacture*, 83:1, 53.

Frewer, L. J.; C. Howard; D. Hedderley & R. Shepherd (1998). What Determines Trust in Information about Food-Related Risks? Underlying Psychological Constructs. Teoksessa: R. Löfstedt and L. Frewer (toim.), *Risk & Modern Society*, 1, painos. Lontoo: Earthscan Publications Ltd, 193–212.

GAO (1996). U.S. General Accounting Office. *Food Safety: Information on Foodborne Illnesses*. Report no. GAO/RCED-96-96. Washington DC, 23.5.1996.

Grunert, Klaus G. (2005). Food Quality and Safety: Consumer Perception and Demand. *European Review of Agricultural Economics*, 32: 3, 369-391.

Hart, Andrew (1991). *Understanding the Media. A Practical Guide*. London: Routledge.

Heiskanen, Eva; Katja Järvelä; Annukka Pulliainen; Mika Saastamoinen & Päivi Timonen (2005). *Kuluttajat äänessä! – Kokemuksia ryhmäkeskustelusta Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnassa*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Helsingin Sanomat (2012a). *Kotieläintuotanto siirtyy luomuun vauhdilla*. [online]. [siteerattu 25.9.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.hs.fi/kotimaa/Kotiel%C3%A4intuotanto+siirtyy+luomuun+vauhdilla/a1305598230857>>

Helsingin Sanomat (2012b). *Professori: Luulo lisäaineiden terveysriskistä on järjetön*. [online]. [siteerattu 2.5.2012]. Saatavana World Wide Webistä:

<URL:<http://www.hs.fi/kotimaa/Professori+Luulo+lis%C3%A4aineiden+terveysrikist%C3%A4+on+j%C3%A4rjet%C3%B6n/a130555490978>>

Helsingin Sanomat (2012c). *Hartwall vetää Fenix-hyvinvointijuoman markkinoilta*. [online]. [siteerattu 29.10.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.hs.fi/talous/Hartwall+vet%C3%A4%C3%A4+Fenix-hyvinvointijuoman+markkinoilta/a1305609735090>>

Helsingin Sanomat (2013). *Runsaasta kevytjuomien käytöstä löytyi yhteys masennukseen*. [online]. [siteerattu 10.1.2013]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.hs.fi/ulkomaat/Runsaasta+kevytjuomien+k%C3%A4yt%C3%B6st%C3%A4+l%C3%B6ytyi+yhteys+masennukseen/a1305635413773>>

Helsingin yliopisto (2002). *Lisäaineet*. [online]. [siteerattu 20.7.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.helsinki.fi/kemia/opettaja/aineistot/elintarvikkeet/lisaaineet.htm>>

Hertsi, Anneli (2012). Kuluttajan luottamus halpaan valmisruokaan murenee. *Kauppalehti*, 5.11.2012, 6-7A.

Hirsjärvi, Sirkka & Helena Hurme (2001) *Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.

Isoniemi, Merja (2005). *Pienimuotoista, läheltä ja laadukasta? Lähi- ja luomuruoka kuluttajien määrittelemänä*. Kuluttajatutkimuskeskuksen Työselosteita ja esitelmiä 88/2005. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Jones, Philippa (2009). Banned: What's Next? *ICIS Chemical Business*, 275:21, 22-23.

Jylhä, Heidi (2012). Grillimakkarakesästä jäi hyvä maku - Snellman vahvisti asemansa. Maatilan Parhaat info. Snellmanin infolehti alkutuotannon yhteistyökumppaneille: 3-4, 7.

Kantanen, Teuvo (1996). Ekologisuus osana päivittäistä ostokäyttäytymistä. Ympäristöllisen vastuun sisäistämisen näkökulma. *Vaasa: Vaasan yliopisto*. 34 s.

