

Diskursiivinen analyysi luomuruoosta

Markkinointi

Maisterin tutkinnon tutkielma

Maija Jatkola

2012

TIIVISTELMÄ

Tutkielman tavoitteet

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää miten kuluttajat ammentavat luomuruoan markkinapaikkaa rakentavista keskusteluista omassa puheessaan ja miten luomun olemassaoloa oikeutetaan näissä diskursseissa.

Lähdeaineisto

Tutkielman teoreettisessa osassa käytettiin olemassa olevaa tutkimusta luomuruokadiskursseja rakentavista aiheista. Tässä keskityttiin luomuun liitettävistä mielikuvista ja asenteista, ja luomun kulutuksesta tehtyihin tutkimuksiin. Pääasiassa apuna käytettiin artikkeleiden ja kirjallisuuden tarjoamaa lähdeaineistoa, minkä lisäksi aihetta tarkasteltiin osittain myös internetistä löytyvän blogikirjoituksen ja kahden eri radiohaastattelun kautta.

Tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni empiirisessä osassa hyödynnettiin laadullista tutkimusotetta. Tämän aineiston keräämisessä hyödynsin puolistrukturoituja teemahaastatteluja, joita toteutin kolmetoista kappaletta. Haastateltaviksi valittiin luomuruoan kuluttajia, jotka kertoivat käyttävänsä ainakin joitain luomutuotteita vähintään viikoittain. Haastateltavat rekrytoitiin omien kontaktien ja sosiaalisen median luomu-yhteisöjen kautta.

Keskeiset tutkimustulokset

Tutkimukseni perusteella luomuruoan kuluttajat ammentavat neljästä yhteiskunnassamme vallitsevasta luomuruokadiskurssista puhuessaan itse luomusta ja sen kulutuksesta. Nämä neljä teemaa eli diskurssia ovat tutkimukseni perusteella turvallisuus/vaarallisuus (alateemoinaan puhtaus/epäpuhtaus, terveellisyys/epäterveellisyys, luotettavuus/epäluotettavuus), trendikkyys/tavanomaisuus (alateemoinaan kulinarismi/valmisruoka, korkea elintaso/matala elintaso, kaupunkilaisuus/maalaisuus), elämän säilyttäminen/maapallon tuhoaminen (alateemoinaan lasten tulevaisuuden turvaaminen/lasten tulevaisuuden heikentäminen, ympäristöystävällisyys/ympäristön tuhoaminen, eläinten hyvinvointi/eläinten huono kohtelu) ja ihminen/yritysmaailma (alateemoinaan pientuottajien tukeminen/elintarvikejättien suosiminen, valinnan vapaus/ketjuuntunut elintarvikeala). Kuluttajien ammentaessa näistä teemoista, ne myös yhdistyvät toisiinsa. Myös sosiaalisuuden ja kuluttajien identiteetin muovaamisen voidaan katsoa vaikuttavan valittuihin diskursseihin.

Avainsanat

Luomuruoka, luomutuotanto, luomun kulutus, diskurssi, diskurssianalyysi.

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO	4
1.1 Tutkielman aihealue	4
1.2 Johdatus luomuun	6
1.2.1 Luomu-, lähi- vai paikallista ruokaa?	6
1.2.2 Luomu	7
1.2.3 Ristiriitainen luomu	7
1.3 Tutkimusongelma ja rajaukset	9
1.4 Tutkielman rakenne	10
2 LUOMU SUOMESSA	10
3 LUOMURUOAN MARKKINAPAIKKAA RAKENTAVAT DISKURSSIT	12
3.1 Turvallisuus vs. vaarallisuus	13
3.1.1 Puhtaus vs. epäpuhtaus	14
3.1.2 Terveellisyys vs. epäterveellisyys	16
3.1.3 Luotettavuus vs. epäluotettavuus	19
3.2 Trendikkyys vs. tavanomaisuus	22
3.2.1 Kulinarismi vs. valmisruoka	23
3.2.2 Korkea elintaso vs. matala elintaso	25
3.2.3 Kaupunkilaisuus vs. maalaisuus	27
3.3 Elämän säilyttäminen vs. maapallon tuhoaminen	28
3.3.1 Lapsien tulevaisuuden turvaaminen vs. lapsien tulevaisuuden heikentäminen	30
3.3.2 Ympäristöystävällisyys vs. ympäristön tuhoaminen	32
3.3.3 Eläinten hyvinvointi vs. eläinten huono kohtelu	34
3.4 Ihminen vs. yritysmaailma	35
3.4.1 Pientuottajien tukeminen vs. elintarvikejättien suosiminen	37
3.4.2 Valinnan vapaus vs. ketjuuntunut kaupan ala	38
3.5 Teoreettinen viitekehys	41
4 TUTKIMUKSEN AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT	43
4.1. Empiirisen tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusmenetelmän valinta	44
4.2. Kvalitatiivisen tutkimuksen toteutus ja aineistonkeruu	45
4.2.1 Teemahaastattelut	46
4.2.2 Ryhmäkeskustelu	46

4.2.3 Haastateltavien valinta	47
4.3 Tutkimuksen luotettavuus	48
4.4 Haastattelun analyysi ja tulkinta	49
5 AINEISTON ANALYYSI	50
5.1 Turvallisuus vs. vaarallisuus	51
5.1.1 Puhtaus vs. epäpuhtaus	52
5.1.2 Terveellisyys vs. epäterveellisyys	55
5.1.3 Luotettavuus vs. epäluotettavuus	59
5.2 Trendikkyys vs. tavanomaisuus	63
5.2.1 Kulinarismi vs. valmisruoka	67
5.2.2 Korkea elintaso vs. matala elintaso	72
5.2.3 Kaupunkilaisuus vs. maalaisuus	76
5.3 Elämän säilyttäminen vs. maapallon tuhoaminen	80
5.3.1 Lapsien tulevaisuuden turvaaminen vs. lapsien tulevaisuuden heikentäminen	82
5.3.2 Ympäristöystävällisyys vs. ympäristön tuhoaminen	86
5.3.3 Eläinten hyvinvointi vs. eläinten huono kohtelu	90
5.4 Ihminen vs. yritysmaailma	93
5.4.1 Pientuottajien tukeminen vs. elintarvikejätien suosiminen	95
5.4.2 Valinnan vapaus vs. ketjuuntunut kaupan ala	100
6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	107
6.1 Johtopäätökset	107
6.2 Suositukset liikkeenjohdolle	114
LÄHTEET	115
ELEKTRONISET LÄHTEET	118
LIITTEET	120
Liite 1: Ensimmäisen teemahaastattelun runko	120

TAULUKOT

Taulukko 1: Haastateltavat henkilöt

48

KUVIOT

Kuvio 1: Teoreettinen viitekehys: Kuluttajien hyödyntämät, luomuruoan markkinapaikkaa rakentavat diskurssit

42

Kuvio 2: Laajennettu viitekehys: Kuluttajien hyödyntämät, luomuruoan markkinapaikkaa rakentavat diskurssit

108

1 JOHDANTO

1.1 Tutkielman aihealue

Nykyään yhä useammat yhteiskunnalliset tekijät määrittävät ruoan tuotannon ja kulutuksen perustaa: huomio ei kiinnity enää yksin maatalouteen, teollisuuteen ja kauppaan vaan perinteisten intressien vierelle ovat nousseet terveys-, turvallisuus- ja ympäristötekijät sekä kuluttajien mieltymykset ja elämäntyyli. Kuluttajat näyttävät liittävänsä ruokaan yhä moninaisempia merkityksiä, jotka puolestaan ohjaavat kulutuskäyttäytymistä uusilla tavoilla (Mononen & Silvasti 2006, 5). Elintarvikkeiden pitkät ansioluettelot ja erilaiset ruokaskandaalit ovat säikäyttäneet yhä useammat kuluttajat etsimään aidompaa ruokaa. He tuntuvat haluavan entistä tuoreempia elintarvikkeita, jotka eivät ole läpäisseet raskaita prosesseja eivätkä sisällä kemiallisia lisäaineita.

Ruoan turvallisuuden ja ruokaan liittyvien riskien ohella toinen tutkijoita askarruttanut ilmiö on kulutuksen sirpaloituminen: kuluttajat tekevät ruokavalintansa monin eri perustein. Kuluttajat vaativat kasvavissa määrin ruoalta nyt myös ekologista tai eettistä laatua ja vaihtoehtoisin menetelmin tuotettua ruokaa kuten lähiruokaa, luomua tai reilun kaupan tuotteita. Näihin uusiin moraalisiin tai eettisiin periaatteisiin sitoutuessaan kuluttajat samalla kyseenalaistavat vallitsevan ruoantuotannon tavan eli politisoivat ruoan uudella tavalla. Esimerkiksi kasvisyöjien tai vegaanien kieltäytyminen eläinperäisten elintarvikkeiden kuluttamisesta johtuu usein eettisistä tai ekologisista valinnoista. (Mononen & Silvasti 2006, 10) Massa ym. (2006, 170–171) ovat sitä mieltä, että kasvisyönti voidaan kokea paitsi omaksi henkilökohtaiseksi valinnaksi, myös kannanotoksi sukulaisten ja ystävien valintoihin. He lisäävätkin, että nykyajan perheissä ruoka herättää jopa voimakkaita mielipiteitä samaan tapaan kuin aikoinaan esimerkiksi siviilipalvelu, avoliitto ja kirkosta eroaminen.

Nämä tekijät ovat väistämättä vaikuttaneet siihen, että luomuruoan suosio kasvaa jatkuvasti, sillä siinä sallittujen lisäaineiden määrä on minimaalinen tavanomaiseen ruokaan verrattuna. Kakriaisen ym. (2006, 153) mukaan näyttää siltä, että osana Euroopan unionin virallista maatalouspolitiikkaa luomu on kuitenkin selkeästi institutionaalistunut ja nyky-yhteiskunnassa luomua käytetään jopa taikasanan tavoin. Myönnettäköön, että luomu on itsessään hyvin latautunut sana. Usein sen uskotaan myös poistavan niin ympäristö-, terveys- kuin eläinsuojeluongelmat, mikä viittaakin siihen, että käsitteellisesti luomu on ”kesytetty” (Kakriainen ym. 2006, 153).

”Jos kulttuuri ja kieli eivät luokittele jotakin mahdollista ravintoa ruoaksi, on turha puhua sen syötävyydestä” (Mäkelä, 2000, 201). Tämän tutkielman aiheena ovatkin luomuruokaan ja sen markkinapaikkaan liitettävät diskurssit. Luomuruoan näkyvyys mediassa ja word-of-mouth viestinnässä on jatkuvasti kasvanut. Sanaa *luomu* viljellään enenevässä määrin niin mainoskampanjoissa ja vastuullisuuskeskusteluissa kuin arkikielessäkin. Samalla käsite itsessään ja sen eroavuus esimerkiksi lähiruoasta tuntuvat kuitenkin olevan monelle kuluttajalle edelleen hämärän peitossa. Niin ikään elintarvikeala ja mainostajat puntaroivat, millaisia merkityksiä ja mielikuvia kuluttajat liittävät luomuun ja mistä narusta tulisi vetää, jotta luomun kulutusta saataisiin kasvatettua entisestään.

Kuluttajien ostokäyttäytymistä ja asenteita luomua kohtaan on tutkittu Suomessa vuodesta 2005 alkaen Nielsenin kuluttajaneelin toimesta. Myös muiden tahojen tutkimustulokset ovat pitkälti yhteneväisiä keskenään, sillä yleensä todetaan, että luomutuotteiden kysyntä ja tarjonta eivät vastaa toisiaan optimaalisesti, vaikka kuluttajat olisivat valmiita maksamaan luomutuotteista tavanomaisia tuotteita korkeampia hintoja (Kakriainen ym. 2006, 140). Näissä tutkimuksissa asenteiden taustalla vaikuttavat yhteiskunnalliset keskustelut ovat yleensä saaneet vähemmän huomiota. Tästä syystä koen itse tarpeelliseksi raottaa ovea aiheeseen ja pyrkiä selvittämään millaisten myyttien avulla kuluttajat oikeuttavat luomun olemassaolon omassa puheessaan. Luomun kuluttamista ja sen taustalla vaikuttavia mielikuvia on tutkittu maailmalla ja Suomessa jonkin verran (esim. Schifferstein & Oude Ophuis, 1998; Torjusen ym. 2001; Zanolli & Naspetti, 2002; Harper & Makatouni, 2002; Hughner ym. 2007; Roitner-Schobesberger ym. 2008) mutta uskon myös oman tutkimukseni tuovan lisäarvoa aiheeseen. Luomun kulutuksen jatkuvasti kasvaessa ja kokeilijakunnan koostuessa yhä useammista ja erilaisemmista kuluttajista uskon myös kulutuksen taustalla vaikuttavien mielikuvien kirjon laajenevan ja niiden kirjoittaman keskustelun syventyvän ajan saatossa. Tästä syystä oma tutkimukseni on varmasti ajankohtainen jo tuoreutensakin vuoksi.

Luomun latautuneisuuden ja muiden edellä mainitsemieni syiden vuoksi haluan sisällyttää keskustelun merkityksen myös omaan tutkimukseeni, joka tulee rakentumaan diskursiivisen analyysin ympärille. Tarkoitukseni on selvittää, miten kuluttajat ammentavat luomuruoan markkinapaikkaa rakentavista keskusteluista omassa puheessaan. Tutkimusongelmani kiteytyy kysymykseen: ”Miten kuluttajat ammentavat diskursseista, jotka luovat luomuruoan markkinapaikan?”. Toisin sanoen, pyrin vastaamaan millaisin diskurssein kuluttajat oikeuttavat luomuruoan olemassaolon. Tulen lähestymään kysymystä kuluttajahaastattelujen keinoin. Näistä haastatteluista tulen vetämään erilaisia teemoja, joiden ympärille

tutkimukseni viitekehys rakentuu. Nämä teemat rakentuvat kulutuksen taustalla vaikuttavista mielikuvista ja myyteistä.

1.2 Johdatus luomuun

1.2.1 Luomu-, lähi- vai paikallista ruokaa?

Mielipidekartoitusten perusteella tiedetään, että luomuruoan kuluttajat arvostavat myös paikallisesti tuotettua ruokaa (Luomubarometri, 2010). Monet kuluttajat samaistavatkin luomun paikalliseen ja lähiruokaan, minkä lisäksi kaikkiin näihin ruoan tuotantotapoihin yhdistetään yleensä korkea laatu ja luonnollisuus (Mononen 2006, 44). Myös tuottajat näkevät lähi- ja luomuruoan tuotannon toistensa täydentäjinä, eivät niinkään vaihtoehtoina, ja he arvelevatkin luonnonmukaisuuden tuovan lisäarvoa myös lähiruoalle (Jokinen & Puupponen 2006, 124). Usein ihmiset puhuvat näistä jopa synonyymeina, vaikka ne eivät sitä ole. Tästä syystä katson tärkeäksi määritellä nämä käsitteet myös tässä tutkielmassa.

Luomuruoalla tarkoitetaan ruokaa, joka ei sisällä keinotekoisia torjunta-aineita tai lannoitteita. Sana luomu tulee ilmaisusta luonnonmukainen tuotanto. Luomutuotannolla viitataan valmistusmenetelmiin, jotka eivät ole haitallisia ympäristölle, eivätkä ihmisten, eläinten tai kasvien terveydelle ja hyvinvoinnille. Viljelyssä luomu merkitsee, että ruoka tuotetaan ilman keinotekoisia lannoitteita ja torjunta-aineita. Luonnonmukaisessa eläintuotannossa tulee huomioida myös eläinten hyvinvointi ja eläinlajikohtaiset käyttäytymistarpeet. (Evira, 2012)

Toisin kuin luomu, lähiruoka ei suosistaan huolimatta välttämättä ole ympäristöystävällistä tai eettisesti tuotettua. Sisäministeriön vuoden 2000 lähiruokatyöryhmän mukaan *lähiruoka* on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman tuotantoalueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä (Mononen 2006, 43–44). Alueella viitataan esimerkiksi kuntaan tai tiettyyn talousalueeseen, mutta sitä ei ole määritelty tarkemmin.

Kolmas usein käytetty termi on *paikallinen ruoka*. Siinä missä lähiruoka on ensisijaisesti tiettyyn tuotantoalueeseen sidottu maaseutupoliittisesti latautunut käsite, on paikallinen ruoka puolestaan käsitteenä laajempi ja monipuolisempi. Paikallista ruokaa edustavien elintarvikkeiden alkuperä ei välttämättä ole lähellä, mutta ideana on, että se voidaan silti jäljittää maantieteellisesti. (Mononen 2006, 43)

Tässä tutkielmassa luomuruoalla tarkoitetaan nimenomaan yllä määriteltyä käsitettä eikä siitä käytetä synonyymeja. Tutkielman analyysiosiossa viitataan kuitenkin suoraan toteutettuihin haastatteluihin, mistä johtuen luomuruokakeskustelun lomassa saatetaan esittää lainauksia, joissa puhutaan lähi- ja paikallisesta ruoasta. Tämä johtuu kuitenkin vain haastateltavien itsensä mahdollisesta tavasta mieltää kyseiset käsitteet synonyymeiksi omassa puheessaan. Oma keskusteluni keskittyy nimenomaan luomuruokaan, johon syvennyn tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

1.2.2 Luomu

Luomutuotannon tarkoituksena on edistää luonnonvarojen suojelua ja luonnon monimuotoisuutta. Käytännössä kasviravitsemusta ja –suojelua toteutetaan monivuotisella viljelykierrolla, jossa eri kasvilajit vuorottelevat. Tällä menetelmällä ehkäistään kasvintuhoojien säilymistä ja lisääntymistä kasvustossa. Syväjuuristen kasvien ansioista voidaan puolestaan parantaa maan viljavuutta ja estää eroosiota. Eläinten osalta luomutuotannolla viitataan hoitokäytäntöihin, kuten esimerkiksi eläinten lääkintään ja ulkoilun mahdollistamiseen sekä eläinten luonnonmukaiseen rehuun perustuvaan ruokintaan ja eläinten alkuperään. (Evira, 2011)

Luomuelintarvikkeista puhuttaessa tarkoitetaan luonnonmukaisina markkinoitavia tuotteita, jotka ovat myös jalostettu luonnonmukaisesti tuotetuista maataloustuotteista. Näiden valmistuksessa sallittujen lisäaineiden ja säilöntäaineiden määrä on rajoitettu minimiin. Luomuelintarvikkeen maataloudesta peräisin olevista raaka-aineista vähintään 95 prosenttia on oltava luomua ja esimerkiksi keinotekoisien väriaineiden ja makeutusaineiden käyttö on kielletty. (Evira, 2012)

1.2.3 Ristiriitainen luomu

Kaikki eivät kuitenkaan liputa luomun puolesta, sillä on luonnonmukaisella tuotannolla vastustajiakin. Luomua on kritisoitu muun muassa sen vaatimista resursseista. Esimerkiksi internetin keskustelufoorumeissa törmää usein argumenttiin, jonka mukaan ruokaa ei riittäisi koko maailman väestölle, mikäli kaikki viljelyalueet muutettaisiin tuottamaan vain luomua. Monen luomun puolestapuhujan mielestä nykyinen yksipuolinen viljely vuorostaan köyhdyttää maaperää siinä määrin, että pitkällä tähtäimellä katsottuna pellot päätyvät lopulta

hyödyttömiksi kun sadon tuottavuus loppuu. Heidän mukaansa luomutuotannon vuoroviljely onkin omiaan säilyttämään maaperän ravinteikkaana ja näin ollen takaamaan satoa ja tuottavuutta myös tulevaisuudessa. Dosentti Jussi Tammisolan (2012) mielestä nykyinen viljelyksien tehostaminen on suotavaa, jotta osa pelloista voitaisiin siten palauttaa luontoon. Hän myös sanoo puolustavansa elintarvikkeiden säilöntäaineita, sillä muuten ruoka pilaantuisi. Tammisola, kuten moni muukin luomun kritisoija, on myös sitä mieltä, että väite luomun paremman maun puolesta perustuu ainoastaan mielikuviin eikä niinkään tutkittuihin faktoihin.

Luomu nähdään usein ristiriitaisena myös hintavuutensa vuoksi. Samalla kun luomua yritetään markkinoida koko kansan ruokana, luomun hinnat pysyvät huomattavastikin korkeampina tavanomaiseen ruokaan verrattuna. Luonnonmukainen tuotanto tähtää kestävään kehitykseen, mutta monien mielestä kestävyyttä ei voida taata niin kauan kuin hinta estää osaa ihmisistä ostamasta luomua. Moni on kuitenkin valmis maksamaan luomusta enemmän, mikäli korkeampi hinta takaa tulon tuottajalle asti.

Luottamus järjestelmään näyttää kuitenkin olevan paikoin heikko ja ruoan katteita sekä keskusliikkeen roolia onkin kritisoitu kuluttajien keskuudessa. Ruokaa ja sen kulutusta käsittelevän kirjan julkaissut Rantala (2012) muistuttaa radiossa puhuessaan, että ruoan katteet ovat kolminkertaistuneet 1990-luvun laman jälkeen ja hänen mukaansa vapautettuja markkinoita voisikin verrata tilanteeseen, *jossa pirulle on annettu pikkusormi ja nyt odotellaan miten seuraavaksi käy*. Tilanteesta on käytetty jopa nimitystä ruokakupla (Rantala, 2012) ja halu luoda vaihtoehtoja onkin saanut yhä useammat kuluttajat hankkimaan ruokansa muita kanavia, kuten paikallisia ruokapiirejä hyödyntäen. Tästä luomun kulutuksen taustalla vaikuttavasta teemasta puhun lisää tutkielmani analyysiosiossa. Kuluttajat moittivat toisinaan myös luomutuotteiden laatua. Ei ole kovinkaan harvinaista, että luomutuotteet kiertävät kaupassa normaalituotteita hitaammin, jolloin nämä voivat esillä olleessaan näyttää nahistuneilta ja ulkonäöltään epäesteettisiltä. (Massa ym. 2006, 167)

Kakriainen ym. (2006, 153) huomauttavat, että vaikka luomu alkoi vaihtoehtoisena liikkeenä, maatalouden tärkein syy siirtyä luomuun on kuitenkin nykypäivänä toimeentulon takaaminen, ei luomuaate tai ympäristönsuojelu. Kyseiset tutkijat lisäävät, että myös luomun kuluttajat tuntuvat olevan kiinnostuneempia omasta hyvinvoinnistaan kuin kulutuksensa yhteiskunnallisista tai ympäristöllisistä vaikutuksista, mitä moni voi pitää ristiriitaisena kuunnellessaan erilaisia perusteluja luomun suosimiselle.

Elintarviketurvallisuusvirasto Eviran (2011) mukaan EU:n luomusäätelyssä on annettu tuotantovaatimukset nautaeläimille, hevoseläimille, sioille, lampaille, vuohille ja siipikarjasta kanoille, helmikanoille, ankoille,

kalkkunoille ja hanhille, ja näiden eläinten lukumäärä luomutiloilla tulee olla suhteutettu käytettävissä olevaan pinta-alaan. Usein luomun positiivisia vaikutuksia perustellaankin eläinten elinolojen paremmalla huomioimisella. Tästä huolimatta luomutuotanto on kohdannut arvostelua, sillä monien mielestä tila, joka luomueläimelle varataan, ei useinkaan ole paljon normaalituotantoon kuuluvan eläimen tilaa suurempi. Harperin ja Makatounin (2002) mukaan kansainvälisen luomuliiton (IFOAM) eläimiä koskevat standardit harvoin ylittävät laissa määritellyt ehtoja. Kun normaalisti Suomessa sialle on määrätty tilaa 0,65 neliometriä, on luomusialle varattava lain mukaan tilaa 0,8-1,3 neliometriä, eläimen koosta riippuen (Milonoff & Rantala, 2010, 54). Luomueläintuotantoa on kritisoitu myös siitä, että se saattaa omalla tavallaan lisätä erilaisia terveysriskejä välttäänsä voimakkaita lääkkeitä ja puhdistusaineita (Massa ym. 2006, 167). Muun muassa edellä mainitut vastakkainasettelut ovat saaneet monet kuluttajat pohtimaan kuinka terveellistä, eettistä tai ekologista luomu todellisuudessa on. Kysymys monien huulilla onkin: ”Tarjoaako luomu muutakin kuin hyvän omantunnon?”

1.3 Tutkimusongelma ja rajaukset

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, millaisista luomuruoan markkinapaikkaa luovista diskursseista kuluttajat ammentavat puhuessaan luomusta. Kuluttajien haastatteluja analysoimalla selvitän heidän mielikuviaan aiheesta. Tutkimusongelmani tiivistyy näin ollen kysymykseen ” Miten kuluttajat ammentavat diskursseista, jotka luovat luomuruoan markkinapaikan?” Tutkimukseni tarkoituksena on vastata tähän kysymykseen erittelemällä kuluttajahaastatteluista erilaisia teemoja, joiden uskon toimivan markkinapaikan rakennuspalikoina. Haastatteluja tulkitessani käytän apunani diskurssianalyysia.