- Kemi, Virpi (2010). *Effects of dietary phosphorus and calcium-to-phosphorus ratio on calcium and bone metabolism in healthy 20- to 43-year-old Finnish women*. [väitöskirja]. Helsingin yliopisto.
- Kennedy, Jean; Michelle Worosz; Ewen C. Todd & Maria K. Lapinski (2008). Segmentation of US Consumers Based on Food Safety Attitudes. *British Food Journal*, 110: 7.
- Kher, Swaroop V.; Lynn J. Frewer; Janneke De Jonge; Meike Wentholt; Olivia Howell Davies; Niels B. Lucas Luijckx & Hilde J. Cnossen (2010). Experts' Perspectives on the Implementation of Traceability in Europe. *British Food Journal*, 112: 3, 261–274
- Kiviniemi, Kari (2007). *Laadullinen tutkimus prosessina*. Teoksessa: Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Juva: WS Bookwell Oy, 70–86.
- Korthals, Michiel (2008). Ethical Rooms for Maneuver and Their Prospects: Vis-A-Vis the Current Ethical Food Policies in Europe. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 21, 249–273.
- Kwok, R. H. M. (1968). Chinese-Restaurant Syndrome. *New England Journal of Medicine*, 278, 796.
- Laaksonen, Pirjo; Martti Laaksonen & Hanna Leipämaa (2002). Consumer's Orientation to Food and Eating. A Modification and Application of the Food-related Lifestyle Instrument of Brunsø, Grunert & Bisp. *Vaasan yliopiston julkaisuja, Tutkimuksia* 243.
- Laine, Timo (2007). *Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma*. Teoksessa: Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Toim. Juhani Aaltola & Raine Valli. Juva: WS Bookwell Oy, 28–46.
- Livingstone, Sonia M. (1990). *Making Sense of Television. The Psychology of Audience Interpretation*. Oxford : Pergamon Press.

- Malhotra, Naresh K. (1992). Information Load and Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Research*, 8, 419-430.
- Marketing Week (2005). *Insight - Food Additives. A Truly Acquired Taste*. Sep 1, 26.
- Mason, Marlys J. & Debra L. Scammon (2011). Unintended Consequences of Health Supplement Information Regulations: The Importance of Recognizing Consumer Motivations. *Journal of Consumer Affairs*; 45: 2, 201-223.
- Mason, Marlys J.; Debra L. Scammon & Xiang Fang (2007). The Impact of Warnings, Disclaimers, and Product Experience on Consumers' Perceptions of Dietary Supplements. *Journal of Consumer Affairs*, 41: 1, 74-99.
- McCracken, Grant (1991). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.
- Milmo, Sean (2002). EU Plans to Strengthen Safety Rules Governing Food and Feed Additives. *ICIS Chemical Business Americas*, 261: 14, 6-7.
- Montalvo, Kristin V. (2008). Naturally Speaking. *Gourmet Retailer*, 29: 12, 22-24.
- Nassuer, Sarah (2011). Why Wood Pulp Makes Ice Cream Creamier. *Wall Street Journal - Eastern Edition*, 257: 103, D1-D3.
- Nilsson, Mats-Eric (2007). *Den hemlige kocken: det okända fusket med maten på din tallrik*. Stockholm: Ordfront.
- Nuolijärvi, Pirkko (1990). *Keskusteluntutkimus*. Teoksessa: Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta. Toim. Klaus Mäkelä. Helsinki: Oy Gaudeamus Ab.
- Nutraceutical Business & Technology* (2012). Welcoming a New Era, 8: 1, 28-29.
- Nysten, Anja (2008). *Kemikaalikimara*. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Teos.

- Ong, Russel (2003). EC Welcomes Council Adoption of New Food Additives Rules. *ICIS Chemical Business Americas*, 03.12.2003.
- Park, Alice (2011). Artificial Coloring and Hyperactivity. *Time*, 177: 14, 22–22.
- Penttilä, Pirjo-Liisa (2001). Elintarvikkeiden lisäaineet ja ruoan laatu. *Lääketieteellinen Aikakauskirja Duodecim* 117: 1, 103–106.
- Pietilä, Veikko (1995). *Kertomuksia uutisista, uutisia kertomuksista*. Tampereen yliopiston julkaisuja sarja A 86.
- Piironen, Sanna; Johanna Mäkelä & Mari Niva (2004). Luottavaiset suomalaiset? Kuluttajien näkemykset ruoan turvallisuudesta. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja* 4.
- Pollock, I. 1991. Hyperactivity and Food Additives. Teoksessa: Somogyi, J. C.; H. R. Muller & T. H. Ockhuizen (toim.). *Food Allergy and Intolerance. Nutritional Aspects and Developments*. *Bibl Nutr Dieta*, 48, 81-9.
- Poncibò, Cristina (2012). Networks to Enforce European Law: The Case of Consumer Protection Cooperation Network. *Journal of Consumer Policy*, 35:2, 175-195.
- Prescott, J. & A. Young (2002). Does Information about MSG (Monosodium Glutamate) Content Influence Consumer Ratings of Soups with and without added MSG? *Appetite*, 39, 25–33.
- Radam, Alias; Mohd Rusli Yacob; Than Siew Bee & Jinap Selamat (2010). Consumers' Perceptions, Attitudes and Willingness to Pay towards Food Products with "No Added" Msg. *International Journal of Marketing Studies*, 2: 1, 65-77.
- Reilu kauppa (2011). *Maailma muuttuu ostos kerrallaan*. [online]. [siteerattu 3.5.2013]. Saatavana World Wide Webistä: <URL:<http://www.reilukauppa.fi/>>
- Roberts, Cindy (2001). *Food Safety Information Handbook*. Westport: Greenwood Press.

- Ruusuvuori, Johanna; Päivi Nikander & Matti Hyvärinen (toim.) (2002). *Haastattelun analyysi*. Helsinki: Vastapaino.
- Renn, O. & D. Levine (1991). Credibility and Trust in Risk Communication. Teoksessa: R. E. Kasperson & P. J. M. Stallen (toim.), *Communicating Risks to the Public*, 4. painos. The Hague: Kluwer, 175–218.
- Ruokatieto yhdistys ry (2010). *Luomun kehittyminen tilastojen valossa*. [online]. [siteerattu 28.9.2012]. Saatavana World Wide Webistä: <URL:http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua_tilastoissa>
- Salminen, Mari & Pirjo-Liisa Penttilä (1999). Elintarvikelisiä aineiden saanti 1-6-vuotiailla lapsilla. *Elintarvikeviraston tutkimuksia 4*.
- Scott, Alex & Kate Phillips (2008). EU Consumer Group Aims to Ban Certain Colorants. *Chemical Week*, 170:13, 30.
- Sinebrychoff (2012). *Tietoa lisäaineista*. [online]. [siteerattu 28.6.2012] Saatavana World Wide Webistä: <URL:<http://www.sinebrychoff.fi/juomamme/faktoja/Pages/Lis%C3%A4aineet.aspx>>
- Snellman (2011). *Vuoden paras lanseeraus 2010 – ”Kumpi on parempi”*. [online]. [siteerattu 28.6.2012] Saatavana World Wide Webistä: <http://www.snellman.fi/fi/uutiset/vuoden-paras-lanseeraus-2010-kumpi-parempi>>
- Snellman (2012). *Liha korvasi lisäaineet*. [online]. [siteerattu 28.6.2012] Saatavana World Wide Webistä: <http://www.snellman.fi/fi/tuotteet/uutiset/liha-korvasi-lisäaineet-0>>
- Song, Hyunjin & Norbert Schwarz (2009). If It's Difficult to Pronounce, It Must Be Risky. *Psychological Science*, 20: 2, 135-138.
- Stier, Richard (2012). Food Coloring 101. *Prepared Foods*, 108: 1, 109-118.
- Taloussanommat (2011). *Tutkimus: Suomalaiset haluavat elintarvikkeiden lisäaineet kuriin lailla*. [online]. [siteerattu 26.4.2012] Saatavana World Wide Webistä:

<URL:<http://www.taloussanomat.fi/ihmiset/2011/03/10/tutkimus-suomalaiset-haluvat-ruoan-lisaaaineet-kuriin-lailla/20113394/139>>.

Taloustutkimus (2011). *Suomi syö 2011*-tutkimus.