Kuluttajien lisäksi markkinapaikkaa rakentavat myös tuottajat ja muut sidosryhmien toimijat. Tässä tutkimuksessa keskityn kuitenkin kuluttajien mielikuviiin aiheesta jo siitäkin syystä, että laajemman, useat osapuolet huomioon ottavan tutkimuksen toteuttaminen vaatisi enemmän resursseja, kuten aikaa. Lisäksi luomuruoan markkinointi vaikuttaa mielestäni olevan melko yhdenmukaista ja painottavan yleensä samoja asioita, kuten luomun ympäristöystävällisyyttä ja ruoan puhtautta. Itse koen kuluttajien käymät keskustelut mielenkiintoisemmiksi niiden usein sisältäessä myös pohdintaa luomun ristiriitaisuudesta. Tämän on toinen syy, jonka vuoksi valitsin haastateltavikseni nimenomaan luomuruoan kuluttajia.

Uskon myös, että kuluttajien käymät keskustelut ovat ainakin jossain määrin sidoksissa luomuruokaa tarjoavien tahojen kampanjointiin heidän ammentaessaan yhteiskunnallisiin keskusteluista aihetta koskien. Moisander ja Valtonen (2006, 72) muistuttavatkin, että haastateltavat eivät välttämättä pitäydy vain omissa kertomuksissaan, vaan ammentavat myös ympäröivistä diskursiivisista resursseista luodessaan omaa tarinaansa. Näin ollen uskon myös markkinointipuolen näkyvän analysoimissani diskursseissa ainakin tässä suhteessa. Tutkimustani rajaa kuitenkin selkeästi se, että siinä keskitytään tarkastelemaan, miten juuri kuluttajat puhuvat luomuruoasta, miten he oikeuttavat luomuruoan markkinapaikan eli olemassaolon omassa puheessaan lainaamiensa diskurssien kautta, ja mitä näillä keskusteluilla halutaan tuoda esille eli mihin niillä tähdätään.

1.4 Tutkielman rakenne

Ensimmäisessä osiossa paneudun selittämään yksityiskohtaisemmin, mitä luomulla tarkoitetaan ja mitä tiedämme sen kulutuksesta Suomessa. Tämän jälkeen esittelen kirjallisuuskatsauksen, jossa käyn läpi tähänastista tutkimusta ja kirjallisuutta luomuruokakeskusteluissa esiin nousseista aiheista. Kirjallisuuskatsaus koostuu neljästä eri teemasta ja näiden alateemoista. Tämän jaottelun jälkeen tulen esittämään kyseiset teemat yhteen liittävän mallin, jota kutsun teoreettiseksi viitekehyyksi. Teoreettisen viitekehyyksen avulla hahmotan lukijalle kuvainnollisesti eri teemojen eli diskurssien muodostaman kokonaisuuden. Viitekehyyksen esittelyä seuraa empiirisen tutkimuksen ja käyttämieni tutkimusmenetelmien yksityiskohtaisempi tarkastelu, minkä jälkeen siirryn tutkielmassani analysoimaan keräämääni aineistoa. Aineiston diskurssianalyysissa käytän apunani lainauksia toteuttamistani haastatteluista. Aineiston analyysi on jaoteltu samoihin teemoihin, jotka esiintyvät tekstissä ensimmäisen kerran kirjallisuuskatsauksessa. Tässä yhteydessä tulen myös vertaamaan olemassa olevaa teoriaa omiin löydöksiini. Lopuksi esittelen omat johtopäätökseni sekä yhteenvedon tutkielmasta.

2 LUOMU SUOMESSA

Vaihtoehtoisella tuotantotavalla tuotettujen elintarvikkeiden kysynnän alku liitetään Suomessa yleensä 1960-luvun loppupuolelta lähteneeseen moderniin ympäristöliikkeeseen, mutta varsinainen luomubuumi nähtiin

kuitenkin vasta 1990-luvulla, jolloin luomutilojen määrä moninkertaistui. Yhtenä taustalla vaikuttavana tekijänä voidaan pitää 1980-luvun puolivälissä erityisesti Keski-Euroopassa ilmenneitä useita erilaisia ruokaan ja sen tuottamiseen liittyviä skandaaleja. Myös tuotantoeläinten huonot elinolot ja viljelykäytäntöjen epäkohdat keräsivät tuolloin huomiota enenevässä määrin myös Suomessa. Tutkijat luettelevat luomun yleistymisen syiksi myös vuonna 1990 käyttöön otetun, tuottajille suunnatun siirtymävaiheen taloudellisen tuen, EU:n yhteiseen maatalouspolitiikkaan siirtymisen sekä yleisen yhteiskunnan vihertymisen. (Kakriainen ym. 2006)

Tällä hetkellä valvottua luomutuotantoa on 141 maassa. Suomessa luomumarkkinoiden kehittymistä on seurattu Nielsenin kuluttajaneelin avulla vuodesta 2005 lähtien. Tästä asti sekä luomumarkkinoiden arvon nousu että luomutuotteiden osuus kotitalouksien elintarvikeostoista ovat kasvaneet tasaisesti. (Ruokatieto, 2012) Kaiken kaikkiaan Suomessa luomun käyttö on kuitenkin vielä vähäisempää kuin muualla Euroopassa. Mielestäni syynä saattaa olla, että Suomessa ruokaan vielä luotetaan ja ajatellaan, että kotimainen ruoka on puhdasta. Kuten sanottu, tästäkin huolimatta, kasvua tapahtuu myös Suomessa koko ajan. Vuonna 2011 luomumarkkinoiden arvo Suomessa nousi vuoden 2010 reilusta 80 miljoonasta lähes 120 miljoonaan euroon, kertoo internetsivusto luomu.fi. Nielsenin kuluttajaneelin tietojen mukaan luomumarkkinoiden arvo kasvoi vuonna 2011 jopa 46 prosenttia.

Suomalaiset kotitaloudet jakaantuvat luomun käytön suhteen neljään ryhmään: aktiivikäyttäjiin, säännöllisiin käyttäjiin, kokeilijoihin ja ei-käyttäjiin. Vuoden 2010 tietojen mukaan aktiivikäyttäjien ryhmä koostuu paljolti nuorista, jotka ovat vielä sinkkuja tai aivan pienten lasten vanhempia. Säännöllisissä käyttäjissä puolestaan painottuvat iäkkäämmät sinkut. (Luomuliitto) Luomubarometrin (2010) mukaan muita useammin luomua valitsevat myös yli 50-vuotiaat naiset ja tyypillinen luomuruuan käyttäjä onkin gallupin perusteella yli 50-vuotias pääkaupunkiseudulla asuva ja ruoanlaittoa harrastava niin sanottu edelläkävijänainen.

Yli miljoona suomalaista kuluttajaa sanoi käyttävänsä luomua säännöllisesti vuonna 2010. Silti luomutuotteiden markkinaosuus koko elintarvikemarkkinoista on Suomessa vielä alle kaksi prosenttia (Luomuliitto, 2012). Kakriaisen ym. (2006, 141) mielestä tämä osuus on hämmentävän pieni kun otetaan huomioon, että ihmiset kerta toisensa jälkeen ilmoittavat olevansa valmiita maksamaan luomutuotteista selvästi tavanomaisia tuotteita korkeamman hinnan ja yhä useampi kotitalouksista ilmoittaa käyttävänsä luomua säännöllisesti. Tutkijoiden mukaan tulokset oletettavasti kuvastavatkin enemmän luomuun liittyviä mielikuvia ja asenteita kuin todellista kulutuskäyttäytymistä.

TNS Gallup on selvittänyt myös kuluttajien mielikuvia liittyen luomuruokaan ja sen kulutukseen. Luomubarometri 2010-nimisen kyselyn tarkoituksena on ollut tuottaa lisäinformaatiota Kuule Oy:lle, joka on vetänyt maa- ja metsätalousministeriön osaksi rahoittamaa *Luomu brändiksi*-hanketta. TNS Gallupin tekemän tutkimuksen mukaan luomutuotteet eroavat kuluttajien mielestä muista elintarvikkeista eniten siinä, että ne ovat vapaita teollisista lannoitteista tai myrkyistä. Myös maku, ekologisuus ja eettisyys nousivat gallupissa esille. Lisäksi hinta oli näkyvässä roolissa vastauksissa. Samoihin tuloksiin on päätyneet myös Kantanen (2002). Luomubarometrin (2010) mukaan puhtaus ja aitous puhuttelevat erityisesti pienten lasten vanhempia kun taas sekä ympäristön hyvinvointia, että makua korostavat kuluttajat tuntuvat ajattelevan hyvin samaan tapaan luomusta. Vastanneista 70 prosenttia on samaa mieltä siitä, että luomun käyttäjät itse ovat puolestaan vastuullisia, mukavasti toimeentulevia, yhteiskunnallisesti aktiivisia ruokaharrastajia. Tutkimuksen mukaan luomua käyttävät henkilöt myös pitävät itseään edelläkävijöinä, ja heidän omakuvansa on hyvin positiivinen. Yli 50 prosenttia kaikista vastanneista puolestaan arvelee, että henkilö, joka ei käytä luomua, on vähävarainen ja säästäväinen.

Motiivit luomun kuluttamisen taustalla voivat siis olla hyvin erilaisia ja markkinoinnin tutkija Johanna Moisander (1991) tuokin esiin sosiaalisen identiteetin rakentamisen osana luomutuotteiden kulutusta. Hänen mukaansa luomutuotteiden kulutukseen liittyy sekä yksilöllisiä eli minäkeskeisiä että kollektiivisia eli yhteisökeskeisiä arvoja ja motiiveja. Näin ollen Moisander (1991) katsoo luomutuotteen olevan kuluttajalle samanaikaisesti sekä ympäristöystävällinen vaihtoehto elintarvikemarkkinoilla että egotuote, joka linkittyy yksilön henkilökohtaiseen elämäntilanteeseen ja minäkeskeisiin tavoitteisiin. Kakriainen ym. (2006, 150) lisäävät vielä, että ympäristönäkökulma otetaan huomioon, mikäli tästä ei aiheudu kuluttajille lisää vaivaa tai kustannuksia. Heidän mukaansa luomun kuluttamisella haetaan eräänlaista *win-win-asetelmaa*, jossa sekä kuluttaja että ympäristö voittavat.

3 LUOMURUOAN MARKKINAPAIKKA RAKENTAVAT DISKURSSIT

Massa ym. (2006, 162) analysoivat ruoan roolia yleisesti viidestä näkökulmasta. Nämä ovat terveyden takaaja, ympäristön pelastaja, moraalinen valinta, kauneuden tuottaja ja muodikkuuden merkki sekä taloudellisen harkinnan näkökulma. Heidän mukaansa nämä teemat vaikuttavat oleellisesti ruokakäsitsemme muuttumiseen. Syömistä ei koeta enää vain vatsan täyttämisenä vaan ruokavalinnat ovat tulleet monella tavoin merkityksellisiksi. Nämä viisi näkökulmaa sisältyvät usein myös luomukeskusteluihin.

TNS Gallupin teettämän kyselyn perusteella jaettiin puolestaan luomun kuluttajat neljään eri ryhmään, joiksi muodostuivat pienten vanhemmat (alle 6 -vuotiaita lapsia), hyvätuloiset (sanovat itse tulevansa hyvin tai melko hyvin toimeen), ideologiset (mainitsevat arvostavansa erityisesti ympäristöön liittyviä asioita) ja makua arvostavat kuluttajat (mainitsevat makuun liittyviä asioita). Näiden ryhmien ei kuitenkaan ole tarkoitus olla toisensa poissulkevia, vaan yksi henkilö voi olla useammassakin ryhmässä. (Luomubarometri, 2010)

Omassa tutkielmassani nostan esille sellaisia teemoja, jotka tuntuvat rakentavan luomuruoan markkinapaikkaa ja oikeuttavan sen olemassaolon kuluttajien puheessa. Seuraava kirjallisuuskatsaus ja sen jäsentely perustuvat näihin omassa analyysissäni esiin nousseisiin diskursseihin. Esittelen kyseiset teemat binäärisinä vastakkainasetteluina, jotka ovat turvallisuus vs. vaarallisuus, trendikkyys vs. tavanomaisuus, elämän säilyttäminen vs. maapallon tuhoaminen, ja ihminen vs. yritysmaailma. Selvyyden vuoksi käsittelem näitä diskursseja eli teemoja erikseen, vaikka ne eivät suinkaan esiinny aineistossani erillisinä vaan toisiinsa sekoittuneina.

3.1 Turvallisuus vs. vaarallisuus

Turvallisuus ja terveellisyys näyttävät nousevan esiin suurimmassa osassa tähän mennessä tehdyistä luomuruokaa käsittelevistä mielikuva- ja motivaatiotutkimuksista (esim. Schifferstein & Oude Ophuis, 1998; Torjusen ym. 2001; Zanolli & Naspetti, 2002; Harper & Makatouni, 2002; Hughner ym. 2007; Roitner-Schobesberger ym. 2008). Kantasen (2002, 11) mukaan myös suomalaiset kuluttajat kiinnittävät elintarvikevalinnoissaan entistä enemmän huomiota kulutuksensa vaikutuksiin ja arvostavat tuotteissa terveyteen, turvallisuuteen, omaan elämään ja ympäristöön vaikuttavia tekijöitä sekä pitävät eettisyyden ja arvönäkökulmien huomioon ottamista tärkeänä.

Moisander (1991, 78) on tutkinut sosiaalisia arvoja luomuruoan kulutuksen taustalla ja tähän tutkimukseen perustuen toteaa luomukuluttajien arvostavan turvallisuutta jopa siinä määrin, että he pitävät maailmanrauhaa ja perheen turvallisuutta eräinä tärkeimpinä perusarvoina. Pinon ym. (2012, 167) mukaan ruoan turvallisuus koetaan tärkeäksi asenteisiin vaikuttavaksi tekijäksi satunnaisesti luomua ostavien kuluttajien keskuudessa. Tämä ei kuitenkaan välttämättä johda aikomukseen ostaa tuotetta. Kyseisten tutkijoiden Italiassa toteuttaman kyselytutkimuksen perusteella näyttäisi siltä, että luomuruokaa säännöllisesti ostavat kuluttajat kokevat

puolestaan eettisten syiden vaikuttavan eniten ostopäätöksiinsä. Usein erilaiset syyt kuitenkin sekoittuvat toisiinsa.

Harper ja Makatouni (2002, 297) huomauttavatkin, että heidän tutkimuksensa perusteella osa kuluttajista kokee myös eläinten hyvinvoinnin toimivan viitteenä ruoan turvallisuudesta, vaikka usein eläinten hyvinvointia painotetaan puhuttaessa eettisistä syistä suosia luomua. Heidän mukaansa eläinten hyvinvointi onkin motiivina muita tekijöitä monimuotoisempi sen luodessa kuluttajille sekä fysiologisia että symbolisia etuja. Myöhemmin terveellisyydestä keskustellessani tulen osoittamaan, miten osa tutkijoista liittyy myös muut eettiset ja ekologiset luomun kulutuksen motiivit yksilön terveyteen linkittämällä nämä henkiseen hyvinvointiin ja terveeseen itsensä ilmaisemiseen. Tätä ennen perehdyn kuitenkin puhtauden ja epäpuhtauden vastakkainasetteluun ensimmäisenä turvallisuusdiskurssia rakentavana alateemana. Terveellisyyskeskustelun jälkeen puolestaan vuorossa on turvallisuuteen linkittämäni kolmas alateema, luotettavuus vs. epäluotettavuus.

3.1.1 Puhtaus vs. epäpuhtaus

Sanomme yhä jonkun tarkoitusperiä epäillessämme, ettei kyseisellä henkilöllä ole puhtaita jauhoja pussissaan. Luultavasti tärkeimpänä ruoan turvallisuuden takaajana pidetäänkin sen puhtautta. Puhtaalla ruoalla viitataan yleensä ravintoon, joka ei sisällä teollisessa prosessissa lisättyjä keinotekoisia lisäaineita ja on viljelty mahdollisimman luonnollisesti ilman voimakkaita lannoitteita ja torjunta-aineita. Ruoan puhtauden puolestapuhujien ajatuksena on, että etäänntyminen ”luonnollisesta” syömisestä ei saa olla liian tehokasta, ja liiallisen teknologian mahdollisuuksien hyödyntämiseen suhtaudutaan epäluuloisesti (Mäkelä, 2000, 205).

Isoniemen ym. (2006) tutkimuksessa hyvinvointia edistäviksi muuttujiksi oli kuluttajien toimesta määritelty vähemmän torjunta-ainejäämiä sisältävä, luonnollisemmin tuotettu, enemmän vitamiineja ja kivennäisaineita sisältävä sekä vähemmän lisä- tai säilöntäaineita sisältävä, joista kaikki kriteerit puolestaan yleensä liitettiin luomuruokaan. Edellä mainittujen tekijöiden lisäksi kuluttajat linkittävät luomuruoan puhtauden usein myös suomalaiseen alkuperään, matalaan jalostusasteeseen ja välillisesti laiduntamiseen ja eläinten hyvinvointiin. (Ruokatieto, 2012) Tutkimustietojen perusteella katsonkin puhtauden olevan tärkeä luomuruoan terveellisyysvaikutusten määrittäjä ja tästä syystä olen erottanut puhtauden luomun muista terveellisyystekijöistä ja nostanut sen osaksi lähempää keskustelua myös omassa tutkielmassani.

Tutkiessaan päivittäistavaroihin liitettyjen kulutusseuraamusten hyväksyntää ja torjuntaa Kantanen (2002, 112) huomasi haastatteluissaan kaikkein voimakkaimmin nousevan esiin juuri elintarvikkeisiin lisättyjen tai niihin joutuneiden vahingollisten aineiden aiheuttamat terveysriskit. Silloin, kun haastateltava koki henkilökohtaisen terveysriskin olemassaolon, vieraita aineita käsiteltiin lähes myrkkyyinä. Yhdeksi selkeästi havaittavaksi syömisen trendiksi onkin muodostunut ruoan luonnollisuus. Keskeistä tässä luonnollisuudessa on ajatus puhtaasta, turvallisesta ja mahdollisimman vähän työstetystä elintarvikkeesta, jonka alkuperä on helposti jäljitettävissä. (Mäkelä, 2000, 215) Ruoasta puhuttaessa puhtaus ja luonnollisuus linkittyvätkin yleensä yhteen ja näitä käytetään arkikielessä usein myös toistensa synonyymeina. Selvimmin nämä kriteerit on liitettävissä erilaisiin luomutuotteisiin, joista näyttää luonnollisuutensa ansioista tulevan tavallistenkin vähittäiskauppojen imagon kohentajia.

Suomen ensimmäinen elintarvikelaki astui voimaan vuonna 1941 (Nilsson 2008, 140). Edes erilaiset lait eivät kuitenkaan enää takaa kaikkien kuluttajien luottamusta elintarviketeollisuutta kohtaan. Hyvä esimerkkinä tästä mainittakoon tapaus, jossa englantilaiset löysivät vuonna 2005 yhdestä worcesterkastike-erästä punaista väriainetta, joka osoittautui väriaineeksi nimeltä Sudan 1. Kyseistä väriainetta käytetään kengänkiillokkeessa ja lattiavahassa, sen epäillään voivan aiheuttaa syöpää, ja sen käyttö elintarvikkeiden lisäaineena on ollut kiellettyä vuodesta 1995 lähtien. Ainetta oli kuitenkin päätynyt Crosse & Blackwellin worcesterkastikkeeseen, valmistajan (Premier Foods) käyttämän intialaisen chilijauheen kautta. Kyseinen chilijauhe sisälsi Sudan 1:tä. (Nilsson 2008, 130) Tällaisia ruokaskandaaleja pidetään usein syynä massojen luomuun siirtymiselle, mutta Harper ja Makatouni (2002, 292) huomauttavat kuitenkin, että tällaisten tapausten myötä ainakin Iso-Britanniassa osa kuluttajista lopettaa tai vähentää tehotuotetun ruoan kulutustaan vain hetkeksi, kunnes nämä kauhutarinat – tai esimerkiksi vuosituhannen vaihteessa elintarviketeollisuutta ravistellut BSE- eli niin sanottu hullun lehmän tauti – jälleen unohtuvat. Tämä jakaakin kuluttajia ryhmiin myös luomuruoan kulutuksen suhteen. Osa luomun kuluttajakunnasta on satunnaisia käyttäjiä ja kokeilijoita, kun taas toinen osa vannoo luomuruoan nimeen osana elämäntyyliään.

Nilssonin (2008, 104) mukaan einesten valmistajien pyrkimyksenä on lisätä resepteihinsä mahdollisimman paljon vettä ja muita halpoja aineksia, kuten muunnettua maissitärkkelystä, mikä puolestaan on mahdollistettu suolan, maku- ja väriaineiden, hyytelöintiaineiden, stabilointiaineiden ja emulgointiaineiden käytöllä. Hän lisää, että nykypäivänä jopa vitamiineja voi saada liikaa, sillä syömistämme vitamiineista yhä suurempi osa on lisätty ruokaamme keinotekoisesti jälkikäteen. Monet esittävät luomuruokaa vaihtoehtona tällaiselle keplottelulle, mutta toisin kuin monet kuluttajat ehkä olettavat, edes luomutuotteet eivät kuitenkaan aina ole

lisäaineettomia. On totta, että niihin ei saa lisätä keinotekoisia väri- ja makeutusaineita eikä aromivahventeita, mutta lain mukaan tuotteen maataloudesta peräisin olevista raaka-aineista on vähintään 95 prosenttia oltava luonnonmukaisesti tuotettuja, mikä tarkoittaa käytännössä viiden prosentin liikkumavaraa. Eli loput 5 prosenttia saavat tietysti edellytyksin olla tavanomaisia maataloustuotteita, kunhan nämä tuotteet sisältyvät komission luetteloon hyväksytyistä tavanomaisista maataloustuotteista tai tuotteen käytölle on haettu erikseen lupa. (Evira, 2010)

Hankalaksi e-koodiluetteloiden tulkitsemisen tekee se, ettei todellisuudessa tiedetä varmaksi, mitkä lisäaineet voivat olla haitallisia. Esimerkiksi Euroopassa joitakin sellaisia aineita pidetään vaarallisina, jotka on kuitenkin sallittu muualla maailmassa, kuten Yhdysvalloissa. Päinvastainen tilanne taas on esimerkiksi atsoväreihin kuuluvan amarantin kohdalla, joka oli Yhdysvaltojen tapaan kielletty myös Suomessa 1980-luvun alusta alkaen, mutta sallittu jälleen Suomen liityttyä Euroopan unioniin vuonna 1995 ja sopeuttaessaan säädöksensä EU-direktiiveihin. Atsovärien on epäilty aiheuttavan yliherkkyysoireita. (Nilsson 2008, 141–142)

Ei siis ihme, että kuluttajat ovat kritisoineet päätöselimien tekemiä ratkaisuja ja lainsäädännön aukkoja. Myös Nilsson (2008) uskoo, että yhteiskuntamme lainsäädäntöön vaikuttaa vahvasti myös suurten elintarvikejättien lobbaustoiminta ja kyseisten yritysten sponsoroima tai harjoittama puolueellinen tutkimus. Näkemystään hän perustelee vetoamalla epäilyttävään tietoon siitä, että Ruotsin tai Suomen elintarvikevirasto, Yhdysvaltojen FDA, Euroopan elintarviketurvallisuusviranomaisen EFSA, YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestö FAO ja maailman terveysjärjestö WHO voivat päätyä erilaisiin arvioihin yhdestä ja samasta aineesta. Myös keskustelu luomuruoan terveellisyydestä on siis linkittynyt osaltaan vastustamaan valtaa, jota suuret elintarviketeollisuuden toimijat käyttävät nyky-yhteiskunnassamme. Tämä keskustelu puoltaa näkemystäni kulutukseen vaikuttavien teemojen päällekkäisyydestä.

3.1.2 Terveellisyys vs. epäterveellisyys

Vaikka terveellisyys ja puhtaus usein kulkevat käsi kädessä luomusta puhuttaessa, muodostavat ne osittain myös erilliset osa-alueensa ihmisten liittäessä luomun terveellisyyteen myös pohdintaa esimerkiksi sen paremmasta ravintoarvosta (Niva ym. 2004, 15). Terveellisen ruokavalion ja elämäntapojen painottaminen näkyy yhteiskunnallisessa keskustelussa muun muassa siinä, miten vastuu omasta terveydestä pyritään asettamaan yksilön itsensä harteille. Onhan terveydenhuollon piirissäkin ohimennen keskusteltu hoidon

priorisoinnista suhteessa niin sanottuihin itse aiheutettuihin sairauksiin. Terveys ja terveellisyys voivat toimia jopa eräänlaisina taikasanoina, jotka takaavat syömisen ja elämisen kunnollisuuden. Kuten aikaisemmin mainittu, ruoka voidaan nähdä jopa osana identiteettiä. Kuvaahan tätä myös sanonta: *olet mitä syöt*. (Mäkelä, 2000, 202–214)

Kuluttajat tuntuvatkin olevan eniten kiinnostuneita omasta kehostaan, terveydestään ja ajankäytöstään ostaessaan elintarvikkeita (Kakriainen ym. 2006, 150). Massa ym. (2006, 163) mukaan huoli terveydestä näkyy myös ruoan mainonnassa ja yleisemmin ruoan medikalisoitumisena eli lääketieteellistymisenä. Tällä tarkoitetaan ruokavalintojen selittämistä lääketieteen käsittein. Mielenkiintoista mielestäni on kyseisten tutkijoiden esittämä huomautus siitä, että ruoan terveellisyyteen vedotaan silloinkin, kun tieteellistä näyttöä ei ole olemassa.

Ruoan medikalisoituminen näkyy erityisesti terveellisenä pidettyjen ruokatuotteiden tulona markkinoille. Elintarviketeollisuudessa toteutetaan jatkuvaa tuotekehittelyä ja elintarvikkeista on tullut ruoan muodikkuusdiskurssiin liittyviä brändejä. Tutkijoiden mukaan suomalaiset ovat kohtalaisen kiinnostuneita tällaisista terveysvaikutteisista tuotteista, mutta samalla osa kuitenkin epäilee niiden tarpeellisuutta ja riskittömyyttä (Massa ym. 2006, 163–164). Mäkelän (2000, 204) mielestä ilmiön ongelmallisuus piilee siinä, että tällaisia terveellisinä markkinoituja tuotteita suosiva kuluttaja saattaa päivän aikana nauttia erilaisia vitamiineja ja hivenaineita reippaasti yli suositusten. Luomukeskustelu ulottuu myös tälle alueelle. Monen luomuruokaa suosivan mielestä tällaisia tuotteita ja lisävitamiineja ei tarvita, mikäli noudatetaan terveellistä ruokavaliota, joka koostuu alkuperältään puhtaista raaka-aineista, kuten luomusta. Schifferstein ja Oude Ophuis (1998, 119) tulkitsevatkin luomun kuluttajien pitävän itseään vastuullisempina omasta terveydestään kuin kuluttajat, jotka eivät osta luomua.

Vaikka luomu mielletäänkin yleensä tavanomaista ruokaa terveellisemmäksi, on hyvä muistaa, että osa ravinnon sisältämistä epäpuhtauksista, kuten raskasmetallit, PCB-yhdisteet ja dioksiinit tulevat maaperästä tai leviävät ilman kautta eli viljelytapa ei juuri vaikuta niiden saantiin. Myös maantieteellisellä sijainnilla on siis suuri merkitys. (Ruokatieto, 2012) Pakatuissa luomutuotteissa ruoan alkuperäinen tuottaja onkin yleensä näkyvillä, mikä helpottaa muun muassa lähiruokaa suosivia kuluttajia ostopäätöksen teossa.

Luomuun liitettävistä terveellisistä assosiaatioista huolimatta, luomuun liittyviä tutkimuksia on terveellisyyden näkökulmasta toistaiseksi tehty kuitenkin vain yksittäisten tuotteiden tai niiden sisältämien ravintoaineiden

osalta. Esimerkiksi ryhmiä, joista toinen noudattaisi täysin luomuruokavaliota ja toinen söisi tavanomaista ruokaa, ei ole vertailtu. (Ruokatieto, 2012) Williams (2002) peräänkuuluttaa myös tutkimuksia edellä mainituista luomuruoan ravintopitoisuuksista, joiden usein argumentoidaan olevan muuta ravintoa paremmat, mutta joista ei tutkijan mukaan vielä ole kattavaa ja selkeää tietoa. Lyhyesti voidaan todeta, että tutkimustuloksia luomun terveellisyydestä on sekä puolesta että vastaan, kuten usein mitä tahansa ilmiötä tutkittaessa.

Monien mielestä luomuruoan terveellisyysvaikutuksien kieltäminen on osa lobbausta, jota suuret tehotuotantoon keskittyvät tuottajat harjoittavat ahkerasti. Myös lääkefirmojen toimintaa on kritisoitu samasta syystä. Monet kuluttajat luottavatkin nykyään ensisijaisesti mieluummin esimerkiksi luontaistuotteisiin ja monipuoliseen ruokavaliioon lääkevalmisteiden sijasta. Tämä keskustelu myös linkittää mielestäni yhteen terveellisyysteeman ja suuryritysten liiallisen vallan vastustamisen. Esimerkiksi edellä mainitut luomuruoan kuluttajat, jotka panostavat terveyteensä ensisijaisesti ylläpitämällä monipuolista ruokavaliota ja suosimalla luontaistuotteita saattavat myös aatteellisesti vastustaa suuryritysten päätäntävaltaa nyky-yhteiskunnassamme. Tämä ei kuitenkaan ole välttämätöntä, sillä teemat toimivat kulutuksen taustalla yksinäänkin.

Kuluttajatutkimuskeskuksen vuonna 2006 julkaisemassa tutkimuksessa 2429 suomalaista internetin käyttäjää vastasi mielikuvakysymyksiin suomalaisen ruoan, lähiruoan, kotimaisen luomuruoan ja ulkomaisen ruoan osalta. Näistä eniten hyvinvointia edistäväksi arvioitiin kotimainen luomuruoka. Kakriainen ym. (2006, 150) pitävätkin terveellisyyttä ensisijaisena luomutuotteiden ostamiseen kannustavana syynä. Heidän mukaansa luomun suosimisen perusteiksi kyllä mainitaan myös luomutuotannon laajemmat yhteiskunnalliset vaikutukset, kuten ympäristömyönteisyys, paikallisen maatalouden tukeminen tai eläinten oikeudet, mutta vasta oman ja perheen terveyden ja hyvinvoinnin jälkeen.

Zanoli ja Naspetti (2002, 643) tarkastelevat ilmiötä hieman erilaisesta näkökulmasta. He ovat tutkineet italialaisten kuluttajien arvoja luomuruoan kulutuksen taustalla ja päätyneet siihen tulokseen, että kaikki kuluttajat liittävät luomuruokaan terveyteen liittyviä assosiaatioita ja haluavat hyvää, maukasta ja ravitsevaa ruokaa, sillä mielihyvä, terveys ja hyvinvointi ovat heille tärkeimpiä arvoja. Säännöllisesti luomua ostavien asiakkaiden kulutuksen taustalla kyseiset tutkijat näkevät kulutuksen syvempien merkitysten rakentuvan muun muassa onnellisuudesta, sisäisestä harmoniasta, harmoniasta universumin kanssa, sekä pitkästä elämästä ja siitä nauttimisesta. Nämä puolestaan linkittyvät heidän mukaansa lopulta kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin

arvostamiseen. Terveyttä pidetään selvästi niin sanotusti avainsanana motiiveista puhuttaessa, mutta tutkijat painottavat, ettei hedonismien ja mielihyvän kokemuksen tärkeyttäkään saa aliarvioida.

Myös Moisander (1991, 41) tuo esille tämän harvemmin mainitun yhteyden luomuruoan ja henkisen hyvinvoinnin välillä. Hänen mukaansa luomuruoan kulutuksen taustalla on havaittavissa myös yksilön pyrkimys yksinkertaiseen ja vaatimattomaan elämään. Tälle ilmiölle on tutkijan mukaan ominaista henkilökohtaisen sisäisen kasvun korostaminen, terveellisen ruokavalion noudattaminen ja fyysisen ja psyykkisen hyvinvoinnin tavoittelu. Tähän voi myös liittyä tavoite olla hyvä ihminen, jolloin luomutuote toimii välinearvona minäkuva- ja elämäntyylytavoitteiden saavuttamiseksi. Ehkä hieman yllättävästikin, kyseisen tutkimuksen perusteella tärkein perusarvo luomukuluttajalle on sisäisen tasapainon ja mielenrauhan saavuttaminen. Tämän näkökulma jakavat ainakin osittain myös Harper ja Makatouni (2002, 297), jotka ajattelevat, että tosiasiasa kuluttajat ovat yleisesti eniten kiinnostuneita – ja samalla huolestuneita – omasta terveydestään, mutta luomuruokaa ostaessaan he haluavat samalla ilmaista eettisen näkemyksensä osana laajentunutta minäkuvaansa.

Vielä tätäkin syvemmälle terveellisyyskeskustelun kiemuroihin uppoutuvat Torjusen ym. (2001, 215), jotka huomauttavat, etteivät luomuun liitetyt terveystieteelliset näkökulmat rajoitu ainoastaan ihmisten terveyteen, vaan ilmiötä voidaan kuvata laajemmin agriekosysteemin terveellisyysnäkökulmaksi. Kuluttajat ja tuottajat jakavat tämän näkökulman mukaan yhteisen huolen paitsi omastaan, myös muiden ihmisten terveydestä, ruoan laadusta, eläinten hyvinvoinnista ja ympäröivästä luonnosta.

3.1.3 Luotettavuus vs. epäluotettavuus

Tärkeänä osana turvallisuuden kokemukseen liittyy tunne luotettavuudesta. Tähän puolestaan on voimakkaasti sidoksissa tiedon merkitys. Nivan ym. (2004, 10) tutkimuksessa havaittiin, että tiedon puute onkin yksi niistä tekijöistä, jotka rajoittavat luomun ostohalukkuutta. Mäkelän (2000, 206) huomauttaa, että ruoan puhtautta tai vaarallisuutta pohditaan lähinnä mielikuvien tasolla, sillä kuluttajilla ei aina ole riittävästi tietoa elintarvikkeiden laadun arviointiin. Hänen mukaansa elintarvikkeiden ainesosaluetteloihin liitetyt käsitykset ovat toisinaan virheellisiä ja esimerkiksi eineksiä epäillään varsinaisiksi lisäainepommeiksi, vaikka ne usein eivät sisällä lainkaan lisäaineita. Sen sijaan leivässä saattaa olla esimerkiksi emulgointi- ja säilöntäaineita.

Pollan (2009, 20) kehottaakin kuluttajia muistamaan perinteet ja terveen järjen: *”Me tiedämme jo lähes kaiken siitä, miten kannattaisi syödä, tai pikemminkin tiesimme, ennen kuin annoimme ravitsemusasiantuntijoiden ja mainosmiesten horjuttaa uskoamme terveeseen järkeen, perinteeseen, aistiemme todistukseen ja äittemme ja*

isoäitiemme viisauteen". Mäkelän (2000, 213) mukaan me emme enää osaa tehdä selkeitä valintoja, mutta tarkasti määritellyn ruokavalion noudattaminen helpottaa ruoan valintaa ja oman elämän haltuunottoa. Hän listaa käytännön esimerkkeinä kasvissyönnin, luomutuotannon kannattamisen sekä puhtaan ja turvallisen ruoan perään kuuluttamisen tapoina kontrolloida ruoan laatua ja luotettavuutta sekä helpottaa siten valintaa.

Isoniemen ym. (2006) toteuttamassa tutkimuksessa naisilla tuntui olevan miehiä positiivisempi mielikuva kotimaisesta luomuruoasta. He pitivät miehiä useammin luomuruokaa suhteessa ei-luomuun luotettavampana ja laadukkaampana, mutta myös vaikeampana tunnistaa kaupassa. Luomubarometrin (2010) mukaan luomutuotteiden esillepano ja tieto valikoimista lisäisivätkin ainakin luomua aktiivisesti käyttävien ostoja. Myös Torjusen ym. (2001, 215) ovat havainneet, että sertifioitujen tuotteiden ostaminen voidaan nähdä tapana hankkia informaatiota niistä ruoan laatuun liittyvistä ominaisuuksista, joita on muuten vaikea havaita. Luomuruoan tunnistamisen helpottamiseksi on kehitelty erilaisia merkintöjä, joiden avulla kyseiset elintarvikkeet ovat jäljiteltävissä kaikissa tuotannon, valmistuksen ja jakelun eri vaiheissa. EU:n luomutunnuksen, Eurolehden, käyttö on pakollista kaikissa EU:ssa valmistetuissa valmiiksi pakatuissa luomuelintarvikkeissa. Muissa luomutuotteissa ja EU:n ulkopuolelta tuoduissa luomutuotteissa tunnuksen käyttö on kuitenkin valinnaista. Luomusta kertova aurinko-merkki puolestaan kertoo tuotteen olevan suomalaisen viranomaisen valvonnassa. Se ei siis ole puhtaasti kotimaisen raaka-aineen ja tuotannon merkki, vaikka se suomalaisesta viranomaisvalvonnasta viestii. (Evira, 2010) Lisäksi eritasoisia luomumerkintöjä on käytössä muitakin. Ei siis ihmekään, että etenkin näihin yksityiskohtiin perehtymättömät kuluttajat kokevat hämmennystä navigoidessaan sertifikaattiviidakossa.

Monosen (2006) mukaan merkit voivat lisätä luottamusta, mutta lähinnä niillä on merkitystä ostettaessa asioitaessa tavallisessa marketissa. Suoramyyntitilanteessa luotetaan enemmän myyntihenkilöön ja hänen myyntipaikalla antamiinsa neuvoihin. Luomutilalla tai luomukaupasta saa vain luomua, jolloin alkuperä ja sertifikaatit ovat selkeitä ja luottamuksen luomisen kannalta merkityksellisempää on suora kontakti. Nivan ym. (2004) tutkimuksessa kuluttajat eivät juuri maininneet virallisia luomumerkintöjä, vaan luottamuskeskustelu painottui lähinnä juuri tuottajan rooliin. Näiden tutkijoiden tulkinnan mukaan kuluttajien halu säilyttää mahdollisuus maatilavierailuun kertoo heidän pyrkimyksensä säilyttää osa kontrollista itsellä. Toisin sanoen, luottamus luomun valvontajärjestelmää kohtaan ei välttämättä olekaan yhtä vahva kuin on oletettu. Johtopäätöksenä tutkijat katsovat luomuun liitetyn luotettavuuden olevan institutionaalisen ja oman kontrollin summa, mikä osaltaan selittää epäluottamusta ulkomaalaista luomua kohtaan. Samanasteista luottamusta voi olla vaikeaa rakentaa ilman mahdollisuutta henkilökohtaiseen kontaktiin. Nivan ym. (2004) mukaan

tutkimuksessa haastatellut henkilöt ovatkin melko vakuuttuneita suomalaisen valvontajärjestelmän toimivuudesta, mutta epäilevät luotettavuutta muissa maissa.

Lisäksi luomun valvonnasta puhuttiin melko yleisellä tasolla, eikä keskusteluissa eritelty esimerkiksi sitä, kenen tulisi olla vastuussa luomutuotannon kontrolloimisesta tai millaisia kriteerejä järjestelmään tulisi sisällyttää. Eroja käsityksissä havaittiin satunnaisten ja säännöllisesti luomua kuluttavien vastaajien kesken. Satunnaiset kuluttajat selkeästi vaativat tarkkoja standardeja ja valvontaa, vaikka osa heistä ei osannut sanoa, onko tällaista olemassa jo nyt. Säännölliset kuluttajat olivat asioista perillä paremmin. (Niva ym. 2004)

Luomutuotteiden ostamatta jättämiseen vaikuttavat useimmin mainitun hinnan lisäksi myös monet muut tekijät. Osa kuluttajista ei edes tiedä, mitä luomutuotanto merkitsee. Heidän käyttäytymistään ohjaavat voimakkaat luomuun liittyvät kielteiset mielikuvat ja epäluottamus tuotantomenetelmää kohtaan. (Kakriainen ym. 2006, 143). Zanolin ja Naspettin (2002, 652) mukaan kuluttajat haluaisivat ennen kaikkea paremmin ymmärtää miten luomutuotanto ja luomuviljely käytännössä eroavat tavanomaisista. Tutkimustulosten luotettavuuteen suhtaudutaan kuitenkin usein skeptisesti. Tutkimukset saattavat toisinaan olla hyvinkin ristiriitaisia. Itse kukin kuulee, mitä haluaa kuulla. Lisäaineiden valmistajilla on tapana pitää testituloksia oikeina, ellei niissä ilmene haitallisia vaikutuksia. Jos viitteitä päinvastaisesta on, tulokset kiistetään herkästi. Toisaalta mielipideryhmät, jotka ovat lisäaineiden sinnikkäitä vastustajia, pitävät vähäisintäkin rotilla ilmenevää vaivaa todisteena siitä, että tutkittava aine on haitallinen ja pitäisi kieltää lailla. (Nilsson 2008, 142)

Luomutuotannon turvallisuutta pohtivia kuluttajia rauhoittelee elintarviketurvallisuusvirasto Evira (2012), jonka mukaan kuluttajat voivat luottaa luomutuotantoon. Luonnonmukaisen tuotannon vaatimukset on määritetty EU-lainsäädännössä ja kaikkia luomutuotteita tuottavia tai valmistavia maatiloja ja yrityksiä valvotaan. Moni kuluttaja kokeekin tämän tiedon riittäväksi, sillä aikaa ja kiinnostusta oma-aloitteisiin maatilavierailuihin ei kovin monelta lopulta löydy. Suomessa Evira ohjaa ja suunnittelee valvontaa sekä valvoo luomuelintarvikkeiden ja -rehujen valmistajia. Luomutilat kuuluvat ELY-keskusten valvontaan ja Suomeen tuotavia luomutuotteita valvoo Tullilaitos. Toimijoiden luomutuotteisiin lisäämien pakollisten merkintöjen tarkoituksena on nimenomaan taata luomutuotteiden kuluttajille ja käyttäjille, että toimija on tuottanut tai valmistanut tuotteen tuotantosäännösten mukaisesti ja että toimijaa on valvottu.

3.2 Trendikkyys vs. tavanomaisuus

Aikaisemmin johdannossa mainittu kulutuksen sirpaloituminen liittyy myös länsimaissa nopeasti kasvaneeseen ruoan tarjontaan (Mononen & Silvasti 2006, 10–11). Saatavilla oleva valikoima on merkittävästi aikaisempaa runsaampi ja monipuolisempi, minkä lisäksi erilaiset valmisruoat ja puolivalmisteet ovat kysyntänsä johdosta vallanneet kauppojen hyllytilaa. Myös etniset ravintolat, eksoottiset ruoka-aineet ja reseptit ovat raivanneet tiensä osaksi ihmisten arkea. Tämän globalisaation ja sen saattelaman tarjonnan kasvun myötä ruoasta ja ruoanlaitosta on tullut trendikästä. Media on täynnä ruoka-aiheista keskustelua ja lähes jokaisella televisiokanavallakin on tarjota oma ohjelmansa ruoan valmistamiseen ja ruokatrendeihin liittyen.

Monosen ja Silvastin (2006 10–11) mukaan ruokavalinnoista ja kulinaarisesta mausta on tullut entistä useampien ihmisten käytössä olevia hienovaraisen sosiaalisen erottautumisen välineitä. Tällainen sosiaalinen erottuminen tuntuu jakavan myös osan luomuruokaa kuluttavista suomalaisista omaksi, tietynlaista trendikästä elämäntyyliä ylläpitäväksi ryhmäkseen. Toteuttamieni haastattelujen perusteella luomuruoka ja sen kulutus koetaan lähes poikkeuksetta trendikkääksi. Suhteessa trendikkyteen luomuruoan kuluttajakunta onkin ehkä kasvanut ja muuttunut huomattavimmin, sillä vielä kaksikymmentä vuotta sitten muun muassa Moisander (1991, 78) luokitteli tutkimustensa perustella aktiiviset luomukuluttajat vaatimattoman elämän arvostajiksi, jotka pyrkivät keskimääräistä selkeämmin ilmaisemaan väheksyvänsä aineellisen hyvinvoinnin ja yksilöllisen edun tavoittelua.

Internetin keskustelupalstoja tarkkailtuani voin todeta, että myös moni pidemmän aikaa luomua kuluttanut henkilö on huomannut tämän muutoksen. Haluankin tässä nostaa esille Turun yliopiston filosofian tohtori ja vastuullisen liiketoiminnan keskuksen projektijohtaja Minttu Jaakkolan vuoden 2011 tammikuussa julkaiseman blogikirjoituksen, jossa hän kuvaa vastuullisen kulutuksen muutosta trendikkääksi: *”Parin viime vuoden aikana olen huomannut, että en ole enää vastuullisten ajatusten kanssa vastavirrassa, vaan valtavirrassa. Minun ei enää tarvitse kokea olevani tosikko viherpiipertäjä. Minusta on tullut trendikäs LOHAS-kuluttaja. LOHAS tulee sanoista Lifestyles Of Health and Sustainable (suomeksi kestävyys ja terveyden elämäntyyli). Myönnän, LOHAS-kuluttajan kuvaus osuu nappiin. Olen korkeasti koulutettu, seuraan maailmantapahtumia, olen kiinnostunut ympäristöasioista ja sosiaalisesta tasa-arvosta, sekä henkilökohtaisesta henkisyys ja fyysisyyden tasapainosta. Kaikkia näitä edeltäviä määritelmiä löytyy LOHAS-kuluttajaprofilista. Meitä LOHAS-kuluttajia on tutkimuksen mukaan Suomessa jo miljoona, maailmalla yli miljardi, ja trendi on kasvava.(...) Tämän pitäisi minunlaistani vastuullista kuluttajaa ilahduttaa, mutta se myös huolestuttaa. Koska vastuullinen kuluttajuus on*

trendi, se on myös markkinarako, jolloin eettisyyttä, ekologisuutta ja muita hyveitä voidaan sananhelinänä myydä vastuullisuus-trendin harjalla oleville kuluttajille.” Vastuullisen kuluttamisen, luomuruoka mukaan lukien, kasvaminen trendi-ilmiöksi ei siis ilahduta kaikkia sen kannattajia, mikä osaltaan voikin mielestäni selittää myös luomun kuluttajien pyrkimystä jakautua erilaisiin toisistaan erottuviin ryhmiin, nimittäin trendikkäisiin ja *oikeasti* vastuullisiin.

Olen nyt esitellyt toisena luomuruoan markkinapaikkaa rakentavana teemana trendikkyyydestä ja tavanomaisuudesta. Seuraavaksi tulen linkittämään tähän keskusteluun kolme alateemaa, jotka ovat kulinarismi vs. valmisruoka, korkea elintaso vs. matala elintaso sekä kaupunkilaisuus vs. maalaisuus. Ensimmäisenä näistä perehdyn kulinarismiin ja valmisruoan vastakkainasetteluun.

3.2.1 Kulinarismi vs. valmisruoka

Massa ym. (2006, 174) nostavat esille ruoan estetisoitumisen, joka liittyy muun muassa pikaruoan kritisoimiseen, missä se toimii terveellisyysargumenttien tukena. Ruokaan ja sen valmistamiseen halutaan nyt panostaa ja annoksista tehdä kauniita. Ruoan estetisoituminen näkyy myös siinä, miten kattauksen yksityiskohtiin kiinnitetään entistä enemmän huomiota myös Suomessa. Tarjolle halutaan näyttäviä herkkuja, ruoan laittamisesta on tullut monelle harrastus ja yhä useampi tituleeraa itseään kulinaristiksi. Ruoan tulo muodin piiriin tarkoittaa sitä, että ruokatrendit saattavat vaihtua nopeastikin.

Nilssonin (2008, 163) mukaan uusi vihreä, läntisen maailman yli pyyhkäisevä aalto ja ekologinen ruoka-ajattelu ovat 1970-lukuun verrattuna nyt paljon yleisempiä juuri ruoan maun ja laadun korostamisesta johtuen. Hänen mukaansa tämä niin sanottu vihertymisilmiö on levinnyt ”*muutamasta talvehtineesta viherpiipertäjästä meihin elintarvikehallien vilppituotteisiin tympääntyneisiin – ja huippuravintoloiden keittiöihin*”. Kakriainen ym. (2006, 143) puolestaan arvioivat, että toisinaan luomutuotteet voivat saada kuluttajien mielissä myös elitistisen merkityksen. Tällöin luomua ei mielletäkään enää tavalliseksi arkiseksi ruoaksi vaan esimerkiksi vain hemmotteluun tai herkutteluun sopivaksi erikoisuudeksi, kulinaariseksi elämykseksi.

Vaikka edellä mainitun perusteella siis vaikuttaisi siltä, että luomu liitetään nimenomaan ruoanlaittoon panostamiseen, ei ilmiö ole näin yksiselitteinen. Isonniemen ym. (2006, 38) mukaan luomuruoan kuluttajat valmistavatkin usein ruokansa itse kun taas Kakriainen ym. (2006, 150) puolestaan ovat sitä mieltä, että luomun kuluttajat eivät ole halukkaita käyttämään ruoan valmistamiseen sen enempää aikaa kuin tavanomaisia

elintarvikkeita ostavatkaan. Jälkimmäisenä mainitut tutkijat katsovat kuluttajien toivovan markkinoille enemmän luomujatkojalosteita, joiden käyttö säästäisi sekä aikaa että vaivaa. Nilsson (2008, 135) huomauttaakin ajanpuutteen olevan tärkein syy valmisruoan valitsemiseen. Hänen mukaansa vain 6 prosenttia 6 800 ruotsalaisesta ostaa kyselyn mukaan valmisruokatuotteita siksi, että niitä pidetään hyvänä.