Tamminen, Rauno (1993). *Tiedettä tekemään*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

The Guardian (2013). *Horsemeat Scandal Boosts Sales for Small-Scale Butchers*. [online]. [siteerattu 22.2.2013] Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.guardian.co.uk/uk/2013/feb/15/horsemeat-scandal-boosts-sales-butchers>>

The Sun (2013). *Shergar King*. [online]. [siteerattu 7.3.2013] Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/news/4759962/burger-king-dumps-millions-of-beef-burgers-in-horsemeat-alert.html>>

The Telegraph (2013). *Donkey Meat in South African Burgers*. [online]. [siteerattu 26.2.2013] Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/africaandindianocean/southafrica/9895184/Donkey-meat-in-South-African-burgers.html>>

The Wall Street Journal (2008). Consumer Group Urges Ban On Artificial Food Colorings. June 4, D.6.

Tonsor, Glynn T.; Ted C. Schroeder & Joost M. E. Pennings (2009). Factors Impacting Food Safety Risk Perceptions. *Journal of Agricultural Economics*, 60: 3, 625-644.

Tuomi, Jouni & Anneli Sarajärvi (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Turun Sanomat (2013). *HKScan myi kanadalaista hevosenlihaa suomalaisena*. [online]. [siteerattu 26.2.2013] Saatavana World Wide Webistä: <URL: <http://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/454428/HKScan+myi+kanadalaista+hevosenlihaa+suomalaisena>>

Valio (2012). *Lisä- ja säilöntäaineet*. [online]. [siteerattu 28.6.2012] Saatavana World Wide Webistä:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/ammattilaiset/ravitsemus_ja_terveys/ravitsemus/taysipainoinen_ruokavalio26022009123643/lisa__ja_sailontaaineet26022009160604>

Van Rijswijk, Wendy & Lynn J. Frewer (2012). Consumer Needs and Requirements for Food and Ingredient Traceability Information. *International Journal of Consumer Studies*, 36:3, 282-290.

Varjonen, Johanna (2000). Trendejä vai kaaosta? Ruokatottumusten ja ruokatalouden muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2*. 122 s.

Varjonen, Johanna (2001). Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua - 2000-luvun ruokatottumukset. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 3*. 84 s.

Varto, Juha (1996). *Laadullisen tutkimuksen metodologia*. Helsinki: Kirjayhtymä Oy.

Walsh, Kerri (2010). Consumer Demand for All-Natural Products Drives Growth. *Chemical Week*, 172: 10, 65-65.

Wansink, B. (2003). How Do Front and Back Package Labels Influence Beliefs about Health Claims? *The Journal of Consumer Affairs*, 37:2, 305-15.

Watson, Elaine (2008). Future of Colors. *Food Manufacture*, 83: 2, 8.

Yle Uutiset (2013). *Skandaalin käänttöpuoli: Hevosenlihan myynti kukoistaa*. [online]. [siteerattu 22.2.2013] Saatavana World Wide Webistä: <URL: http://yle.fi/uutiset/skandaalin_kaantopuoli_hevosenlihan_myynti_kukoistaa/6508161>

Zajonc, R.B. (1980). Feeling and Thinking: Preferences Need No Inference. *American Psychologist*, 35, 151-175.

LIITE 2

Ryhmäkeskustelijoiden perustiedot

Ryh- mä	Osallis- tuja	Ikä	Ammatti	Lapset	Asuin- paikka	Suku- puoli
1	O1	30	Opiskelija	Ei lapsia	Seinäjäki	Nainen
1	O2	22	Opiskelija	Ei lapsia	Seinäjäki	Nainen
1	O3	20	Opiskelija	Ei lapsia	Seinäjäki	Nainen
1	O4	24	Opiskelija	Ei lapsia	Seinäjäki	Nainen
1	O5	26	Töissä	Ei lapsia	Kauhajoki	Nainen
1	O6	20	Opiskelija	Ei lapsia	Seinäjäki	Nainen
2	O7	30	Opiskelija	Ei lapsia	Vaasa	Nainen
2	O8	24	Opiskelija	Ei lapsia	Vaasa	Nainen
2	O9	24	Työtön	Ei lapsia	Vaasa	Nainen
2	O10	24	Opiskelija	Ei lapsia	Vaasa	Nainen
3	O11	29	Äitiyslomalla	1 lapsi	Vaasa	Nainen
3	O12	25	Äitiyslomalla	1 lapsi, raskaana	Vaasa	Nainen
3	O13	32	Äitiyslomalla	2 lasta	Vaasa	Nainen
3	O14	31	Äitiyslomalla	1 lapsi, raskaana	Vaasa	Nainen
4	O15	25	Työtön	Ei lapsia	Vaasa	Nainen
4	O16	19	Työtön	Ei lapsia	Vaasa	Nainen
4	O17	22	Töissä	Ei lapsia	Vaasa	Mies
5	O18	31	Äitiyslomalla	1 lapsi	Laihia	Nainen
5	O19	29	Äitiyslomalla	1 lapsi	Laihia	Nainen
5	O20	24	Äitiyslomalla	1 lapsi	Laihia	Nainen
5	O21	22	Äitiyslomalla	2 lasta	Laihia	Nainen