Miksi luomuruoka sitten koetaan niin usein vastakohtana juuri eineksille? Keskusteltaessa epäluottamuksesta valmisruokia kohtaan esille nousee yleensä kysymys ruoan alkuperästä. Valmisruokia pidetään persoonattomina, minkä lisäksi myös niiden laatua ja makua epäillään. Tästä huolimatta valmisruokia käytetään säännöllisesti arkisin. Tässä hyvän ja pahan ruoan tasapainottelussa kotona itse tehty ruoka asettuu persoonattoman teollisen ja prosessoidun ruoan vastakohtaksi. Ehkä hieman ironisestikin kaikkein helpoimmin hyväksytyt valmisruoat näyttävät kuitenkin olevan juuri näitä hyvin perinteisiä ruokalajeja, joita aikaisemmin on valmistettu itse. Einesten käyttö on sallitumpaa miehille, joilta ei odotetakaan samanlaisia valmiuksia ruoanlaittoon kuin naisilta.

Voi kuitenkin olla, että einesten käyttö aiheuttaa yhä enemmän tunnontuskia. Ihmisten puheessa kuuluu usein ristiriita nautinnollisen ja spontaanin napostelun sekä rationaalisen ja kurinalaisen, terveellistä elämää ylläpitävän syömisen välillä. Kulttuuristen ideaalien ja käytäntöjen törmäminen paljastaa tämän uskomusten ja käyttäytymisen välisen vastakkainasettelun. Puheen tasolla ihmisillä tuntuu olevan selvä käsitys siitä, miten he haluaisivat syödä, mutta näiden ajatusten toteuttaminen käytännössä on toinen asia. Ajatellaan, että kunnollinen ja terveellinen syöminen on toista kuin arjen epäterveelliseksi koetut syömistottumukset. Jatkuva jännite sunnuntai-kulttuurin ideaalien ja arjen realiteettien välillä tuntuu olevan tyypillistä modernille elämälle. (Mäkelä, 2000, 210–211)

Tarinoita voin, kerman, sokerin, makeisten, pizzojen ja leivonnaisten käytöstä säestetään naurulla ja huomautuksilla tällaisten käyttämisen poikkeuksellisuudesta ja ”pahuudesta”. Arkipäivän syömiskäytäntöjen nimeäminen poikkeukselliseksi paljastaa taustalla vaikuttavat ihanteet, joiden mukaan olisi syötävä terveellisiä, itse valmistettuja lämpimiä aterioita yhdessä perheen kanssa. (Mäkelä, 2000, 211) Moisanderin (1991, 81) mukaan epäterveellisen ruoan aiheuttama syyllisyys näyttää kytkeytyvän luomutuotteiden kulutukseen erityisesti keski-ikäisillä (35–54-vuotiailla) naisilla. Mahdolliseksi syiksi tähän hän luettelee keski-ikäisen paino-ongelmat ja huolen vanhenemisesta, jotka saattavat aiheuttaa ahdistusta ja näin motivoida naisia kiinnittämään enemmän huomiota ruokavalionsa terveellisyyteen. Epäterveelliset ruokavalinnat saattavat aiheuttaa jopa syyllisyyttä kun taas puhtaina pidetyt luomutuotteet koetaan keinoina nuorekkuuden ja terveyden – ja näin

ollen trendikkyuden – ylläpitämiseksi. Mielestäni vaikuttaisi siis siltä, että puheen tasolla omat ruokailutottumukset saattavat olla hyvinkin erilaisia kuin mitä ne todellisuudessa ovat. Monet kokevat epäilyttävien einesten syömisen niin sanotusti pahana tapana ja haluaisivatkin kuluttaa enemmän trendikkäänä ja terveellisenä pitämäänsä luomua. Todellisuudessa näin ei kuitenkaan toimita, mikä saa kyseiset henkilöt jopa potemaan syyllisyyttä omista ruokailutottumuksistaan.

3.2.2 Korkea elintaso vs. matala elintaso

Kuten kulinaariset mieltymykset, myös kuluttajan elintaso toimii usein sosiaalisen erottautumisen välineenä. Toisilla on yksinkertaisesti varaa ostaa enemmän tai parempaa laatua heidän taloudellisesta tilanteestaan johtuen. Jossakin määrin parempituloisilla on myös mutkattomammat mahdollisuudet seurata uusien trendien syntymistä ja toimia itse mukana niiden ylläpitämisessä omien kulutusvalintojensa avulla. Tulotason vaikutus ja sen painottaminen ovat selkeästi erottuvia puheenaiheita myös luomuruokakeskusteluissa. Tulot myös jakavat selkeästi ihmisiä luomun kuluttajiin ja niihin, jotka eivät käytä luomua.

Iso-Britanniassa tehdyssä tutkimuksessaan Harper ja Makatouni (2002, 292) huomaisivat, että tutkimukseen osallistuneiden mielestä luomu on nimenomaan korkeampiin sosio-ekonomisiin luokkiin sijoittuvien ihmisten ruokaa. Roitner-Schobesbergerin ym. (2007) Thaimaassa toteuttaman tutkimuksen mukaan luomun kuluttajat tuntuivat olevan muita kuluttajia vanhempia ja omaavan sekä korkeamman koulutustason että korkeammat tulot. Myös Kakriaisen ym. (2006, 143) sekä Nivan ym. (2004, 10) Suomeen keskittyvien tutkimusten mukaan halukkuutta ja mahdollisuuksia luomutuotteiden käyttämiseen rajoittavat ensisijaisesti tuotteiden korkeammat hinnat ja joissakin tapauksissa saatavuus. Muutoksena, jonka seurauksena TNS Gallupin kyselyyn vastannut henkilö todennäköisesti ostaisi enemmän luomuelintarvikkeita, mainitaan ehdottomasti eniten ”ne olisivat edullisempia” (Luomubarometri, 2010).

Elintasaan ja etenkin varallisuuteen liitetään tarkasteluissa usein henkilön koulutustaso. Isoniemi ym. (2006, 29) ovat mielikuvatutkimuksessaan huomioineet myös tämän ja saaneet selville, että perusasteen koulutuksen saaneilla vastaajilla luomuruoan ja kotimaisen ruoan välinen ero mielikuvissa ruoan luonnollisuudesta oli pienempi kuin korkeasti koulutetuilla. He myös pitivät luomuruokaa korkeasti koulutettuja vastaajia useammin ei-luomua luotettavampana. Korkeammin koulutetut puolestaan ajattelivat suhteessa useammin luomun olevan muuta ruokaa kalliimpaa, vähemmän teollista ja hankalammin saatavilla. Kariikoiden tästä voitaisiin vetää johtopäätös, jonka mukaan korkeammin koulutettujen tietoisuus luomuruoasta olisi suurempi ja erot

mielikuvissa johtuisivat tästä. Todellisuudessa tutkimustulosten syitä on kuitenkin tässä valossa hankala lähteä arvailemaan.

Gutham (2003) pohtii artikkelissaan luomuruoan muuntumista vastaliikkeestä niin sanotuksi juppien sapsuskaksi. Markkinointikirjallisuudessa juppi määritellään esimerkiksi sellaiseksi nuorehkoksi henkilöksi, jolla on paljon rahaa ja joka arvostaa laatua ja määrittelee itsensä sen perusteella, mitä hän omistaa. Määrittelyn mukaan jupit ovat kiinnostuneita tyydyttämään henkilökohtaiset tarpeensa hinnasta riippumatta. Materialismilla on keskeinen rooli ja kiinnostuksen kohteina ovat muun muassa viihde, korkeatasoinen elektroniikka ja gourmet-ruokailu. Tähän kuluttajaluokkaan on alettu kiinnittää entistä enemmän huomiota sen kasvaessa 1980-luvulla, jolloin tämän päivän suuret ikäluokat ovat vielä olleet nuoria. (Burnett & Bush, 1986, 27). Juppikulttuurin voidaan sanoa elävän vielä nykypäivänäkin. Lisäksi Burnett ja Bush (1986) uskovat monen juppien kanssa samoihin demografisiin määritelmiin sopimattomankin kuluttajan jäljittelevän kyseistä kuluttajaryhmää omien kulutusvalintojensa kautta. Tällaisten keinojen avulla halutaan usein antaa ulospäin niin sanottu paranneltu kuva omasta elintasosta ja trenditietoisuudesta.

Gutham (2003) jatkaa juppikeskustelua liitäen sen luomuruokaan. Hän tuo esille vastakkainasettelussa pikaruokakulttuurin ja eettisen syömisen eli eräänlaisen vastarintaliikkeen, joka käsittää vegetarismia, luomuruoan, Reilun kaupan tuotteet, ruoan ostamisen suoraan tuottajalta sekä hitaan ruoan liikkeen (englanniksi *slow food movement*), ekologisuus yhdistyy ruoanlaittoon. Gutham (2003) toteaa, että ainakin Yhdysvalloissa luomuruoan menestys tiivistyy pitkälti keskiluokkaistumiseen ja sen väkisin mukanaan tuomiin luokkaeroihin. Hän puhuu jupeista ja etuoikeutetusta syömisestä sekä kritisoi pikaruokaa ja luomuruoan vastakkainasettelua, jossa korostuvat tyyli, vartalotyyppi, sosiaalinen tiedostavuus, elintaso, sekä tuotantotavat. Hänen mukaansa arvostelukykyistä luomuruokailijaa pidetään usein myös älykkäämpänä samalla kun pikaruokaa suosivaa henkilöä puolestaan koetaan hölmönä narrina. Lyhyesti sanottuna, tämä tutkija ei katso hyvän ja pahan ruoan luokittelun olevan niin yksinkertaista kuin mitä yhteiskunnallisissa keskusteluissa on annettu ymmärtää.

Esimerkiksi Suomessa luomuun keskittyneet ruokapiirit tarjoavat jäsenilleen kerralla suuria määriä ruokaa, mikä osaltaan laskee ruoan hintaa ja saattaa näin ollen mahdollistaa myös vähempituloisten talouksien luomun kuluttamisen. Lisäksi piirien kautta on saatavilla esimerkiksi juureksia, joiden hinta on usein edullisempi verrattuna perusmarkettien tarjoamiin valmisruokavaihtoehtoihin. Ruokapiiritoiminta on kuitenkin Suomessa vielä suhteellisen pientä, eikä yksinään toimi ratkaisuna tuloeroista johtuvaan kuluttajien jakautumiseen.

3.2.3 Kaupunkilaisuus vs. maalaisuus

Kakriaisen ym. (2006, 144) mukaan innostus luomutuotteiden kuluttamiseen tuntuu kyselyiden perusteella keskittyvän kaupunkeihin. Tämä saattaa osaltaan selittää luomuruoan mieltämistä trendikkääksi, sillä usein uusien trendien synty katsotaan lähteväksi urbaaneilta alueilta ja leviävän nimenomaan täältä käsin laajemmalti muualle maahan. TNS Gallupin tuottaman luomubarometrin (2010) mukaan pääkaupunkiseudulla ostetaan muuta maata enemmän luomuelintarvikkeita, minkä lisäksi luomusta, Reilu kaupan tuotteista ja lähiruuasta ovat kiinnostuneet pitkälti samat kuluttajat. Luomubarometrin (2010) mukaan vähiten luomua käyttävät alle 30-vuotiaat pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvat aikuiset. Toisaalta Mononen (2008, 110) mainitsee haastattelemiensa luomutuottajien kertoneen, että tuotannon volyymien vähäisyydestä johtuen usein tuotteet on varattu loppuun jo etukäteen. Näin ollen tuotteille oli olemassa melko vakiintuneet markkinat, yleensä lähellä tuottajaa. Tämä fakta puhuu sitä näkemystä vastaan, että luomun kulutus olisi keskittynyt ainoastaan kaupunkeihin.

Useat tutkimukset on kuitenkin tehty pääkaupunkiseudulla tai suurissa kaupungeissa, eivätkä maaseudun kuluttajat siten usein tästäkään syystä näy suomalaisen luomun kuluttamista käsittelevissä tutkimuksissa (Kakriainen 2006, 144). Isoniemi ym. (2006, 29) tuovat tähän poikkeuksen, sillä heidän tutkimuksestaan käy ilmi, että luomuruokaa pidetään asuinpaikasta riippumatta muuta ruokaa luonnollisempana ja enemmän hyvinvointia edistävänä, mutta myös kalliimpana ja huonommin saatavissa olevana. Eroja pääkaupunkiseudulla ja muualla Suomessa asuvien vastaajien kesken ilmeni siinä, että pääkaupunkilaiset ajattelivat muita useammin luomun olevan vähemmän teollista ja ympäristöä kuormittavaa. He myös kokivat luomun tunnistamisen kaupassa muualla Suomessa asuvia hankalammaksi. Samainen tutkimus osoittaa kuitenkin myös, että mielikuvista huolimatta ei talouden tyyppi tai koko, eivätkä koulutustausta tai asuinalue tuntuneet erottelevan luomuruoan käyttäjiä ja niitä, jotka eivät käytä luomuruokaa.

Kakriainen (2002, 76) nostaa tutkimuksessaan tämän vastakkainasettelun esille hieman eri näkökulmasta. Hän katsoo luomun edustavan perinteistä maaseutuidylliä osalle sen kuluttajista, mikä tarkoittaisi sitä, että luomutuotteiden kuluttaminen toimisi symbolina perinteiselle, maaseutuun sidoksissa olevalle kulttuurille, jota kuluttaja haluaa tukea. Tutkijan mukaan maaseutu ei ole menettänyt merkitystään kaupungissa asuville luomun kuluttajille. Kaupungeissa asuvillakin ihmisillä tuntuu olevan tarve niin sanotusti palata luontoon ja luomun kulutuksen voidaan ajatella toimivan yhtenä osana tätä tarpeen tyydytystä. Tästä perspektiivistä

katsottuna luomun kulutus ei olisikaan suosittua kaupunkilaisten keskuudessa ainoastaan sen trendikkyiden vuoksi – ellei sitten paluuta maaseudulle koeta trendikkäänä.

Mononen (2008) on haastatellut tutkimuksessaan suomalaisen luomuverkoston toimijoita ja selvittänyt pioneeriverkoston kuuluvien luomuviljelijöiden syitä aloittaa luomuviljely. *Paluu luontoon*-teemaa tukien haastatteluista kävikin ilmi, että terveellisen ruoan etsintä oli johdattanut muuttamaan maalle, missä ensin oli tuotettu ruokaa vain omalle perheelle. Naapureiden ja tuttavien kyselyt luomutuotteiden perään olivat kuitenkin sittemmin vaikuttaneet siten, että tuotantoa oli laajennettu ja luomutuotteita oli mahdollista myydä myös ulkopuolisille.

Viitaten maallemuuttoideologiaan Mononen (2008, 105) tuo esille, että monet luomua edistämään pyrkivät henkilöt kritisoivat haastatteluissa kaupungistumista, teollistumista ja kuluttamiseen painottunutta, materialistista elämäntapaa. He kertovat muuttaneensa maalle juuri tavoitellakseen yksinkertaisempaa elämäntapaa kaukana kaupunkien turmelevasta elämästä. Kaupungissa multaa oli vain parvekelaatikoissa, eikä niin pienimuotoista viljelyä koettu mielekkääksi. Nykyään kaupungeissa asuvat ihmiset pyrkivät kuitenkin luomaan erilaisia tapoja viljellä ruokaansa itse omassa elinympäristössään ja yhä useammat harjoittavat kaupunkiviljelyä omilla viljelypalstoillaan. Kaupunkiviljelyn suosioista kertoo esimerkiksi se, ettei Helsingissä toimivalla ympäristöjärjestö Dodo ry:llä ole tällä hetkellä tarjota palstoja uusille halukkaille. Ilmiöstä kertoi muun muassa *Metrolehti* 20.4.2012.

3.3 Elämän säilyttäminen vs. maapallon tuhoaminen

Koska kulutus on sosiaalista käyttäytymistä, johon usein liittyy voimakas viiteryhmiä vaikutus, arvoja halutaan yleensä toteuttaa myös kulutuskäyttäytymisessä, ja niiden toteutumista valvotaan ryhmissä sosiaalisen kontrollin avulla. (Moisander, 1991, 29) Joillekin ihmisille luomuruoan ostaminen edustaakin tapaa kertoa omasta halusta tukea kestävästä kehityksestä yleensä ja yhdessä tutkimuksista tarvetta muuttaa omia kulutustottumuksia perusteltiin usein ympäristön ja tulevien sukupolvien hyvinvoinnin varmistamisella (Niva ym. 2004, 15). Passiivisesta kuluttajasta on Massan ym. (2006, 175) mukaan tullut aktiivinen ”kuluttajakansalainen” tai ”ruokakansalainen”. Enää ei koeta riittäväksi, että ruoka on kaunista tai terveellistä, vaan sen olisi oltava myös sosiaalisesti ja eettisesti kaunista, siis oikeudenmukaista. Omasta hyvinvoinnista huolehtiminen ei enää riitä, vaan myös muiden – olivat kyseessä sitten maapallo, eläimet tai ihmiset –

hyvinvointi on otettava huomioon. Nyky-yhteiskunnassamme keskustelu ruoasta ja ruokailusta on siis altistanut ruokailutavat myös moraalille arvioinnille. Henkilökohtaisesta ruoan nauttimisesta ja kuluttamisesta on tullut aktiivisesti poliittista. Toisin kuin ruoan terveellisyyskeskustelussa, enää ei ole kyse pelkästään siitä, että olet mitä syöt, vaan myös siitä, että muut ovat sitä mitä syöt. (Mäkelä, 2000, 214)

Luomukuluttajat ovatkin yleensä tietoisia ostoksiensa useista erilaisista yhteiskunnallisista vaikutuksista. Tällaisiksi luetellaan positiiviset ympäristövaikutuksiset ja eläinten hyvinvointiin liittyvät, valintaa ohjaavat tekijät. Lisäksi he arvostavat usein luonnonläheistä elämäntapaa ja maatalouden harjoittamisen perinteitä. (Kakriainen ym. 2006, 144) Toisaalta esimerkiksi luomutuotteiden ostohaluja kartoittavat mielipidekyselyt eivät välttämättä kerro todellisesta käyttäytymisestä. Nykyisin voisi jopa väittää olevan sosiaalisten odotusten mukaista sanoa ostavansa terveellistä ja luonnonmukaista ravintoa, vaikka todellisuudessa ostaisikin mahdollisimman halpaa tai ihan tavanomaista ruokaa. (Massa ym. 2006, 176) Moraalidiskursseissa tuntuu siis piilevän sama ristiriita kuin luomun ja valmisruokien vastakkainasettelussakin.

Moisander (1991, 38) uskoo täysin epäitsekään kulutuskäyttäytymisen olevan siinä mielessä harvinaista, että hänen mukaansa usein myös niin sanotut ekokuluttajat, joiden kulutuspäätökset ovat sidottuja tiettyihin sosiaalisiin ja ekologisiin tavoitteisiin ja ideologioihin, kokevat muiden hyvinvoinnin vaikuttavan myös omaan hyvinvointiinsa. Hänen mukaansa luomutuotteiden kulutus voi näin ollen tuottaa symbolisia palkintoja ja liittyä tietyn elämäntyylin tai identiteetin ilmaisemiseen sekä sosiaalisten tarpeiden tyydyttämiseen. Kuten aiemmassakin pohdinnassa on noussut esille, henkisen hyvinvoinnin kautta siis myös eettiset kulutusratkaisut voidaan liittää luomuruoan terveellisyyskeskusteluun.

Useissa sekä lähi- että luomuruokaa käsittelevissä tutkimuksissa kuluttajat tuntuvat liittävän näihin hyvin samantyyppisiä mielikuvia. Isoniemen ym. (2006, 36) mielikuvatutkimuksesta selviää, että ero luomu- ja lähiruoan assosiaatioissa liittyy olennaisesti juuri elämän säilyttämiseen. Heidän tutkimuksessaan vastaajat kokivat luomuruoan edistävän lähiruokaa ja muita kotimaisia vaihtoehtoja enemmän sekä omaa ja perheen että eläinten ja tulevien sukupolvien hyvinvointia. Myös Torjusen ym. (2002, 215) mainitsevat, että luomu voidaankin kokea suorana kanavana, jonka kautta voidaan itse toimia ympäristön ja eläinten hyväksi, sillä heidän tutkimuksensa perusteella kuluttajat uskovat luomun kuormittavan luontoa tehotuotantoa vähemmän ja ylläpitävän samalla eläinten parempia oloja.

Jamesin (1993) (ks. Mononen, 2002) tutkimukseen, jossa tämä on perehtynyt brittiläisen luomutuotannon kehitykseen diskurssianalyysin avulla. Myös tämän tutkimuksen mukaan luomuruoantuotannon nähdään tähtäävän kasvien ja karjan väliseen tasapainoon ympäristöystävällisellä tavalla ja ihmisen ja luonnon välinen suhde tulkitaan kumppanuutena, joka perustuu tasa-arvoisuuteen, ei kulttuurin hallintaan luonnosta. Tutkimuksen perusteella luomuviljelijöiden koetaan työskentelevän nimenomaan tulevaisuuden kestävyttä ajatellen. Sosiaalisia arvoja tutkinut Moisander (1991, 78) tulkitsee myös luomukuluttajien korostavan muita kuluttajia enemmän solidaarisuuden ja humanien päämäärien merkitystä. Hänen mukaansa luomukuluttajat arvostavat suhteellisesti enemmän avuliaisuutta ja toisten hyvinvoinnin edistämistä sekä ihmisten välistä tasa-arvoa. Esille nostetaan muita kuluttajia suhteellisesti useammin myös maailmanrauha sekä luonnon ja taiteen kauneus.

Seuraavaksi tulen jatkamaan kyseistä teemaa tarkastelemalla tähän liittyviä eri osa-alueita. Harperin ja Makatounin (2002) mukaan luomun kulutuksen taustalla voidaan erottaa kolme kulutusta motivoivaa arvotyyppiä, jotka keskittyvät ihmisiin, eläimiin ja ympäristöön. Myös oman tutkimukseni keskustelussa tulevat nousemaan esille seuraavat vastakkainasettelut: lapsien tulevaisuuden turvaaminen vs. lapsien tulevaisuuden heikentäminen, ympäristöystävällisyys vs. maapallon tuhoaminen sekä eläinten hyvinvointi vs. eläinten huono kohtelu. Näistä ensimmäisenä käsittelen keskustelua lapsien tulevaisuuden turvaamisesta.

3.3.1 Lapsien tulevaisuuden turvaaminen vs. lapsien tulevaisuuden heikentäminen

Syy siihen miksi monet uskovat luomun kiinnostavan pienten lasten vanhempia tuntuu olevan huoli lasten tulevaisuudesta ja pyrkimys vaikuttaa tähän positiivisesti kaikin mahdollisin keinoin, luomuruoka mukaan luettuna. Peterson and Li (2011) ovat tutkineet vauvan ruoan kulutusta Yhdysvalloissa ja huomanneet luomun osuuden olevan tässä kategoriassa melko merkittävä. He kertovat luomun osuuden vauvanruokamarkkinoista olleen 15,6 prosenttia vuonna 2009 kun luomun osuus koko ruokasektorilla ylsi vain 3,7 prosenttiin. Tutkijoiden toteuttaman kyselyn mukaan vauvanruoan kuluttajat kokevat luonnollisesti valmistetussa vauvanruoassa olevan tiettyjä hyötyjä muuhun vauvanruokaan verrattuna ja ovatkin valmiita maksamaan siitä enemmän. Tärkeimpinä päätökseen vaikuttavina tekijöinä pidettiin luomuruoan puhtautta.

Lehtonen (2004) on pro-gradu tutkielmassaan perehtynyt päiväkotit Huvikummun luomulähirookakokeiluun ja havainnut muun muassa, että haastatellut vanhemmat suhtautuivat myönteisesti luomu- ja lähiruoan käyttöön päiväkodissa ja luomulähirooka maistui myös lapsille hyvin. Sen ajateltiin vaikuttavan myönteisesti

sairastavuuteen, kuten esimerkiksi vastustuskyvyn parantumiseen. Lisäksi luomulähiruoan käytön ja siihen liittyvien keskustelujen nähtiin vaikuttavan myös lasten arvomaailmaan, asenteisiin ja valintoihin. Lehtosen mukaan monet vanhemmista kertoivat luomulähiruoan vaikuttavan ainakin osaksi päiväkodin valintaan. Lisäksi päiväkodin vaikutuksesta tietotaso luomu- ja lähiruoasta oli kertoman mukaan monissa perheissä lisääntynyt ja vanhemmat ovat jopa saaneet lasten innostamina reseptejä kotiin kokeiltaviksi. Yleisesti vanhemmat tuntuivat Lehtosen mukaan pitävän arvossa ruoan kunnioittamista, perheen yhteisiä aterioita, toisen lämpimän ruoan tarjoamista päivässä sekä usein myös alusta asti itse valmistettua ruokaa.

Myös Nivan ym. (2004, 17) toteuttamassa tutkimuksessa haastatellut kuluttajat nostivat lasten tulevaisuuden keskusteluissaan esille esittäessään toiveita koulujen ja muiden julkisten ruokaloiden siirtymisestä luomuruoan tarjoamiseen. Taustalla tuntui vaikuttavan olettaus siitä, että kouluissa luomuun tottuneet lapset osaisivat näin vaatia luomuruokaa myös kotona, minkä lisäksi tietoisuuden luomuruoasta uskottiin tällä keinoin kasvavan. Yllämainittuun Huvikumpu-projektiin pohjautuen on myöhemmin koottu myös Lasten luomukirja, jonka ensimmäiset sanat kertovat aiheesta jo melko paljon: *”Lapsia kannattaa hoitaa ajoissa ja kunnolla, se pitää tehdä ilolla ja hyvällä tunnolla”*. Kirja on myös käännetty saksaksi ja englanniksi, mikä mielestäni kertoo osaltaan Huvikumpu-projektin merkittävydestä ja kiinnostavuudesta laajemminkin.

Osana tällaista luomumyönteistä kehitystä Helsingin kaupunginhallitus hyväksyi vuoden 2010 kesäkuussa uuden, koko kaupunkia koskevan ruokakulttuurin ohjelman. Osana sitä on lisätä luomu- ja lähiruoan käyttöä kaupungin omissa ruokapalveluissa. Ensin ohjelma koskisi päiväkotiruokailua ja asteittain myös koulu- ja opiskelijaruokailua. Tavoitteena on nostaa lastenruokailun luomuraaka-aineiden osuus 50 prosenttiin helsinkiläisissä päiväkodeissa vuoteen 2015 mennessä. Myös ruokaan liittyviin kasvatuksellisiin käytäntöihin sanotaan tulevan muutoksia lasten tietoisuuden lisäämiseksi. Opetusviraston vuoden 2012 tammikuussa julkaisemassa sähköisessä tiedotteessa käytännön esimerkkeinä uudelta toiminnasta mainitaan lasten osallistuminen ruoan valmistamiseen sekä erilaiset ruoka-asioihin liittyvät tarinat ja tietoisjut. Tavoitteina mainitaan ruoan arvostuksen lisääminen ja terveellisten ruokailutottumusten omaksuminen. Osana näihin tähtäävää toimintaa lasten kanssa tehdään myös esimerkiksi vierailuja halleihin ja toreille.

Vaikka luomua ja kotiruokaa yleensä arvostetaankin paljon, ei kaikilla vanhemmilla kuitenkaan tunnu olevan aikaa alusta asti itse valmistettujen ruokien valmistamiseen. Ehkä juuri kiireiset vanhemmat, joiden perheiden lapset saapuvat harrastuksista eri aikoihin ja näin ollen myös ruokailevat eri aikoina, toivoisivat enemmän juuri luomun jatkojalostusta ja nopeasti valmistettavia aterioita. Vanhemmat kokevat myös olevansa *vastuussa*

lasten terveellisestä ruokinnasta, sillä eihän sitä kukaan muukaan heidän puolestaan tee. Ehkä juuri vastuuntunto on osasy siihen miksi juuri lasten ruokailuun panostetaan omaakin enemmän. Riippuuhan paljolti meistä aikuisista, miten lapsemme omaksuvat terveelliset ruokailutottumukset ja elämäntavat.

3.3.2 Ympäristöystävällisyys vs. ympäristön tuhoaminen

Luomumarkkinoiden kehitykseen on vaikuttanut myös yhteiskunnan yleinen vihertyminen. Vihertymisellä tarkoitetaan ympäristönäkökulman aiempaa parempaa huomioon ottamista jokapäiväisessä toiminnassa. (Kakriainen ym. 2006, 131; Massa ym. 2006, 166) Kuten jo aiemmin mainitsin, myös ympäristöystävällisyys linkittyy osaltaan trendikyyden käsitteeseen. Tietoisuuden lisääntymisen ja median kannanottojen myötä pidetään nykyään usein edelläkävijänä ja fiksuna ihmisenä sellaista henkilöä, joka kiinnittää huomiota ympäristöasioihin. Ja ovathan ekologisuuden puolesta puhuneet yhä enenevässä määrin nykyään myös eri alojen julkisuuden henkilöt, jotka ovat saaneet myös tavallisia kansalaisia yhä enenevässä määrin innostumaan ympäristökysymyksistä. Oli luonnonsuojelu sitten trendikästä tai ei, Kakriaisen ym. (2006, 133) mukaan on kiistatonta, että maatalous kuormittaa ympäristöä, etenkin vesistöjä ja pohjavesiä. Tämän tiedostaminen onkin saanut useat kuluttajat ryhtymään keinotekoisia lannoitteita ja torjunta-aineita välttävän luomuviljelyn puolestapuhujiksi.

Massa ym. (2006, 166) lisäävät, etteivät kaikki kasvissyöjätäkään valitse omaa ruokavaliotaan eettisten syiden vuoksi, kuten usein kuvitellaan. Osa kasvisruokavaliota noudattavista kuluttajista onkin perustellut valintaansa vedoten siitä aiheutuviin energiasäästöihin. Isoniemen ym. (2006, 29) toteuttaman tutkimuksen mukaan muuta kuin sekaruokavaliota noudattavat kuluttajat pitävät muita kuluttajia useammin luomuruokaa luotettavampana, luonnollisempana, laadukkaampana, enemmän terveellisyttä edistävänä ja vähemmän ympäristöä kuormittavana kuin muu kotimainen ruoka. Kyseisten tutkijoiden tulkinnan mukaan potentiaalisimmat luomuruoan kuluttajat olisivat muuta kuin sekaruokavaliota noudattavia eri-ikäisiä naisia. Myös Harper ja Makatouni (2002, 297) tulkitsevat luomukuluttajien olevan muita kuluttajia useammin kasvissyöjiä.

Kasvissyöntiä tarjotaan usein ratkaisuksi maailman nälkäongelmiin. Tämä perustuu arvioon, jonka mukaan eläimille syötettävän valkuaisen ja energian määrä on noin kymmenenkertainen tuotetun lihan valkuais- ja energiamäärään verrattuna. Syöttämällä karjalle kymmenen kiloa viljaa saadaan tuotetuksi keskimäärin yksi kilo lihaa. Jos lihakarjan ruokkimiseen käytetyllä peltomäärällä kasvatettaisiin viljaa suoraan kulutukseen, siitä

riittäisi ruokaa periaatteessa kaikille maailman ihmisille. Lisäksi karjatalous tuottaa paljon lantaa ja kasvihuoneilmiötä nopeuttavaa metaanikaasua. Tämän vuoksi siirtymistä kasvipohjaiseen ruokavalioon pidetään ekologisista syistä perusteltuina. (Massa ym. 2006, 167) Kyseisessä keskustelussa yhdistyvät näin ollen sekä eläinten että ihmisten hyvinvointi ja ympäristöstä huolehtiminen.

Ekologisuus on linkittynyt vahvasti tulevaisuudesta välittämiseen ja ympäristöystävällisillä ratkaisulla pyritäänkin takaamaan maapallolle ja sen ihmisille kestävä kehitys myös jatkossa. Yhtenä uusimmista koko kansan tietoisuuteen levinneistä ekosuuntauksista voitaisiin pitää luomuruoan suosimista. Jos kuluttaja kokee ostamansa luomutuotteen yksinomaan ympäristöystävälliseksi vaihtoehdoksi, niin sanotusti ekotuotteeksi, luomun kulutuksella pyritään kollektiivisesti järkevään käyttäytymiseen, johon puolestaan liitetään ympäristönsuojelua edesauttavien yhteiskunnallisten päämäärien tavoittelu. Tällöin luomutuote edustaa kuluttajalle tämän omaksumaa ympäristöideologiaa ja se toimii välinearvona korkeampien ympäristöarvojen tavoittelussa. (Moisander, 1991, 37) Vos (2000) huomauttaakin, että kuluttajan ostaessa turvallisesti tuotetun ja ravitsevan luomutuotteen, tämä ostaa usein myös mielikuvan hyvästä elämästä ja yhteiskunnasta, jolla on ”oikeanlainen” luontosuhde.

Moisanderin ja Uusitalon (2001) mukaan luomuun keskittyvällä kulutuksella saavutettava ympäristöetu on kuitenkin riippuvainen kulutuksen kokonaisuudesta. Heidän mukaansa kuluttajan on arvioitava, onko hänen kulutus päätöksillään merkitystä eli kannattaako hänen käyttää esimerkiksi enemmän rahaa ja aikaa kalliimpien ympäristöystävällisten tuotteiden vuoksi kun hän ei voi olla varma toimiiko riittävän moni muu samalla tavalla. Todellisuudessa moni luomutuotantoa ja luomutuotteita gallupeissa suosiva kuluttaja valitsee kuitenkin edelleen käytännön ostotilanteessa tavanomaista ruokaa luomun sijaan.

Lisäksi luomutuotteiden ekologisuus on tietysti määrin myös kiistanalainen aihe. Esimerkiksi Nivan ym. (2004) toteuttamassa tutkimuksessa osa haastateltavista kritisoi luomukasvisten ja -hedelmien liiallista pakkaamista marketeissa. Nämä kuluttajat vaativatkin luomutuotannolta kokonaisvaltaista katsontakantaa ympäristöongelmien vähentämiseksi ja kestäväen kehityksen nimissä pitivät myös eksoottisten hedelmien maahantuontia ristiriitaisena. Luomuruoan ympäristöystävällisyyskeskusteluun linkittyykin yhtenä tekijänä myös kotimaisuus juuri kuljetusmatkojen ja ilmansaasteiden tuottamien ongelmien kautta.

3.3.3 Eläinten hyvinvointi vs. eläinten huono kohtelu

Kakriaisen ym. (2006, 143) mukaan terveellisyyden ja myönteisten ympäristövaikutusten lisäksi yksi tyypillisimmistä kuluttajien mainitsemista luomutuotteiden ostoperusteista on eläinten hyvinvointi. Luomulihan ostoa perustellaankin usein eläinten parempiin eläinoloihin viittaamalla, mutta haastatteluissa luomueläinten hyvinvointi mainitaan usein hyvin yleisellä tasolla erittelemättä eri eläinlajeja tai käytäntöjä valvovia mittareita (Niva ym. 2004, 10). Osa kuluttajista on kuitenkin edelleen skeptisiä myös luomueläinten hyvinvointia kohtaan. Yhteenvetona voitaisiin todeta, että monen mielestä eläinten olot eivät luomutiloillakaan ole ”luonnonmukaiset”, mutta askel kohti parempaa.

Eläinten hyvinvoinnin huomioiminen näkyy mielestäni muun muassa kuluttajien pyrkimyksenä tuoda kuluttajien saataville onnellisten kanojen munia sekä kuluttajien kääntymisenä kasvisyöjiksi. Osalle kuluttajista mikä tahansa lihatuotanto on aatteiden vastaista ja he ovatkin päätyneet noudattamaan kasvisruokavaliota. Haastattelujen perusteella näyttää siltä, että osa kuluttajista liittyy luomukasvisten kulutukseen samoja arvoja kuin omaan kasvisruokavalioonsa yleisemmällä tasolla. Aatteellisuus on tässä tärkeässä asemassa.

On kuitenkin syytä huomioida, että kaikille kasvisyöjille lihasta kieltäytyminen ei kuitenkaan ole eettinen valinta tai ympäristöteko, sillä osalle kuluttajista oman terveyden ylläpito vaikuttaa myös tämän valinnan taustalla. He uskovat, että kasvisruokavalio auttaa pysymään esimerkiksi pirteämpänä, hoikempana ja energisempänä. Kasvisyönnin tultua muotiin käsite on venynyt kattamaan joidenkin itseään kasvisyöjiksi tituleeraavien ruokavaliossa myös esimerkiksi kalaa ja kanaa. (Mononen & Silvasti 2006, 10) Myös Harper ja Makatouni (2002, 296) nostavat esille sekä eläinten hyvinvoinnin että terveystekijät eritellessään syitä kasvisruokavalioon valitsemiselle.

Harper ja Makatouni (2002, 287), jotka tutkivat kuluttajien asenteita luomuruokaa kohtaan Iso-Britanniassa, luettelevat eettisten syiden, ja erityisesti eläinten olojen, olevan yksi merkittävistä ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä. He kuitenkin lisäävät, että eläinten hyvinvoinnin katsotaan kuitenkin itse asiassa mittaavaan muita tärkeämpänä pidettyjä tekijöitä, kuten ruoan turvallisuutta ja vaikutusta terveyteen. Tämä tarkoittaisi tutkijoiden mukaan, että ostopäätöksen taustalla piilevät eettiset syyt olisivatkin lähinnä viitteitä ruoan laadusta, joka puolestaan linkittyy olettamuksiin ruoan korkeammasta turvallisuudesta ja terveellisyydestä.

Luomueläintuotannon toimintatapojen uskotaan siis usein näkyvän myös lihan ja muiden tuotteiden parempana laatuna verrattaessa tehokasvatuksen vaihtoehtoihin. Luomulihasta puuttuvat eläinlääkkeiden ja antibioottien mahdolliset jäämät, sillä niiden sijaan karjaa hoidetaan eläinten vastustuskykyä vahvistamalla. Siirtyminen luomulihaan kiinnostaa sellaisia kuluttajia, jotka eivät voi hyväksyä tehotuotannon menetelmiä, mutta eivät toisaalta halua luopua lihasta. (Massa ym. 2006, 169) Nivan ym. (2004) tutkimuksessa kuluttajat mainitsivatkin luomulihaan valinnan ”pehmentävän” sitä tosiasiaa, että ihmiset tappavat eläimiä, mikä mielestäni voidaan tulkita pyrkimyksenä lieventää kolkuttavaa omatuntoa.

3.4 Ihminen vs. yrity maailma

Huolimatta siitä, että suurin osa luomuruoan kuluttajista valitsee luomun sen terveysvaikutteiden vuoksi, tutkimuksissa voidaan havaita myös kuluttajälähtöistä kritiikkiä suuryritysten vallasta johtuvaa ruoan säännöstelyä ja lisensointia kohtaan (Harper & Makatouni 2002, 296). Yrity maailman valtaa kritisoivissa luomukeskusteluissa tulee usein esille myös yksilön roolin painottuminen. Mielenkiintoista tässä on mielestäni kuluttajien tapa käsittää yksilönä itsensä lisäksi myös pienyritykset, joihin suurin osa luomun tuottajista vielä ainakin toistaiseksi kuuluu. Ruoan tehotuotannon ja prosessoinnin nähdään olevan kaukana tästä ja edustavan toista ääripäätä, epäluotettavaa pahaa.

Tässäkin vastakkainasettelussa yhteiskunnassamme tapahtuvalla keskustelulla on suuri rooli toimijoita asemoitaessa. Haluankin tästä syystä esittää esimerkin tällaisesta elintarviketeollisuuden epäluotettavuutta rakentavasta keskustelusta, joka on samalla lainaus laajalti kuulijakuntaa Suomessa keränneiden Milonoffin ja Rantalan (2010, 53) ruoka-aiheisesta teoksesta: *”Mitä enemmän asiaan perehtyy, sitä surullisemmalta teollisuus näyttää. Lihateollisuus yrittää silti kynsin hampain pitää yllä romanttista kuvaa, jossa Mansikki hengaillee laiskana valtavalla laitumella ja kana sääntäilevät vapaina pihalla. Vaikka asioiden todellinen laita periaatteessa tiedettäisiinkin, sitä ei haluta kelata – tai sitten ajatellaan tehotuotannon olevan jotenkin välttämätöntä ihmisen selviytymisen kannalta. Ei se ole. Tehotuotanto on välttämätöntä ainoastaan safkateollisuuden voittojen maksimointien kannalta.”*

Luomun puolestapuhujat painottavatkin usein, että *normaalina* pitämämme elintarviketeollisuus on todellisuudessa kaukana normaalista, eikä meidän kuluttajien tulisi tästä syystä tyytyä vallitsevaan tilanteeseen uskoen tällaisen toiminnan olevan jollakin tasolla välttämätöntä. Mäkelä (2000, 210) huomauttaa, että

ruokateollisuuden vaikutus ruokatottumuksiin on merkittävä, sillä ihmiset itse ovat erääntyneet ruoan tuotannosta ja kokevat olevansa riippuvaisia olemassa olevasta elintarviketeollisuuden ja kaupan tarjonnasta. Yhä useampi kuluttaja on kuitenkin havahtumassa olemassa oleviin vaihtoehtoihin ja kokee myös halua vaikuttaa itse tulevaisuuden tarjontaan oman toimintansa ja tekemiensä valintojen kautta.

Tovey (1997) on tutkinut luomuliikkeessä mukana olevien vaikuttajien keskusteluja Irlannissa ja havainnut yhdeksi esille nousevaksi teemaksi politiikan henkilökohtaisuuden. Tällä tarkoitetaan, että poliittisessa toiminnassa vaikuttaminen ja aatteiden ajaminen voidaan käsittää työskentelynä itsensä puolustamiseksi. Hyödyllisenä nähdään myös tapa demonstroida oman elämän kautta, miten yhteiskuntaa tulisi muokata ja uudelleen rakentaa. Yhteistä haastateltaville oli myös mieltymys vapautua valtion ja markkinavoimien kahleista, minkä lisäksi joustavuutta ja paikallisuutta arvostettiin yli muodollisuuden ja hierarkian. Luomuruoan viljelyä kuvattiin esimerkiksi *mahdollisuutena elää kapitalismin ulottumattomissa*. Torjusenin ym. (2001, 215) mukaan luomuruoan kulutuksen ja paikallisen tuottajan tukemisen koetaankin toimivan myös strategiana vastustaa nykyisen globaalin elintarviketuotannon läpinäkymättömyyttä ja etääntymistä ruoan alkuperästä.

Yritysmailmaa ja sen valtaa kritisoitaessa myös poliitikoilta vaaditaan yhä enemmän tekoja sanojen sijaan. Nivan ym. (2004, 17) toteuttamassa tutkimuksessa haastateltavat pitivät EU-politiikan kehittämistä ja maatalouteen kohdistuvan tukipolitiikan päätöksiä erittäin tärkeinä luomun kehittymisen kannalta. Vastaajien mukaan Euroopan unionin tulisi tukea pieniä perhetiloja, minkä lisäksi osa oli sitä mieltä, ettei suuria teollisia tiloja tulisi tukea lainkaan. Lisäksi verohelpotuksia ehdotettiin sekä luomun tuottajille että sen kuluttajille. Tämä osoittaa, miten ensin muuttuvat yleensä kuluttajien arvomaailma ja odotukset, minkä jälkeen vasta perässä laahaavat poliittiset muutokset.

Luomun erottaminen suuryrityksestä ja maailmantaloudesta ei ole kuitenkaan ristiriidatonta. Esimerkkinä mainittakoon, että maailmalla luomumaidon rooli kasvoi merkittävästi, koska suuret sijoittajat Wall Street mukaan lukien, satsasivat siihen. (Mononen, 2002) Ainakin toistaiseksi muut luomun osa-alueet ovat kuitenkin vielä pienimuotoisempia ja vähemmän monopolisoituja. Buckin ym. (1997) mukaan (ks. Mononen, 2002) luomu on kuitenkin tavanomaistumassa. Tällä tarkoitetaan käytännössä sitä, että pienet luomutilat marginalisoituvat, koska uudemmat ja suuremmat luomutilat toimivat tavanomaisen maatalouden tavoin, etenkin puhuttaessa markkinoinnista ja jakelusta. Suomessa kehitys ei mielestäni vielä osoita vastaavia merkkejä Suomen luomuun siirtymisen ollessa vielä melko alussa suhteessa moniin muihin maihin. On kuitenkin huomionarvoista mainita,

että juuri jakelukanavissa on täälläkin tapahtunut tavanomaistumista suurten keskusliikkeiden lisätessä jatkuvasti luomutuotteiden tarjontaansa.

Yleisesti ihmisen ja yritysmaailman vastakkainasettelu liittävät mielestäni samaan keskusteluun epäluottamuksen sekä lobbaukseen ja ruoan hintaan että lisäaineisiin ja ruoan prosessointiin liittyen. Toisinaan yritysten harjoittama liiketoiminnan katsotaan olevan epäeettistä jopa siinä määrin, että yksilöä puolustamaan on jouduttu perustamaan tähän keskittynyt Kuluttajavirasto ja kuluttajansuojalaki. Seuraavaksi kerron tarkemmin tästä vastakkainasettelusta esittelemällä sen alle linkittyvät teemat: pientuottajien tukeminen vs. elintarvikejättien suosiminen ja valinnan vapaus vs. ketjuuntunut kaupan ala.

3.4.1 Pientuottajien tukeminen vs. elintarvikejättien suosiminen

Kuten aiemmin käsitteitä määrittäessäni toin esiin, monet kuluttajat yhdistävät luomuruoan myös lähiruokaan ja näin ollen luomuruoan kulutus voidaan linkittää mielestäni myös kotimaisuuden tukemiseen. Tämän taustalla puolestaan voivat vaikuttaa mielikuvat kotimaisen ruoan puhtaudesta (vrt. esim. ilmansaasteet) ja tuontiruoan ekologisista kuljetuskustannuksista, mutta myös halu tukea kotimaista yrittäjyyttä. Isoniemen ym. (2006, 26) toteuttamasta mielikuvatutkimuksessa kotimaista luomuruokaa ja lähiruokaa pidettiin vähemmän teollisena ja luonnollisena, mutta myös enemmän oman kotiseudun yrittäjiä tukevana kuin muuta kotimaista ruokaa.

Tutkimusten mukaan maatalouden perinteiden ja suomalaisen maatalouden tukeminen ei näy vain mielikuvissa vaan myös motivoi luomutuotteen valintaan. Luomu nähdäänkin usein pienimuotoisena maataloutena, joka on suuntautunut pääasiassa paikallisille markkinoille. (Kakriainen 2006, 144) Torjusen ym. (2001) ovat havainneet tutkimuksessaan ainakin osan kuluttajista kokevan paikallisen liiketoiminnan ja tuotannon tukemisen tärkeäksi valitessa, mistä ruoka ostetaan. Massan ym. (2006, 175) mukaan osa kuluttajista on valmis maksamaan enemmän esimerkiksi kotimaisista tomaateista ja kurkuista, koska niitä pidetään paremman makuisina ja niitä ostamalla on mahdollista tukea kotimaista ruoantuotantoa. Toisin sanoen luomutuotteista ollaan heidän mukaansa valmiita maksamaan ”luomulisää”, kunhan hinnan lisäys säilyy kohtuullisena. Tosin erikoiselintarvikkeet ovat Suomen luomumarkkinoilla yleensä edelleen ulkomaalaisia. Tämä toisaalta on ymmärrettävää jo tiettyjen tuotteiden, kuten esimerkiksi kookosten, kasvuvaatimustenkin puolesta.

Tutkimuksissa haastatelluista kuluttajista osa esittää luomua myös kotimaisten tuottajien mahdollisuutena vastata ulkomailta kohdistuvaan kiihtyvään kilpailuun ja Euroopan markkinoiden laajan skaalan teolliseen tuotantoon (Niva ym. 2004, 18) Luomun kehityksen esteiksi on kuitenkin määritelty markkinointiin ja jakeluun liittyvät ongelmat, maatalous- ja maaseutupolitiikan luomuvastaisuus, kuluttajien kysynnän alueellinen vaihtelu ja epävarmuus, joidenkin luomutuottajien vähäinen markkinaorientoituneisuus sekä tarjonnan epätasaisuus (Mononen, 2002).

Nilssonin (2008, 170) mukaan onkin melko todennäköistä, että nykyinen elintarviketeollisuus tulee jatkumaan samanlaisena kohtaamastaan kritiikistä huolimatta. Yksi syy tähän hänen mielestään on, että tuotantotapojen ja logististen järjestelmien uusiminen on hankalaa ja kallista. Lisäksi terveellisten jalostamattomien tuotteiden – kuten kasviksien, hedelmien ja yksinkertaisten meijerituotteiden – voittomarginaalit ovat melko pienet. Näin ollen suuryritykset keskittyvät edelleen teollisesti käsiteltyihin elintarvikkeisiin, joista voi ottaa korkeamman hinnan kuin alkuperäisistä raaka-aineista. Näitä kutsutaankin lisäarvoisiksi tuotteiksi. Nilssonin järkeilystä huolimatta usko luomun kehitykseen kasvaa kuitenkin eri toimijoiden keskuudessa jatkuvasti. Varmaksi tiedetäänkin ainoastaan, että vain tulevaisuus näyttää, onko Daavid vihdoinkin voittava Goljatin.