Ryhmät 1 & 2 = Ruoasta kiinnostuneet kuluttajat

Ryhmät 3 & 5 = Pienten lasten vanhemmat

Ryhmä 4 = Huolettomat ruoankuluttajat

LIITE 3

Keskustelurunko

Keskusteluissa hyödynnettiin erilaista kuvallista materiaalia keskustelun virittäjänä. Alla on listattu keskustelun eteneminen sekä kussakin vaiheessa esitetyt kysymykset. Suluissa olevia kysymyksiä hyödynnettiin siinä tapauksessa, jos keskustelua ei muuten aiheesta syntynyt.

Esikysymykset

- Nimi, ikä, ammatti, lapset
- Tapaatteko syödä yleensä kotona vai ulkona?

Suhde ruokaan

Kuvakollaasi erilaisesta ruoasta & kuvakollaasi tomaatista

- Miten kuvailisitte suhtautumistanne ruokaan?

Ruoan alkuperän merkitys

Näytettiin Atrian mainosta ”Susi naudan vaatteissa”

- Mitä ajatuksia mainos herättää?

Seuraavaksi näytettiin kuvakollaasi lihasta

- Mikä merkitys tuotteen alkuperällä teille on?

Kuva teuraskuljetuksesta

- Herääkö uusia ajatuksia?

Kuva alkuperää osoittavista merkeistä

- Mikä merkitys näillä merkeillä teille on?
- (-Etsittekö jostakin tietoa tuotteen alkuperästä?)

Näytettiin kuvaa hampurilaisesta ja hevosesta sekä McDonald'sin mainosta alkuperästä

Tammikuussa Burger King myönsi, että heidän myymistään hampurilaisista oli löytynyt hevosen DNA:ta. Kun nyt mietitte tätä Burger Kingin tapausta ja toisaalta tätä McDonald'sin mainosta, niin minkälaisia ajatuksia teillä näistä herää?

Suhtautuminen ruoan turvallisuuteen

Kuva luomuruoasta

-Mitä ajatuksia kuvista herää?

Kuva laboratoriosta sekä geeneistä ja teknologista

-Mitä teille merkitsee turvallinen ruoka?

(-Millaisia riskejä ruokaan liittyy?)

(-Missä määrin koette voivanne vaikuttaa ruoan turvallisuuteen?)

Lisäaineet

Kuvia ruoasta ja etiketeistä, joista osa sisältää lisäaineita, osa ei

Viime aikoina ruoassa on näkynyt paljon merkintöjä, joissa ilmoitetaan lisäaineiden puuttuvan. Toisissa tuotteissa näin ei mainita. Miten te suhtaudutte lisäaineettomuuteen?

Kuvakollaasi lisäaineiden hyvä-paha-asetelmasta

-Mitä ajatuksia näistä kuvista herää?

(-Onko teillä tiettyjä lisäaineita, joihin kiinnitätte erityistä huomiota?)

Snellmanin mainos fosfaattimakkarasta

-Mitä ajatuksia tämä mainos herättää?

(-Tutkitteko te tuotteiden etikettejä?)

-Millaisia ajatuksia lisäaineet päällimmäisenä herättävät tämän käydyn keskustelun pohjalta?

LIITE 4

Keskusteluissa käytetty materiaali