3.4.2 Valinnan vapaus vs. ketjuuntunut kaupan ala

Kakriaisen ym. (2006, 153) mukaan luomuaatteessa ei enää korosteta kuluttajan ja tuottajan suhteen tärkeyttä samalla tavalla kuin ennen, eikä suoran kontaktin syntymistä pidetä enää tärkeänä. Monet kuluttajat tuntuvat kuitenkin olevan tästä eri mieltä, mistä kertoo mielestäni esimerkiksi tätä suhdetta ylläpitävien paikallisten ruokapiirien suosio. Hyvin yleinen mielipide sekä tuottajien että kuluttajien keskuudessa tuntuu olevan, että ketjuuntuneissa perusmarketeissa asioitaessa korkeat katteet putoavat nykyjärjestelmässä euroina nimenomaan kauppiaan kukkaroon. Nimenomaan suurten kauppojen hinnoittelu koetaankin usein epäluotettavaksi. Tästä syystä ja varmistaakseen tulon päätyminen pientuottajalle asti, yhä useampi kuluttaja on päättänyt hankkimaan ainakin osan ravinnostaan muita kanavia hyödyntäen. Mäkelän (2000, 215) mukaan lisääntyvä suoramyynänti tuottajalta kuluttajalle antaa lisäksi tuotteelle ja tuottajalle nimen sekä kasvot, ja siten se rakentaa uudelleen ruokaskandaalien murentamaa luottamusta.

On toki totta, että myös päivittäistavarakaupat ovat lisänneet jatkuvasti luomuvaihtoehtoja ja isoimmissa marketeissa luomuvaihtoehtoja on monen kuluttajan mielestä jo hyvin tarjolla. Esimerkiksi vuonna 2010 luomutuotteiden kulutuksen arvosta 82 prosenttia kertyi marketeissa tehdyistä ostoista, kertoo Nielsenin

kuluttajatutkimus. Näin ollen 18 prosenttia luomutuotteista ostettiin kyseisenä vuonna päivittäistavaraketjujen ulkopuolelta. Samaisen tutkimuksen mukaan luomuruoosta 13 prosenttia ostettiin erikoiskaupoista, toreilta tai suoraan tuottajalta kun vastaava luku elintarvikkeiden kokonaisuudesta oli vain 2 prosenttia. Tämä kertoo mielestäni hyvin siitä, miten vahvasti luomun kulutus on linkittynyt suosimaan vaihtoehtoisia ruoan jakelukanavia muuhun elintarvikekulutukseen verrattuna. Moisander & Valtonen (2006) muistuttavat, että kuluttajat eivät ole passiivisia kapitalismin uhreja vaan edustavat aktiivisia markkinapaikan toimijoita, jotka itse muokkaavat kuluttamiensa tuotteiden merkityksiä.

Vaikka osa kuluttajista toivoisikin lisää luomuvalikoimaa juuri lähikauppoihin, ei sekään ole ongelmatonta. Jokisen & Puupposen (2006, 122) selvityksen mukaan tuottajat kokevat lähiruoan saamisen kauppojen valikoimiin vaivalloiseksi ja pitkäksi prosessiksi. Osa suuriin kauppoihin elintarvikkeita toimittavista luomutuottajista kertoo, että kun sopimukseen on kauppojen kanssa lopulta päästy ja tuotteille on ilmennyt kysyntää, on järjestely osoittautunut puolin ja toisin varsin toimivaksi, vaikka usein kauppojen kanssa syntyy myös erimielisyyksiä esimerkiksi tuotteiden hinnoista. Myös luomun tuottajat kokevat kauppiaiden nostavan ulosmyyntihinnat korkeiksi ja pelkäävät tämän heikentävän tuotteiden kysyntää. Suomessa päivittäistavarakauppaa on kritisoitu nimenomaan ketjuuntumisesta. Monet kuluttajat ovat ilmoittaneet mieluummin leikkaavansa kahtia kanta-asiakaskorttinsa ja asioivansa S-ketjun ja Keskon ulottumattomissa. Kyseisiä kaupan alan jättejä on kritisoitu muun muassa kanta-asiakasohjelmista aiheutuvien kustannusten siirtämistä suoraan kuluttajahintoihin.

Vaihtoehtoja supermarketeille ovat pienten putiikkien lisäksi muun muassa torit, maalaismarkkinat sekä ruoan ostaminen suoraan viljelijöiltä ja karjakasvattajilta. Tosin Nilssonin (2008, 163–164) mukaan suomalaisessa tori- ja markkinakulttuurissakin on jo nähtävissä keplottelun merkkejä. Yhä useammin viljelijän peruna- ja vihanneskojun vieressä seisoo nimittäin myyjä, joka on hakenut tuotteensa tukusta. Marsden (2006, 64) huomauttaakin, että luomuliikkeen kehitys, kaupunkilaisten ruokapiirien synty tai tuottajien ja kuluttajien väliset uudet liittoutumat, eivät muodostu tasapainoisista ja säännöllisistä suhteista, vaan ovat sen sijaan usein sisäisesti epäyhtenäisiä, ja niiden sisällä on kilpailevia intressejä ja jännitteitä.

Mainitut uudet ilmiöt ovat kuitenkin alun perin saaneet alkunsa halusta murtaa entisten ja vallitsevien elintarvikeverkostojen ja muiden verkostojen valtasuhteita (Marsden 2006, 64). Suomesta löytyy esimerkiksi internet-palvelu www.ruokapiiri.fi, jonka avulla kuka tahansa voi perustaa oman ruokapiirin ja kyseisellä sivustolla toimivan tilausten käsittelyjärjestelmän saa käyttöönsä maksutta. Haastateltavia rekrytoidessani

pyrin etsimään myös ihmisiä, joilla on kokemusta ruokapiirien toiminnasta. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että ruokapiirien olemassaolosta, sijainnista tai jäsenistä ei pidetä kovinkaan suurta meteliä. Tämä saattaa johtua esimerkiksi halusta säilyttää ruokapiirien koko helpommin hallittavissa, minkä lisäksi jo tutuksi tulleiden jäsenten kanssa toimiminen saatetaan kokea turvallisemmaksi ja luotettavammaksi kuin uusien mukaan ottaminen. Näyttää myös siltä, että suomalaiset kuluttajat ovat ehkä vielä hieman arkoja perustamaan itse uusia ruokapiirejä tai ruokaosuuskuntaa, vaikka monella tuntuisikin olevan kiinnostusta lähteä mukaan jo olemassa olevan piirin toimintaan.

Kuten aiemmin luomun luotettavuudesta puhuttaessa tuli ilmi, kuluttajat luottavat suoramyyntitilanteessa henkilöön ja tämän myyntipaikalla antamiin neuvoihin. Nämä diskurssit siis linkittyvät toisiinsa suoran kontaktin luodessa takuun luotettavuudesta. Nivan ym. (2004) tutkimuksessa kävi ilmi, että kuluttajien keskustellessa suomalaisen ja erityisesti lähellä tuotetun ruoan luotettavuudesta he usein painottivat mahdollisuutta vierailta itse maatilalla ja nähdä omin silmin miten asiat käytännössä siellä ovat. Luottamuksen luominen maanviljelijän kanssa ei kuitenkaan tunnu edellyttävän varsinaista käyntiä hänen tilallaan, vaan monelle riittää tieto siitä, että tämä on mahdollista ja joku toinen kuluttaja on saattanut siellä jo vieraillakin.

Toisinaan voi olla vaikea erottaa onko kuluttajalähtöinen aktivismin tarkoituksena kritisoida suuryritysten liiallista valtaa, keinottelua ja epärehellistä peliä lähtöisin vai onko se lähtöisin halusta vastustaa kulutusta yleensä. Usein nämä aatteet tuntuvat kulkevan myös käsi kädessä. Beus & Dunlap (1990) (ks. Kakriainen ym. 2006, 131–132) ovat omassa keskustelussaan nostaneet luomun osaksi myös materialistisen elämäntavan kritiikkiä. Heidän mukaansa luomuaate perustuu nimenomaan kulutuksen hallitsemiselle ja ei-materiaalisille valinnoille. Tämän ajattelutavan mukaan ihmiset nähdään osana luontoa, minkä lisäksi luonnolla nähdään olevan oma itseisarvonsa. Turhan kulutuksen sijasta tärkeänä pidetään perinteiden ja kulttuurin vaalimista. Tutkimus on kuitenkin toteutettu jo yli kaksikymmentä vuotta sitten ja kuten mainitsin trendikkydestä puhuessani, luomuruoan kuluttajakunta on sittemmin kokenut suuria muutoksia ja laajentunut myös eri suuntiin. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että edellä mainittuja aatteita kannattava kuluttajaryhmä olisi kadonnut tai edes pienentynyt.

Valinnan vapaus ei siis tässä keskustelussa käsitä ainoastaan vapautta päättää itse käyttämistään jakelukanavista, vaan myös laajemman vapauden määrätä kulutuksen roolista omassa elämässä. Luomuruoan kulutuksen koetaan usein tukevan tätä vapautta. Mononen (2002) viittaa Jamesin (1993) tutkimukseen, jossa yhdessä esiin nousseista diskursseista luomu nähdäänkin vaihtoehdoisen, kaupallisuuden hylkäävän

elämäntavan symbolina. Myös osa Nivan ym. (2004) haastattelemista kuluttajista oli sitä mieltä, että luomun kulutus saattaakin lisääntyä seurauksena globalisaation vastustamisesta.

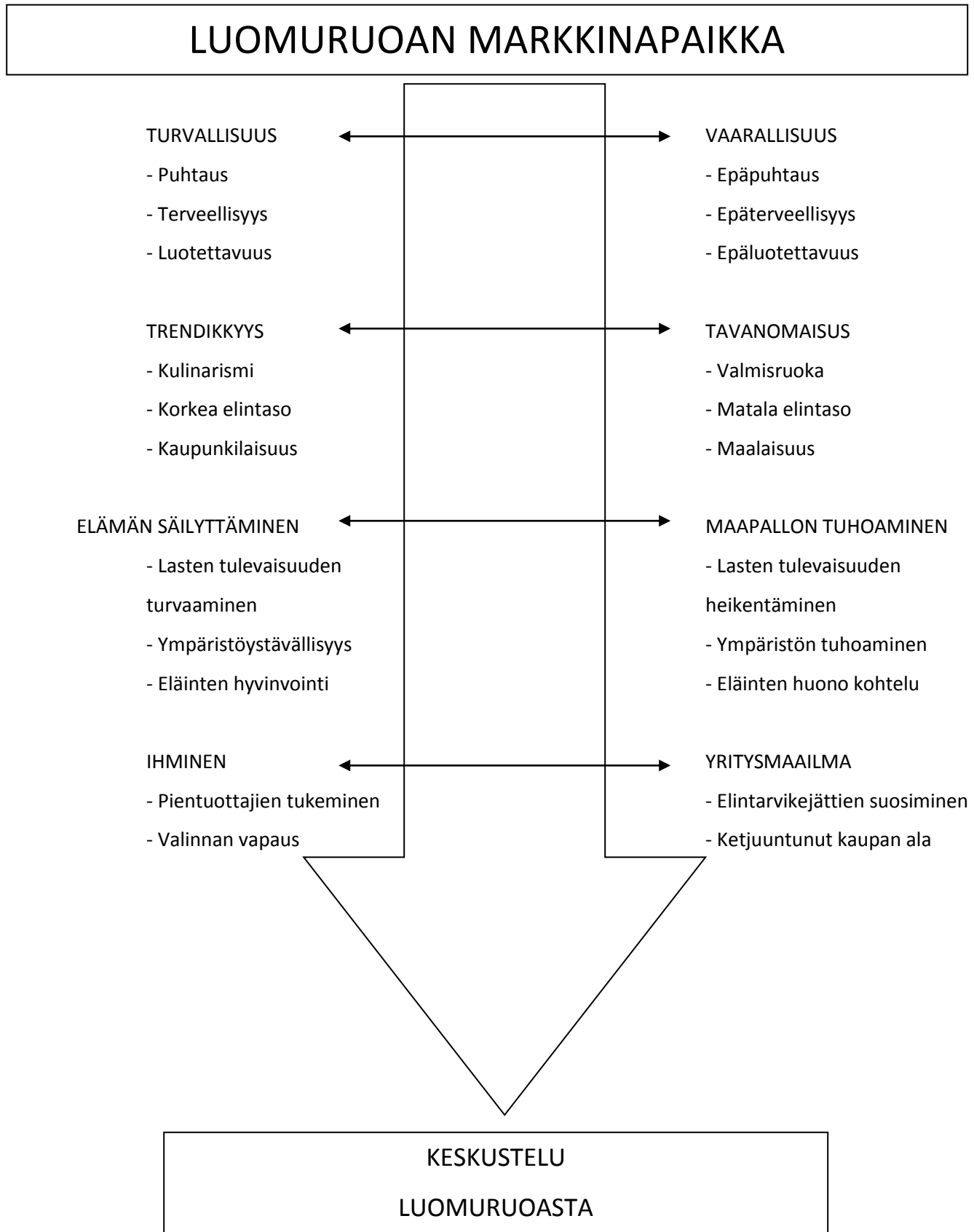
3.5 Teoreettinen viitekehys

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys kuvaa luomuruoan markkinapaikkaa rakentavia diskursseja, joista kuluttajat ammentavat puhuessaan itse luomusta ja omasta luomun kulutuksestaan. Viitekehysten pohjana toimivat tässä luvussa aiemmin esitellyt teoreettiset teemat sekä niiden alateemat. Nämä teemat ja niiden väliset yhteydet on koottu seuraavaan kuvioon viitekehyyksi.

Kuviossa ylimmäisenä on luomuruoan markkinapaikka. Sen alle sijoittuvat eri teemat, jotka kuvaavat eriaiheisia luomuun liitettäviä diskursseja. Tämän viitekehysten mukaan luomun markkinapaikka rakentuu näistä yhteiskunnassamme vallitsevista diskursseista. Diskurssit on esitelty kuviossa binäärisinä teemoina, toistensa vastakkainasetteluina. Kuluttajat puolestaan ammentavat näistä teemoista puhuessaan itse omasta luomuruoan kulutuksestaan ja mielikuvistaan luomuun liittyen. Aiemman teoriakatsauksen tutkimustulosten vaihtelevuudesta voidaan päätellä, että kuluttajat liittyvät luomuun hyvin erilaisia ja jopa toisistaan poikkeavia mielikuvia ja tästä syystä teemat onkin kuvattu viitekehyyksessä jatkumoina, rajaamatta tarkemmin paikkaa, johon luomun rooli keskustelussa sijoittuu. Kuluttajat siis nähdään tässä viitekehyyksessä aktiivisina toimijoina, jotka uudelleen rakentavat merkitystä, jota sitten kuluttavat.

Moisanderin ja Valtosen (2006, 12) mukaan kuluttajat kohdistavat kuluttamiinsa hyödykkeisiin erilaisia merkityksiä uudelleen ilmaisten ja korostaen markkinoijien tai tuottajien tuotteisiin liittämiä viestejä. Kuluttajat päätyvät usein myös hyödyntämään omaa luovuuttaan viestiäkseen itselle tärkeitä merkityksiä kuluttamiensa tuotteiden tai palveluiden kautta. Toisin sanoen, tuotteen merkitys ei siis perustu ainoastaan vaikkapa sen designiin tai mainontaan, tai tuottajien siihen liittämiin symboleihin, vaan sitä luovat myös kuluttajat itse omassa tavassaan käyttää näitä tuotteita. Omassa tutkimuksessani näen kuluttajien tavan ammentaa luomuruoan markkinapaikkaa rakentavista diskursseista tällaisena merkitysten luomisena, josta edellä mainitut tutkijat puhuvat. Kulttuurisesta tutkimusnäkökulmasta katsottuna, käsittelen tässä tutkielmassa luomuruoan kulutusta eräänä kulttuurin muotona, joka on puolestaan linkittynyt muihin kulttuuriin rakennuspalikoihin, jotka luovat tapaamme elää ja toimia. Käytännössä tarkoitukseni on tunnistaa millaisia diskursseja

Kuvio 1. Teorettinen viitekehys: Kuluttajien hyödyntämät, luomuruoan markkinapaikkaa rakentavat diskurssit



luomuruoan markkinoilla on havaittavissa, miten näitä diskursseja käydään läpi ja miten ne linkittyvät toisiinsa jokapäiväisessä elämässämme.

Kuviossa 1 nämä markkinapaikkaa rakentavat ja kuluttajien hyödyntämät diskurssit on esitetty siten, että toinen jatkumon ääripää on kuvion vasemmassa reunassa ja toinen kuvion oikeassa reunassa. Nämä vastakohtat on yhdistetty toisiinsa nuolen avulla kuvaamaan niiden välistä jännitettä. Diskurssikenttä koostuu viitekehysten mukaan teoriaosuudessa esitellyistä teemoista: turvallisuus/vaarallisuus (alateemoinaan puhtaus/epäpuhtaus, terveellisyys/epäterveellisyys ja luotettavuus/epäluotettavuus), trendikkyys/tavanomaisuus (alateemoinaan kulinarismi/valmisruoka, korkea elintaso/matala elintaso ja kaupunkilaisuus/maalaisuus), elämän säilyttäminen/maapallon tuhoaminen (alateemoinaan lasten tulevaisuuden turvaaminen/lasten tulevaisuuden heikentäminen, ympäristöystävällisyys/ympäristön tuhoaminen ja eläinten hyvinvointi/eläinten huono kohtelu) ja ihminen/yritysmaailma (alateemoinaan pientuottajien tukeminen/elintarvikejättien suosiminen ja valinnan vapaus/ketjuuntunut kaupan ala). Kuviossa alimmaisena näiden diskurssien kokonaisuus yhdistyy ja rakentaa keskustelun luomuruoasta, siten kun uskon sen näkyvän kuluttajien puheessa. Tulen käyttämään tässä osiossa esittelemääni viitekehystä myös apunani myöhemmin peilattessani kerättyä aineistoa tähän teoriaan. Sitä ennen syvennyn kuitenkin tarkemmin tutkimuksessa hyödyntämieni tutkimusmenetelmien esittelyyn.

4 TUTKIMUKSEN AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Tässä luvussa esittelen ensin tutkimukseni empiiriset tavoitteet. Tämän jälkeen perehdyn käytettyyn tutkimusmenetelmään eli kvalitatiiviseen tutkimukseen ja tarkemmin diskurssianalyysiin. Kvalitatiivisen tutkimuksen avulla tarkastellaan kuluttajien luomuruokaan liittämiä mielikuvia, kun taas näistä mielikuvista rakentuvia keskusteluja tutkitaan lähemmin diskurssianalyysin keinoin. Tämän jälkeen kuvaan empiirisen tutkimuksen toteutuksen ja luvun lopussa arvioin tutkimukseni luotettavuutta.

4.1. Empiirisen tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, millaisista yhteiskunnassamme vallitsevista, luomuruoan markkinapaikkaa rakentavista diskursseista kuluttajat ammentavat puhuessaan luomuruoasta ja omasta luomun kulutuksestaan. Kuluttajien haastatteluja analysoimalla selvitan heidän mielikuviaan luomuun liittyen. Lähestyn aihetta kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen keinoin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa suositaan ihmistä tiedon keruun instrumenttina. Tutkimus painottuu tutkijan omiin havaintoihin ja keskusteluihin tutkittavien kanssa. Esimerkkeinä aineiston keruumenetelmistä voidaan luetella teema- ja ryhmähaastattelut, osallistuva havainnointi sekä erilaisten tekstien diskursiiviset analyysit (Hirsjärvi ym. 2004, 155). Koska tarkoitus oli tutkia spontaaneja mielikuvia, ideana on, että haastateltavat kertoisivat mielikuvistaan ja omasta kulutuksestaan aktiivisesti, omin sanoin.

Tutkimukseni taustalla vaikuttava paradigma on konstruktivinen. Konstruktivismilla tarkoitetaan tässä ajattelutapaa, jonka mukaan kieli ei vain heijasta todellisuutta vaan rakentaa sitä ja toimii osana todellisuutta. Käyttäessämme kieltä me konstruomme eli merkityksellistämme kohteet, joista puhumme tai kirjoitamme. (Jokinen ym. 1993, 9, 18). Konstruktivismiin linkittyneenä tutkimukseni näkökulma on vahvasti kulttuurillinen. Moisanderin & Valtosen (2006, 7) mukaan kulttuurillinen näkökulma perustuu oletukselle, jonka mukaan me elämme kulttuurillisesti rakentuneessa maailmassa, jossa sosiaalinen todellisuus ja järjestys ovat jatkuvasti neuvottelun kohteina. Tällaisessa tutkimuksessa keskitytään siihen, miten kuluttajat ja markkinoijat yhdessä toimivat kulttuurisen ympäristönsä, markkinapaikan, tuottajina. Kulttuurin katsotaan olevan sosiaalisen vuorovaikutuksen tulos, joka mukautuu sosiaalisten tilanteiden ja kontekstinsa mukaan. Omassa tutkimuksessani tutkin kuluttajien kielenkäyttöä ja markkinapaikan rakentumista puheessa. Näin ollen tutkimukseni on kulttuurillisesta näkökulmastaan huolimatta painottunut kuluttajien tuottamaan puheeseen. Huomionarvoista on kuitenkin, että yleisen keskustelun, ja siten kuluttajien näkemysten, voidaan olettaa saaneen vaikutteita myös tuottajalähtöisestä markkinoinnista. Moisander ja Valtonen (2006, 71–72) huomauttavatkin, että tarinoita kertoessaan ihmiset eivät välttämättä pitäydy täysin omissa kertomuksissaan vaan he saattavat käyttää hyväkseen myös kuulemiaan tarinoita ja muita diskursiivisia resursseja, jotka kokevat sopiviksi itselleen.

Tutkielmani aineisto eli luomuruokaan liittyvät keskustelut voidaan käsittää kulttuurillisina teksteinä. Yleensä kulttuurillisilla teksteillä voidaan tarkoittaa sekä kirjoitettuja että muita visuaalisia lähteitä, mutta tässä tutkielmassa teksteillä viitataan puhtaaksi kirjoitettuihin yksilöhaastatteluihin ja yhteen ryhmäkeskusteluun. Tällaisia tekstejä tutkitaan kulttuurillisina diskursseina ja diskursiivisina käytäntöinä, joita ne mahdollistavat. Kulttuurilliset tekstit eivät automaattisesti ilmennä tiettyä ilmiötä vaan ovat erittäin kontekstisidonnaisia ja tekstit itse toimivat sosiaalisen todellisuuden tuottajina. (Moisander & Valtonen, 2006, 43) Kulttuurisesta näkökulmasta tietoa voidaan saavuttaa nimenomaan analysoimalla kulttuurisia tekstejä ja yleensä tarkastelun apuna käytetään diskurssi- ja narratiivianalyyseja (Moisander & Valtonen, 2006). Omassa tutkimuksessani hyödynnän diskurssianalyysia. Analyysissani fokus on tavoissa, joilla kuluttajat ammentavat luomuun liittyvistä diskursseista, perustellen näin omassa puheessaan luomumarkkinoiden olemassaoloa.

4.2. Kvalitatiivisen tutkimuksen toteutus ja aineistonkeruu

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen yleisimmät aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu, kysely, havainnointi sekä erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto. Näitä menetelmiä voidaan käyttää joko vaihtoehtoisina, rinnakkain tai eri tavoin yhdisteltynä tutkittavan ongelman sekä tutkimusresurssien mukaan. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 71).

Hirsjärven ym. (2004, 194) mukaan ihminen on nähtävä tutkimustilanteessa subjektina ja hänelle on annettava mahdollisuus tuoda esille itseään koskevia asioita mahdollisimman vapaasti. He painottavat, että ihminen on tutkimuksessa merkityksiä luova ja aktiivinen osapuoli. Samoilla linjoilla ovat myös Moisander ja Valtonen (2006, 71–72), jotka eivät näe haastattelua pelkästään aineistonkeruumenetelmänä vaan pikemminkin keinona jälleentuottaa kulttuurista tekstiä, jota analysoidessamme voimme saavuttaa tietoa markkinapaikasta.

Kun haluamme tietää, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii niin kuin toimii, onkin järkevää kysyä asiaa häneltä. Haastattelun koetaan olevan joustava aineistonkeruumenetelmä, sillä siinä voidaan säädellä aineiston keruuta tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen. Haastattelijan mukanaololla voidaan välttää tiettyjä virheitä, joihin ei muuten voitaisi vaikuttaa. Haastattelijalla voi tarvittaessa toistaa tai selventää kysymystä sekä näin oikaista mahdollisia väärinkäsityksiä. Lisäksi haastattelussa kysymykset voidaan esittää siinä järjestyksessä kun tutkija katsoo aiheelliseksi, mikä myös lisää joustavuutta. Lisäksi haastattelun etuihin kuuluu,

että haastattelija voi samalla toimia myös havainnoitsijana, eli tehdä muistiinpanoja myös siitä, miten jokin asia sanotaan. Haastattelun heikkoutena voidaan mainita muun muassa se, että sen katsotaan vievän paljon aikaa. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 72–74) Tutkimukseni keskittyessä nimenomaan kielenkäyttöön, katson edellä lueteltujen argumenttien pohjalta haastattelun sopivan parhaiten aineistonkeruun menetelmäksi omaan tutkimukseeni. Seuraavassa osiossa kuvaan tarkemmin valitsemiani haastattelumuotoja, teemahaastattelua ja ryhmäkeskustelua.

4.2.1 Teemahaastattelut

Suoritin luomuruoan kuluttajien haastattelut henkilökohtaisesti tutkimuksen luonteen käytännöllisyyden takia. Tutkimuksessani käytin apunani teemahaastatteluja eli puolistrukturoituja haastatteluja, joissa edetään keskeisistä, etukäteen valituista teemoista toisiin. Teemahaastattelu on yleensä melko avoin, lähellä syvähaastattelua ja metodologisesti teemahaastattelussa korostetaan ihmisten tulkintoja asioista, heidän asioille antamia merkityksiä sekä sitä, miten merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa. Periaatteessa etukäteen valitut teemat perustuvat tutkimuksen viitekehukseen eli siihen, mitä tutkittavasta ilmiöstä tiedetään jo valmiiksi, mutta haastattelun avoimuudesta riippuen kysymysten suhde viitekehukseen voi vaihdella intuitiivisten ja kokemuseräisten havaintojen sallimisesta tiukasti etukäteen muotoilluissa kysymyksissä pysymiseen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75) Omissa haastatteluissani haastateltavien vapaata puhevirtaa pidettiin suotavana haastattelun puheeseen keskittyvän luonteen vuoksi. Teemahaastattelussa onkin tyypillistä, että kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat (Hirsjärvi ym. 2004, 197).

4.2.2 Ryhmäkeskustelu

Tutkimuksessani haastattelin henkilökohtaisesti teemahaastattelun keinoin kolmeatoista yksilöä. Yksi näistä haastatteluista oli kolmen hengen ryhmäkeskustelu, joka toteutettiin tässä muodossa lähinnä olosuhteiden otollisuuden vuoksi. Käyttämäni haastattelun aloitusrunko oli ryhmäkeskustelussa sama kuin toteuttamissani teemahaastatteluissa. Ryhmäkeskustelulla ja fokusryhmillä viitataan haastattelutilanteeseen, jossa joukko ihmisiä on kutsuttu keskustelemaan tietystä aiheesta vapaasti jutellen. Haastattelijan rooli ryhmässä kiteytyy keskustelun ohjaamiseen ja auttamiseen, mutta päävastuu keskustelusta on muilla osanottajilla. Haastattelija pyrkii rohkaisemaan osallistujien välistä keskustelua, kysymysten esittämistä ja toistensa ajatusten kommentoimista. Juuri tämä vuorovaikutuksen painottaminen erottaa ryhmäkeskustelut ryhmähaastatteluista,

joissa jokainen haastateltava vastaa esitettyyn kysymykseen omalla vuorollaan. Fokusryhmiä käyttäen haastateltavat saadaan usein puhumaan vilkkaammin aiheena olevasta ilmiöstä, minkä lisäksi ryhmäkeskusteluissa monen haastateltavan mielipiteet on mahdollista kerätä kerralla. (Moisander & Valtonen, 2006, 72)

Ehkä tärkein syy käyttää haastatteluissa fokusryhmiä onkin hyödyntää ryhmän vaikutusta. Ryhmän jäsenet voivat keskusteluissaan viitata yhteisiin kokemuksiin. Vastaavanlaista dynamiikkaa on vaikea saavuttaa kahdenkeskisissä haastatteluissa. Fokusryhmät mahdollistavatkin jäsenten mielipiteiden keskinäisen vertailun, vastakkainasettelun ja kritisoinnin. (Lindlof & Taylor, 2022, 182–186) Käytännön syistä rajoitin itse ryhmässä haastateltavien määrän kolmeen, sillä näin haastattelu oli helpompi kirjoittaa puhtaaksi nauhoitteen perusteella. Huomionarvoinen seikka on, että heterogeenisissä ryhmissä keskustelua voidaan joutua perustelemaan enemmän, mutta homogeenisissä ryhmissä ihmiset saattavat olla valmiimpia kertomaan avoimesti mielipiteistään (Lindlof & Taylor, 2011, 182–186). Itse ratkaisin homogeenisyyden ongelman etsimällä perusteluja eri näkemyksille, kysymällä esimerkiksi ”oletko aina ollut tätä mieltä?” kuitenkin luomatta tunnetta, että haastateltava kokisi joutuvansa puolustelemaan näkemyksiään.

4.2.3 Haastateltavien valinta

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä yleistykseen, mutta periaatteessa on tärkeää, että henkilöt, joilta tietoa kerätään, tietävät tutkittavasta ilmiöstä mieluusti mahdollisimman paljon tai heillä on kokemusta asiasta. Tässä mielessä tiedonantajien valinnan ei pidä olla satunnaista vaan harkittua ja tarkoitukseen sopivaa. (Tuomi & Sarajärvi, 2009 85–86) Tämä tieto mielessäni käytin omassa tutkimuksessani erilaisia tapoja haastateltavien valinnassa. Osa haastateltavista löytyi henkilökohtaisten kontaktien avulla ja loput rekrytoitiin sosiaalisen median, facebookin kautta. Tärkein kriteeri haastateltavien valinnassa oli se, että henkilö käyttää itse luomuruokaa ainakin melko säännöllisesti (ainakin joitain tuotteita viikottain) ja hänellä on asiasta mielipide, josta hän on valmis kertomaan haastattelijalle. Facebookissa luomuruoasta kiinnostuneille ihmisille löytyykin paljon erilaisia yhteisöjä, joiden kautta loput haastateltavat löytyivät. Yhtenä esimerkkinä mainittakoon palvelun *Luomu-ryhmä*.

Lopullinen haastateltavien joukko koostui 13 henkilöstä, joiden tiedot on koottu alla olevaan taulukkoon (Taulukko 1). Taulukossa on selvitetty kunkin haastateltavan ikä, sukupuoli, asuinpaikka sekä siviilisäät.

Lisäksi kullekin haastateltavalle on merkitty oma tunnus (esim. N1 = nainen numero 1), joita tulen käyttämään läpi analyysin viitattaessani lainauksiin haastatteluista.

Haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Tämänhetkinen kotikaupunki	Siviilisäätö
N1	Nainen	28	Helsinki	Avoliitto
N2	Nainen	49	Helsinki	Naimaton
N3	Nainen	29	Helsinki	Avoliitto
N4	Nainen	29	Helsinki	Avoliitto
N5	Nainen	30	Helsinki	Naimaton
N6	Nainen	60	Helsinki	Naimisissa
N7	Nainen	28	Helsinki	Avoliitto
N8	Nainen	27	Helsinki	Avoliitto
N9	Nainen	38	Vantaa	Naimisissa
N10	Nainen	52	Järvenpää	Naimaton
M1	Mies	29	Helsinki	Avoliitto
M2	Mies	32	Espoo	Naimaton
M3	Mies	27	Helsinki	Naimaton

Taulukko 1. Haastateltavat henkilöt.

Haastattelut toteutettiin Helsingin ja Vantaan alueella haastateltavan valitsemissa paikoissa, jotka vaihtelivat kahviloiden, kirjastojen ja haastateltavan kodin välillä. Yksi haastatteluista toteutettiin haastattelijan kotona. Haastattelujen kesto vaihteli puolesta tunnista reiluun tuntiin ja kaikki haastattelut nauhoitettiin puhtaaksikirjoitusta varten.

4.3 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa yleistettävyys ei ole ongelma, sillä siinä ei ole edes tarkoitus yleistää. Laadullisessa tutkimuksessa myönnetään, että haastateltavien kertomus suodattuu tutkijan oman kehyksen läpi eli tietoa ei siis käsitellä objektiivisesti. Näin ollen esimerkiksi tutkijan asenteita ei voida täysin sulkea tulkinnan ulkopuolelle. Tosin sanoen tutkimustulokset ovat kontekstisidonnaisia ja tämä on yleisesti hyväksytty tosiasia. (Tuomi & Sarajarvi, 2009, 20, 74) Vaikka tutkimuksen luotettavuutta ei ole tarpeellista arvioida kvantitatiiviselle tutkimukselle ominaisin mittarein, on syytä mainita joitakin myös subjektiivisen tiedon luotettavuutta mahdollisesti heikentäviä tekijöitä. Hirsjärven ym. (2004, 196) mukaan haastateltava henkilö saattaa kokea painetta antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia, mikä voi heikentää vastausten luotettavuutta. Luomun

kulutuksesta puhuttaessa haastateltava saattaa esimerkiksi esittää kulutuksensa syiksi motiiveja, jotka eivät todellisuudessa vaikuta hänen ostokäyttäytymiseensä. Lisäksi mainitut tukijat huomauttavat, että tutkittavat saattavat puhua haastattelutilanteessa toisin kuin jossain toisessa tilanteessa. Kuten aikaisemmin olen tuonut esille, on kuitenkin luonnollista, että ihmiset lainaavat puhetapoja ympäröivästä maailmastaan (Moisander & Valtonen, 2006, 72) ja oman tutkimukseni keskittyessä siihen, millaisista luomun markkinapaikkaa rakentavista yleisistä diskursseista puhujat ammentavat keskustellessaan aiheesta, ei tällainen *epäluotettavuus* tuota ongelmia, päinvastoin.

4.4 Haastattelun analyysi ja tulkinta

Tutkimukseni sisällönanalyysi oli induktiivinen eli aineistolähtöinen. Tutkimusprosessi eteni siis deduktiivisesta tavasta poiketen empiirisestä aineistosta kohti käsitteellisempää näkemystä luomuruokailmiöstä. Toisin sanoen, haastattelukysymykseni eivät perustuneet jo olemassa olevalle teorialle vaan oma-aloitteiseen vallitsevien diskurssien havainnointiin. **Käytännössä seurasin yleisökeskustelua internetin keskustelupalstoilla ja näiden luomuaiheisten keskusteluiden pohjalta muodostin myös ensimmäisen haastattelurungon (Liite 1). Tällöin teemoina olivat terveellisyys, luonnollisuus, kotimaisuus, ekologisuus ja eläinten hyvinvointi.** Yksi toisensa jälkeen toteuttamani haastattelut tuottivat kuitenkin uusia teemoja ja näin ollen myös haastattelurunko eli jatkuvasti koko tutkimusprosessin ajan. Viimeisessä haastattelussa se olikin varsin erialainen ensimmäiseen verrattuna. Haastattelujen rönsyilevästä luonteesta johtuen, olen sisällyttänyt tutkimukseni liitteisiin ainoastaan ensimmäisen haastatteluni puolistrukturoidun haastattelurungon. Jatkoisin uusien haastattelujen suorittamista, kunnes puhujat alkoivat toistaa jo esille tuotuja teemoja, eikä uusia näkökulmia tullut enää esille. Tämän jälkeen muodostin löytämieni teemojen pohjalta rakenteen kirjallisuuskatsaukselle, jossa perehdyin teemoista olemassa olevaan teoriaan. Näin ollen myös esittelemäni teoreettinen viitekehys on jo alun perin linkittynyt tutkimukseni löydöksiin, vaikka se kytkeytyy myös yleisempään, olemassa olevaan teoriaan. Tutkielmani lopussa esittelen myös laajennetun viitekehysten, jossa oma aineistoni on otettu yksityiskohtaisemmin mukaan tarkasteluun.

Tutkimukseni tavoitteena on tunnistaa ja tutkia diskursseja, joista ihmiset ammentavat perustellessaan luomuruoan kulutusmyönteisyyttä. Samalla fokus on myös diskursiivisissa tavoissa, joiden kautta puhetta tuotetaan. Sen sijaan, että kysyisin, mitä luomuruoan kuluttaminen on, tai mitä eroa on luomun ja ei-luomun kulutuksella, keskityn siihen, miten luomu rakentuu diskursiivisesti. Tarkoitukseni on analysoida sellaisten

dominoivien keskusteluiden rakennetta ja sisältöä, jotka rakentavat luomuruoan kulutusmyönteisyyttä. Tarkastelun alla ovat diskursiiviset strategiat, tekniikat ja tavat, joiden kautta luodaan eroa luomun ja ei-luomun kulutuksen välille. Tässä käytin apunani diskurssianalyysia.

Potterin ja Wetherellin (1987, 176) mukaan diskurssianalyysin ideana ei ole vain esitellä kieltä vaan myös analysoida syitä, miksi puhuja valitsee juuri kyseiset tavat ilmaista itseään ja millaisiin seurauksiin tuotetulla tekstillä pyritään. He myös lisäävät, että perinteisen metodin sijasta diskurssianalyysi tulisi käsittää pikemminkin viitekehyksenä, joka keskittyy keskustelun luonteeseen ja sosiaaliseen rooliin. Ideana on siis tulkita myös asioille annettavia merkityksiä (Massa ym. 2006). Tiettyjä asioita on hyvä ottaa huomioon diskurssianalyysia toteutettaessa. Potter ja Wetherell (1987, 165–169) painottavat litteroinnin ja koodauksen merkitystä. Puhtaaksi kirjoitettu haastattelu mahdollistaa sen lukemisen uudelleen ja uudelleen ja tätä vaaditaankin ryhmittelyjä muodostettaessa. Tekstin analyysi koostuu kahdesta toisiinsa linkittyneestä vaiheesta. Ensimmäinen on eroavaisuuksien ja yhtäläisyyksien tunnistaminen puheessa. Toinen on huomion kiinnittäminen tekstin funktionaalisiin päämääriin eli siihen, mihin puhuja pyrkii. (Potter & Wetherell, 1987, 165–169) Itse kirjoitin nauhoitetut dokumentit puhtaaksi viikon sisällä haastatteluista näiden ollessa vielä tuoreina mielessä. Koodauksen toteutin merkitsemällä usein esiintyviä teemoja eri värein käyttäen samaa kategoriointia läpi jokaisen tekstin. Näitä teemoja vahvistavat tai rikkovat yksityiskohdat korostin tekstistä käyttäen erilaisia symboleita. Lisäksi merkitsin marginaaleihin mahdollisia syitä tietyille sanavalinnoille.

5 AINEISTON ANALYYSI

Olen nyt keskustellut olemassa olevasta luomuruoasta ja sen kulutusta käsittelevästä kirjallisuudesta ja esitellyt tutkimusmenetelmät, joiden avulla empiirinen tutkimus on toteutettu. Seuraavassa osassa tutkielmassani analysoin haastattelujen avulla keräämääni aineistoa. Kuten empiirisen tutkimuksen esittelystä käy ilmi, jokaiselle haastateltavalle on merkitty oma tunnus (esim. N1 = nainen numero 1), joka liittyy haastateltavan ja tämän kommentin yhteen. Aineiston analyysissä pyrin selvittämään, mitkä diskurssit nousevat esille puhuttaessa luomuruoasta ja sen kulutuksesta. Analyysini perusteella pyrin vastaamaan kysymykseen, miten luomuruoan kuluttajat ammentavat luomun markkinapaikkaa rakentavista diskursseista omassa puheessaan ja miten he samalla perustelevat oikeutusta luomun olemassaololle. Analysoidessani haastatteluja keskityin siihen, miten haastateltavat käyttävät diskursiivisia resurssejaan, kuten metaforia ja muita retorisia tehokeinoja ja mihin

näiden käytöllä pyritään. Rakenteeltaan aineiston analyysi on jäsennelty vastaamaan kirjallisuuskatsauksen rakennetta. Onhan teoriakatsaus kirjoitettu aineistosta nousseiden teemojen pohjalta. Seuraavaksi tulen analysoimaan tarkemmin miten binääriset teemat – turvallisuus vs. vaarallisuus, trendikkyys vs. tavanomaisuus, elämänsäilyttäminen vs. maapallon tuhoaminen ja ihminen vs. yritysmaailma – nousivat diskursseina esiin toteuttamissani haastatteluissa.

5.1 Turvallisuus vs. vaarallisuus

Nykypäivän kuluttajat ovat yhä valveutuneempia myös ruoan kulutuksensa suhteen ja moni kokee tiettyjen ruoka-aineiden käytön jopa pelottavaksi. Keskusteluun turvallisuudesta ja vaarallisuudesta liitetään diskursseissa erilaisia alateemoja. Aineiston pohjalta olen hahmottanut vastakkainasettelua tukemaan seuraavat alateemat: puhtaus vs. epäpuhtaus, terveellisyys vs. epäterveellisyys ja luotettavuus vs. epäluotettavuus. Ensin analysoin kuitenkin hieman tarkemmin turvallisuuden ja vaarallisuuden binäärisuhdetta. Lyhyesti ja ytimekkäästi ajatuksen tuo esille haastateltava N6:

”Ei tänä päivänä oikeen tiedä, et mitä uskaltaa suuhunsa laittaa.” Nainen, 60

Samantlaisia ajatuksia jakaa myös haastateltava N9:

”Jos mä söisin lihaa, niin mä en suostuis syömään tota normikamaa ollenkaan. Senkään takia, että se on buukattu niin täyteen antibiootteja ja hormoneja, mikä tulee sit taas meidän elimistöön.” Haloo, miks ollaan niin sairaita?”. Kyl se on vaan siitä, mitä suuhun laittaa. Et se on musta vaan niin yksinkertaista”. Nainen, 38

Nämä haastateltavat pyrkivät perustelemaan omaa luomun kulutustaan ja luomuruoan turvallisuutta puhumalla tavanomaiseksi mielletyn ruoan vaarallisuudesta. Ensimmäisenä haastateltava N6 vetoaa perustelussaan siihen, että *tänä päivänä* asian laita on tämä, ikään kuin riippumatta hänen omasta mielipiteestään. Passiivin käyttö viittaa mielestäni siihen, että vastaaja pyrkii piilottamaan oman roolinsa ja sen sijaan tuomaan esille juuri argumenttinsa yleispätevyyttä ja linkittyneisyyttä koko yhteiskuntaamme. Toisin sanoen taustalla saattaa piillä olettaus siitä, että myös muut ajattelevat näin ja tätä yleistämistä käytetään perusteluna myös omille valinnoille. Siinä missä haastateltava N6 puhuu *uskaltamisesta*, vetoaa haastateltava

N9 *suostumiseen* ja näin ollen omaan tahtoon. Hän tuo puheessaan selkeästi esille myös toimijan roolin käyttäessään sanavalintoja *mä* ja *me*. Tämä haastateltava myös ikään kuin tyrmää jo valmiiksi mahdolliset vasta-argumentit toteamalla asian vain olevan niin *yksinkertaista*. Myös huomiota herättävän *Haloo*-sanana valinta viestittää mielestäni halusta korostaa perustelun yksinkertaisuutta ja tärkeyttä.

5.1.1 Puhtaus vs. epäpuhtaus

Ensimmäisenä alateemana analysoin puhtautta/epäpuhtautta. Ruoan vaarallisuus tunnutaan liitettävän yleisimmin ravinnon sisältämiin epäpuhtauksiin. Näiden katsotaan syntyvän sekä viljelyn ja karjan kasvatuksen että teollisen tuotannon kautta. Haastateltava N6 puhuu seuraavassa epäilyksistään lihatuotantoa kohtaan:

”Antibiootit ja... tuntuu ihan hirveelle, mitä me saadaan lihankin mukana. Ei se kovin monipuolista oo se ravinto niille. Tai siis on ja on. Lihassahan me syödään se.” Nainen, 60

Keskusteluissa vallitsee epäluulo ruoan alkuperää ja tuotantoa kohtaan. Tehotuotettua ruokaa pidetään keinotekoisena eikä sitä haluta päästää omaan elimistöön, sillä sen uskotaan saavan aikaan hyvinvoinnille epäsuotuisia vaikutuksia tai riskejä, joista ei vielä tiedetä tarpeeksi. Mielipiteitään aiheesta esittävät myös haastateltavat N4, M1 ja M2:

”Mutta kyllä se niin kun ensimmäisenä ajatus siitä puhtaudesta, et mä en niele mitään kemiallista, enkä synteettistä enkä mitään, mistä mä en tiää.” Nainen, 29

”Ja sitten se henkilökohtaisuus, et en mä haluu syödä mitään ruokaa mis on myrkyjä tai mikä ei oo mulle hyväksi.” Mies, 29

”Mä tsiikaan aika tarkkaan kaikki lisäaineet sun muut, et mitä paskaa. Just liian prosessoitua tavaraa ei passaa ostaa.” Mies, 32

Näillä kommentteillaan haastateltavat pyrkivät kuvailemaan omaa käyttäytymistään ja syytään valita luomu. Kommenteissa toimijana esiintyy henkilö itse, minkä lisäksi puheesta huokuu vapaus valita ja toimia oman tahdon mukaisesti. Yhteiskunnassamme tiedolle on annettu suuri painoarvo ja N4 puhuukin aineista, joista ei *tiedä* turvautuen näin tiedon ja tietoisuuden pätevyyteen argumenttina jollekin toiminnalle. Arveluttavaa

objektia kuvataan myös käyttäen epämääräisesti käsitteitä *kemiallinen* ja *synteettinen*, niitä kuitenkin sen enempiä avaamatta. M1 ja M2 käyttävät vetoamuskeinoinaan tehokkaita sanavalintoja tuoden näin esille, miten epäpuhdasta niin sanottu tavallinen ruoka heidän mielestään on. Ensimmäinen puhuu ylimääräisistä aineista *myrkkyinä* toisen verratessa näitä *paskaan*. Nämä molemmat ovat hyvin vahvoja sanavalintoja ja kuvastavat asioita, joita ruoan ei missään nimessä sisälitä. Tämä huomio tukeekin Kantasen (2002) tutkimustuloksia, sillä myös hänen haastattelemansa henkilöt kokivat kaikkein voimakkaimmin juuri elintarvikkeisiin lisättyjen tai niihin joutuneiden vahingollisten aineiden aiheuttamat terveystriskit ja toisinaan vieraita aineita käsiteltiin lähes myrkkyinä. Haastateltava N8 käyttää puolestaan vakuuttelukeinonaan esimerkkiä omasta elämästään:

”Yks hyvä esimerkki oli kun mun mummi kerran unohti juhannuksena omenan sen jääkaappiin ja joulun alla se omena näytti edelleen omenalta. Siis eihän se nyt ollut ihan semmonen, et sitä olis tehnyt mieli haukata. Mut jos sä otat syksyllä omasta puusta omenan, se kestää ehkä 3 päivää siinä huoneen lämmössä ja sit se on syömäkelpoton. Et kyllähän se totta kai pistää mieltii, et mitä sitä itseensä tunkee.” Nainen, 27

Tällainen omakohtaisen esimerkin käyttö voi mielestäni kuvastaa halua tuoda aihe lähemmäksi todellisuutta ja haastattelutilanteessa olevia henkilöitä. Maininta *pistää mieltimään* kuvastaa vastaajan näkemystä tapauksen luonnottomuudesta ja vaikka kertomuksessa toimijana onkin toinen henkilö, käyttää haastateltava tätä esimerkkiä selkeästi perustelunaan olla suosimatta epäpuhdasta ruokaa. Kysyttäessä, miten haastateltavat määrittelisivät luomuruoan käsitteen, nouseekin esille yleensä juuri ruoan puhtaus ja sananmukaisesti luonnonmukaisuus. Esimerkkeinä esittelen kommentit haastateltavilta M3 ja M2:

”Luonnonmukaisesti tuotettua ruokaa, jossa ei oo käytetty tällaisia lisäaineita niin paljon. Luonnonmukaisemmin ainakin.” Mies, 27

”Ettei siihen oo sotkettu mitään GMO-tavaraa tai eläimille syötetty jotain rehuu, mitä niiden ei kuuluis syödä. Tai tuotettu stressiolosuhteissa eli sit kun jossain eläimen lihassakin on stressihormoneita paljon niin totta kai se vaikuttaa siihen makuun. Onhan se nyt eettisestikin päin helvettiä safkaa jotain piinattua eläintä. Ja oon ihan varma, että se vaikuttaa siihen makuun suunnattomasti.” Mies, 32

Myös *maku* liitetään keskusteluihin puhtaudesta. Tämä käy ilmi haastateltavan M2 kommentista, jossa hän liittyy eläinten paremman hyvinvoinnin ja kasvatustavan myös ruoan parempaan makuun. Lisäksi hän vetoaa luonnollisuuteen puhuessaan sellaisesta ravinnosta, jota eläinten ei *kuuluisi* syödä. Geenimanipuloidun organismin kommentoiminen *GMO-tavarana* viittaa lisäksi mielestäni puhujan tapaan korostaa tällaisen vaihtoehdon luonnottomuutta. Emmehän me normaalistikaan syö tavaroita. Kaikki eivät kuitenkaan pidä luomun paremmuutta yhtä yksinkertaisena. Haastateltava N1 kuvaa omassa puheessaan uskomustensa muuttumista ja luomuun liitettävien puhtausaspektien ristiriitaisuutta. Myös hän käyttää puheessaan apuna tosielämän esimerkkiä:

”Tuli mieleen ne luomuoliivit - oliskohan ne ollu just sit Italianlaiset - jotka aiheutti tän myrkytyksen. Niin se oli yks semmonen silmiä avaava hetki, et luomu ei ookaan niin kun kaikkivoipa. Eli jos siinä lukee luomu, niin se ei välttämättä tarkoita, et siin ei vois olla mitään pahaa ja muuta. Että kun oli oliiveja ja ne oli luomua ja sit niis oli joku bakteeri ja olikohan niin peräti et ihmisiä kuoli... Joka tapauksessa se oli ihan tosi, tosi vakava homma. Se oli jotenkin semmonen silmiä avartava kokemus. Että ehkä itekin mietti, että luomu on aina jotenkin varmasti puhdasta ja muuta. Mut totta kai sinne yhtä lailla voi mennä bakteereja. Tai jotenkin ehkä siinä korostettiin kun oli lehdissä, että se ei ollut vaan, et oliivit on myrkyttäneet ihmisiä vaan että luomuoliivit. Se oli ehkä se käänteentekevä asia, et ”hei luomukin voi olla myrkyä”. Siis jopa niin kun kuolemaan asti.” Nainen, 28

Luomun ristiriitaisuudesta puhuessaan haastateltava N1 käyttää argumentointinsa apuna harvinaisena pidettyä, ääripään tapausta tuodakseen esiin ristiriidan suuruuden ja merkityksellisyyden. Mielestäni hän ikään kuin käyttää apunaan voimakasta esimerkkiä puolustaakseen sitä tosiasiaa, että vaikka hän itse kuluttaakin luomua, on hänellä silti ristiriitainen näkemys sen puhtautta kohtaan. Esimerkistä tehokkaan tekee myös sellaisten vahvistavien ilmaisujen käyttö, kuten *ihan tosi, tosi vakava homma* ja elämän ääripään eli *kuoleman* mainitseminen toistamiseen. Kyseinen haastateltava mainitsee useaan otteeseen myös *silmien avautumisen* ja tapauksen *käänteentekevyyden* tuodakseen esiin mielipiteensä muuttumista ja selventääkseen, että nyttemmin hän omaa kyvyn tarkastella asioita kriittisemmin, mikä myös omasta mielestäni on yksi tietoyhteiskunnassamme arvostettu piirre ihmisessä. Näin ollen keskustelu asettuu melko henkilökohtaiselle alueelle, vaikka itse esimerkkitapaus kertookin tuntemattomista ihmisistä. Mielenkiintoiseksi koen myös median korostuneen roolin vastauksessa, sillä tässä keskustelussa haastateltava on nostanut esille juuri ne asiat, joita lehdet ovat haastateltavan mukaan painottaneet.

5.1.2 Terveellisyys vs. epäterveellisyys

Kuten mainittu, toiseksi alateemaksi aineistosta nousee esille keskustelu terveellisyydestä/epäterveellisyydestä. Luomuruoalla katsotaan olevan terveyteen liittyviä vaikutuksia jo sen puhtauden vuoksi. Osa haastateltavista vetoaa nimenomaan luomun terveellisyyteen kertoessaan omasta kulutuksestaan. Haastateltavien N6:n, N10:n ja N9:n perustelut pohjautuvat heidän omiin kokemuksiinsa:

”Kokemuksesta tiedän. Meidän poika ei pienenä pystynyt käyttämään esimerkiksi kaupan mausteita. Ne kun jätettiin pois niin sillä allergiat hävis. Käytettiin luomua.” Nainen, 60

”Sen jälkeen kun mä oon -98 alkanut enemmän syömään sitä luomua, mä oon ollut kerran kuumeessa. Mut sekään ei ollut flunssaa. (...) Mä en oo siis ollut kipee. Mä en sairasta flunssaa. Niin onhan sil merkitystä, mitä mä suuhuni pistän. Eli tavallaan se, et mä satsaan siihen ruokaan niin se näkyy mun terveydenhoitokuluissa. En mä käy lääkärissä. Mä käyn homeopaatilla.” Nainen, 52

”Oon huomannut, että on paljon parempi olo. Ja se tukee tota liikuntaa ja se tukee koko sitä mun ajattelumaailmaa”. Nainen, 38

Haastateltava N6 esittelee luomun terveellisyyttä perustellessaan ongelmana *allergian* ja siihen löytyneen ratkaisun eli luomun. N10 perustelee luomun terveysvaikutuksia esittämällä vastauksessaan laskelman, jonka mukaan hän on luomuruokavalion aloitettuaan *sairastanut kuumetta vain kerran 14 vuoden aikana*. Yleensä tällainen on melko harvinaista, joten tässä argumentissa viittauksella pyritään niin sanotusti avaamaan keskustelukumppanin silmät tälle todellisuudelle. Sanavalinta *satsaan* puolestaan, kertoo mielestäni siitä, että luomuruoan ostaminen vaatii haastateltavalta enemmän panostamista, oli sitten kyseessä aika, vaiva tai raha. Tämän uhrauksen kyseinen henkilö kuitenkin tuntuu sivuuttavan ja oikeuttavan mainitsemalla koituvat hyödyt. Hän vetoaakin kuuntelijan taloudellisuuteen ja säästäväisyyteen mainitessaan ruokaan satsaamisen *näkyvän terveydenhoitokuluissa*. N9 ilmaisee lyhyesti ja ytimekkäästi, että on havainnut voivansa paremmin, minkä lisäksi hän linkittää luomuruoan kulutuksen tärkeäksi osaksi omaa elämäntyyliään mainitsemalla sen tukevan hänen tapojaan ja *ajattelumaailmaa*. Luomun puhtauden lisäksi myös muita terveellisyyteen vaikuttavia tekijöitä nostetaan esille, kuten käy ilmi haastateltavien N2:n ja N6:n kommentteista:

”Mä en nyt tiedä, mutta minä epäilen, että tosiaan kun tarvitsee pienempiä annoksia luomua niin niis olis todella tämä ravintotiheys myöskin parempi. (...) Että ei oo esimerkiksi keinotekoisesti pumpattu

vihanneksiin ja hedelmiin... Et se nestepitoisuus voi olla vähäisempi. Et se on näin yksinkertainen selitys. Et se ei oo välttämättä, että ne ravinteet itsessään on erilaisia, vaan että se kasvatustapa on erilainen.”
Nainen, 49

”Tärkeimmät puolet on, että siinä on vähemmän myrkkyjä. Et enhän mie usko sitä, et se ihan myrkytön on. Ja sitten mikä mun oma mielikuva on, että jos ne kasvatetaan lannoitteella esimerkiksi tomaatit, niissä ei oo niitä vitamiineja kun se että mitä ne kasvaa kun ne saa kunnan lannoitetta. Eli ne vitamiinit on erilaiset ja vähän joka asiassa erilaiset luomutuotteessa koska niiden pitäis saada se siitä maasta eikä lannoitteesta.” Nainen, 60

Haastateltava N2 uskoo luomun olevan terveellisempää ravintotiheydensä vuoksi ja haastateltava N6 puolestaan nostaa esille luomun sisältämien vitamiinien tärkeyden. Kummankin kommentissa kuuluu myös hitunen epävarmuutta. N2 mainitsee, ettei *tiedä*, mutta *epäilee* ja kuitenkin lopulta toteaa selityksen olevan *yksinkertainen*. Halu uskoa luomun hyviin puoliin on siis selkeästi vahva. Sama käy ilmi jälkimmäisestä kommentista, jossa N6 kertoo, *ettei usko luomun olevan myrkytön*, minkä lisäksi hän valitsee sanan *mielikuva* ilmentämään omaa tietämystasoaan – tai sen vähäisyyttä – luomun viljelystä. Lopuksi hän toteaa kuitenkin vitamiinien olevan luomussa erilaiset viestittäen, että näin asia varmasti on. Haastateltavat tuntuvat ikään kuin selittävän mielipidettään auki myös itselleen ja näin rakentavan näkemykselleen uudenlaista todellisuuspohjaa samalla kun vastaavat haastattelijan esittämään kysymykseen. Haastateltava N1:n epäröinti luomun terveellisyyteen liittyen kuuluu puheessa selkeämmin:

”Mä just ennen jotenkin ajattelin, että se on varmaan terveellisempää siinä mielessä, et siinä ei sitten oo niitä torjunta-aineita ja muuta. Mut loppujen lopuks se voikin olla sitten niin päin, et jos ei niitä tiettyjä aineita sun muuta siinä oo, niin niihin saattaakin helpommin pesiä jotain bakteereja ja sit voi käydä näit oliivi-keissejä. Mut mä en tiedä meneeks se niin koska mä en ymmärrä biologiasta mitään enkä oo sen kummemmin tähän asiaan perehtynyt. Mutta mielikuva on se, et jos mul on kaks tuotetta edessä, niin kyl mä miellän sen luomun siltikin edelleen turvallisemmaks. Mutta en mitenkään niin selkeesti, et... se olis mulla jotenkin yksi ainoa tai ratkaseva kriteeri ostaa luomua.” Nainen, 28

Tässä kommentissa mielenkiintoista on haastateltavan aikaisemmin mainitseman oliivitapauksen mainitseminen nimenomaan *keissinä* eli yksittäisenä tapauksena. Tämä sanavalinta antaa mielestäni kuvan siitä, että vaikka puhuja kertoo ajattelevansa asioita nykyään eri tavalla hän kuitenkin puheessaan painottaa

luomun terveellisyyttä ja ikään kuin torjuu vastakkaista näkemystä edustavat argumentit ja todisteet valitsemalla ilmaisuja, jotka alentavat näiden painoarvoa. Voikin olla, että puhuessaan aiheesta tämä haastateltava pyrkii samalla itse käsittämään asiaa ja todellisuuden luonnetta paremmin ja tästä syystä pyrkii jopa huomaamattaan harmoniseen näkökulmaan. Mainitseehan hän itsekin epävarmuutensa aiheesta huomauttamalla esimerkiksi, *ettei ymmärrä biologiasta mitään*. Tästä huolimatta hän puhuu aiheesta paljon. Mielestäni tällainen tasapainottelu binäärisen jatkumon välillä on siinä mielessä mielenkiintoista, että haluan tuoda aineistosta vielä toisen N1:n esittämän kommentin samasta aiheesta:

”Mä luulen, et meille on ehkä vaan niin kun luotu semmosta mielikuvaa ja siitä on kirjoitettu ehkä aika lailla ilman kritiikkiä ja mä itekin oon siihen niin kun syylistynyt et mä oon ajattellut et luomu on aina järjestään täysin puhdasta, täysin terveellistä, täysin jotenkin niin kun parempaa. (...) Muistaakseni se oli Suomen Kuvalehden juttu. Ja siinä tosiaan valotettiin luomuruoan hyviä puolia, joita siis edelleen kiistattomasti toki on, mutta siinä myös sanottiin sitä, et ei se myöskään oo niin kun automaattisesti sen puhtaampaa. Tää on ehkä niin kun yliammuttua, et kuinka terveellistä se luomu todellisuudessa onkaan. Ja siinä jutun lopussa oli tosi hyvin sanottu tämmönen joku, kuka nyt olikaan, professorihenkilö, että loppujen lopuks tärkeintä ei oo se, että onko sun ostoskorissa luomuvihanneksia vai vihanneksia, kunhan siel on niitä vihanneksia. Se tiputti mut maan pinnalle. (...) Mä en oo kuitenkaan hirveen kriittisesti suhtautunut luomuun, mut just ton jutun jälkeen tavallaan ymmärsi, et tälläkin kolikolla on kääntöpuolensa. Että ei se voi tosiaan olla automaattisesti niin, että luomua syövät ihmiset vois sen terveemmin.” Nainen, 28

Tasapainotellessaan eri näkemysten välillä tämä haastateltava vetoaa myös asiantuntijalähteisiin viitaten sekä *Suomen Kuvalehden* että yksittäiseen *professorihenkilöön*. Puolustaakseen omaa näkemystään, siitä ettei luomu olekaan täysin aukottomasti muuta ruokaa terveellisempää, N1 huomauttaa terveyskeskustelun olevan *yliammuttua* eli ikään kuin sellaista, jota ei pitäisi ottaa huomioon. Hän puhuu tässäkin yhteydessä suhtatutumisensa muuttumisesta *kriittisemmäksi* ja käyttää negatiivista sävyä puhuessaan siitä, miten hän on aikaisemmin *syylistynyt* ajattelemaan luomua automaattisesti puhtaana. Lisäksi hän mainitsee tapauksen *tiputtaneen* hänet *maan pinnalle*, mikä edelleen viittaa järkiintymiseen. Viitataanhan järkeviin yksilöihin usein niin sanotusti *jalat maassa*-tyypeinä. Vaikuttaisi siltä, että puhuja pyrkii avausrepliiikissään vyöryttämään osaltaan yleisen kirjoittelun syyksi aiemman, kritiikittömän näkökantansa luomun terveellisyyttä kohtaan. Kommentista käy myös ilmi puhujan käsitys lehdistön vallasta ja mahdollisuuksista *luoda* todellisuutta. Haastateltavan tasapainottelua kahden eri näkemyksen välillä kuvastaa myös hänen huomautuksensa *kolikon*

kääntöpuolesta eli perustelusta siihen, ettei kaiken tarvitsekaan olla yksiselitteistä eikä hänen näin ollen tarvitse valita jyrkkää kantaa puolesta eikä vastaan. Joitakin luomun kuluttajia terveysthossötys jopa ärsyttää, kuten käy ilmi haastateltava M3:n pohdinnasta:

”Ja sit toisaalta taas se, et kun se on pinnalla vähän niin kun täs karppaamisessa on ollut, niin sit siitä muodostuu vähän niin kun semmonen kulttiuskonto tavallaan. Et me niin kun uskotaan, et luomu on terveellistä, niin sit sitä tehdään terveyden takia. Ja sit se alkaa hallitsemaan elämää enemmän kun ruoan ehkä mun mielestä pitäis.” Mies, 27

”Kyl se on vähän ärsyttävää tietyissä piireissä kun jotkut on vähän liian innoissaan siitä ja jotenkin ihmiset luulee, et sillä voi parantua kaiken maailman sairauksista syömällä sitä. Et siinä on ehkä semmosta uskonnollisuuttakin mukana, mikä on mun mielestä vähän semmonen negatiivinen puoli täs julkises keskustelussa.” Mies, 27

”Aika huonosti oon seurannut. Mut jonkun verranhan on nyt ollut juttua, et ei se niin kun vaikuta terveyteen. Et ilmeisesti dieetit ja muut asiat vaikuttaa paljon enemmän.” Mies 27

Nämä kommentit ovat samalta henkilöltä, joka tuo jatkuvasti diskursseissaan esille epäuskonsa luomuruoan terveellisyyttä kohtaan. Toisin kuin aiemmat haastateltavat, tämä kuluttaja ei tunnu tasapainottelevan ääripäiden ja eri näkemysten välillä vaan on kantansa päättänyt ja haluaa myös tuoda sen puheessaan esille. Toisaalta puhuja käyttää *me*-muotoa puhuessaan yhteiskunnastamme, mutta määrittelee kuitenkin puheessaan eri mieltä olevat kuulumaan *tietyihin piireihin* tehdäkseen selvän eron itsensä ja näiden kuluttajien välille. Hän vertaa luomun terveysvaikutuksiin uskomista *kulttiuskontoon*, joka jo sanavalintana kuvastaa epäilystä totuusperästä. Tämä haastateltava vertaa ilmiötä karppaukseen ehkä olettaen tuovansa näitä ilmiöitä samaistamalla esiin terveysvaikutuksiin uskomisen naurettavuuden. Onhan karppaustakin kritisoitu näkyvästi ainakin mediassa. M3:sta häiritsevät ihmisten *liika innokkuus* ja hän valitseekin sanan *luulla* kuvaamaan omaa mielipidettään näiden toisinajattelijoiden argumenteista. Toisin sanoen, hän käyttää sanavalintojaan vähätelläkseen mahdollisten vasta-argumenttien arvoa. Viimeisimmässä kommentissaan hän myös esittää vaihtoehtoja terveysvaikutuksien lähteille luodakseen rationaalisia perusteluja näkemykselleen.

5.1.3 Luotettavuus vs. epäluotettavuus

Ravintoa tarkasteltaessa luotettavuus ja epäluotettavuus liitetään usein juuri aikaisemmin mainittuun ruoan puhtauteen. Alla kommentteja haastateltavilta N2 ja N7:

”Siinä se tuleeikin, että ei niin kun altistu aineille, joiden vaikutuksesta ei välttämättä ole tietoa. Luomu on sentään pitänyt ihmiset hengissä kauan.” Nainen, 49

”Takuu puhtaudesta.” Nainen, 29

Haastateltava N2 nostaa tiedon merkityksen tärkeään asemaan. Jos aineiden vaikutuksista ei ole *tietoa*, niihin ei voida luottaa, eikä niille haluta altistua. Haastateltava N7 katsoo luomun itsessään olevan *takuu puhtaudesta*. Enempää sanoja ei ilmeisesti tarvita. Usein luomun turvallisuus liitetään siis puhtauden ohella varmuuteen siitä, että tähän puhtauteen voidaan luottaa. Moni mainitseekin luomun valvonnan tärkeänä tekijänä. Alla haastateltava N8:n mietteitä:

”Äkkiseltään tulee mieleen, tai se mielikuva on, et jos on luomu, niin se alkuperä on jotenkin paremmin seurattu tai siitä tulee jotenkin semmonen niin kun rehellisempi fiilis, mikä tietysti voi pitää paikkaansa tai sitten ei. Ja kyl varmaan ei-luomutuotteetkin pystyy aika pitkälle jäljittää. Mut just niin kun se kun jossain tuotteissa lukee, että maahantuojat ja that’s it. Niin luomutuotteessa on mun mielestä tarkemmin määritelty se.” Nainen, 27

Haastateltava N8:n puhe luomun seurannasta tukee Torjusenin ym. (2001) näkemystä, jonka mukaan kuluttajat kokevat luomuruoan sertifiointin tapana saavuttaa tietoa ruoan muuten vaikeasti havaittavista ominaisuuksista, mikä puolestaan lisää luomun luotettavuutta. Tässä kommentissa näkyy kuitenkin jälleen kerran mielestäni eräänlaista tasapainoilua eri näkemysten välillä. Haastateltava toteaa, että tämä *voi pitää paikkaansa tai sitten ei*, mutta tällainen on hänen oma *mielikuvansa*. Toisin sanoen puhuja ei pyri vakuuttamaan ketään vastauksellaan vaan kertoo rehellisesti omista henkilökohtaisista näkemyksistään. Näin ollen hän ikään kuin oikeuttaa oman epäröintinsä eri katsontakantojen välillä: mikäli hän ei väitä tietävänsä asiasta varmasti tai yritä käännäyttää ketään uskomaan samalla tavalla, on hänen oma päättämättömyytensäkin sallittua muiden silmissä. Suuri osa haastateltavista tuntuu omaksuneen näkemyksen, ettei mihinkään voi

luottaa täysin, mutta luomun kohdalla tilanne on hieman parempi. Tällainen puntarointi käy ilmi ryhmäkeskustelusta, jossa haastateltavat N3 ja N4 keskustelivat aiheesta:

”No en mä tiedä sitä luomustakaan. Siis millä sitä niin hyvin valvotaan, että kaikki siellä tehään just niin kun sanotaan, että tehään. Et aina on semmoinen epävarmuus tietenkkin. Et sä et oo ite sitä kasvattanut niin sä et voi tietää tarkkaan, mitä siinä on tehty.” Nainen, 29

”Mut et käytännössä kaikki keinotekoinen, minkä vaikutuksia me ei ihan tietä, on kielletty. Se on eri asia, et rikkooko joku niitä sääntöjä, mut...” Nainen, 29

N3:n kommentista voisi päätellä myös vastuun siirtämistä muille. Kun *ei itse olla kasvatettu*, ei voida myöskään olla varmoja, mitä on tehty. Jos julkisuuteen tulisikin tietoja luomun epäluotettavuudesta, voitaisiin helposti todeta, että niinhän on ajateltu, ettei siitä tiedä, miten hyvin luomua valvotaan. Samoilla linjoilla on myös N4, joka kuitenkin myös vetoaa yhteiskunnallisiin normeihin ja säädöksiin pyrkien näiden avulla vakuuttamaan joko keskustelukumppaninsa tai itsensä syömänsä ruoan luotettavuudesta. Monella luottamus tuntuu linkittyvän seurannan kautta takuuseen kotimaisuudesta. Tähän vetoaa myös haastateltava N8:

”Mulle ehkä enemmän se yhdistyy vielä ehkä kotimaisuuteen. Tai et ei se ehkä oo se sana luomu vaan et esim. salaateissa ja muissa niis lukee ihan, et miltä tilalta ne on. Et ehkä se niin kun merkitsee enemmän kun se sana luomu. Et ne ehkä sit linkitty toisiinsa. Et vähempi tulee syötyä tai ostettua ulkomaalaisia luomutuotteita. Se tuntuis jotenkin hassulta tai en mä tiedä. (...) Jollain tavalla mä liitän siihen myöskin rehellisyyden ja läpinäkyvyyden. (...) Just se, et miten prosesseja valvotaan ulkomailla niin tässä maailmassa en mä ehkä ihan 100 prosenttisesti luota” Nainen, 27

Diskurssien linkittyneisyyttä toisiinsa onkin mielenkiintoista seurata. Tämä kuluttaja liittää luomun vahvasti kotimaisuuteen, ehkä jopa siinä määrin, että se saattaa sekoittua lähiruokaan. Puhuttaessa tutkimustulosten luotettavuudesta nousee jälleen esiin kotimaisuus. Tämä havainto tukee myös Nivan ym. (2004) tutkimustuloksia, joiden mukaan suomalaisen luomun valvontajärjestelmän toimivuudesta ollaan melko vakuuttuneita, mutta ulkomaalaisen valvonnan luotettavuuteen suhtaudutaan epäröiden. Luomuruoan luotettavuus tunnutaan usein liitettävän samoihin lähtökohtiin kuin lähiruoka, jossa painottuvat sekä kotimaisuus että viljelyn pienimuotoisuus. Näillä linjoilla liikkuu myös haastateltava N9:

”No tutkimuksia on paljon. Mut kyl mä luotan kun niil on ne merkit. Kyl mä luotan, et niitä tutkitaan. Ja Suomes on mun tietääkseni aika tarkat ja tiukat noi systeemit. Varmaan niitä syynätään. Varmaan sekin kun se on niin pienimuotoista vielä, et se pysyy hyvin aisoissa. Kyl mä uskon. En tietenkään tiedä. Mutta haluaisin uskoa.” Nainen, 38

Uskottavuuden kautta myös mainonta liitetään toistuvasti keskusteluun luomun luotettavuudesta. Aiheesta puhuu muun muassa haastateltava M1:

”On se mainonta mun mielestä uskottavaa, koska musta meil on sellanen järjestelmä, et siit jää sit kiinni jos joku vaikka huijaa et tää on luomua. Et mä haluan vaan luottaa siihen järjestelmään. (...) Et oleellista on tietenkin kertoa kuluttajalle, et mitä vaihtoehtoja on ja mistä niitä saa. En mä oo kokenut et jotkut yrittäis jotenkin hyväksikäyttää sitä luomu-sanaa.” Mies, 29

Tämä puhuja vetoaa yhteiskunnalliseen järjestelmään ja sen säädöksiin sekä valvontaan ja pyrkii tätä kautta vakuuttamaan itsensä siitä, että voi edelleen luottaa luomuruoan tuottajiin ja myyjiin. Rajaamalla vastauksensa koskemaan itselle tuttua kotimaata haastateltavat samalla myös sulkevat keskustelun ulkopuolelle sellaiset vasta-argumentit, joissa voitaisiin esittää esimerkkejä ulkomailla tapahtuneista huijauksista. N9 ilmaisee tämän puhumalla suoraan Suomesta kun M1 puolestaan viittaa maahamme *meidän järjestelmällämme*. Haastateltavat N8 ja N7 ovat kuitenkin eri mieltä luomumainonnan luotettavuudesta:

”Et se on ehkä semmonen negatiivinen puoli. Et jos ihminen ei silleen vaivaudu selvittää taustoja enempiä niin sit voidaan helposti just sillä luomusanalla myydä. Ja just pahimmassa tapauksessa tosi paljon kalliimmalla. Ja sit se ei välttämättä kuitenkaan oo ihan just sitä, mitä se ihminen ehkä luulee.” Nainen, 27

”Mut just noi isot yritykset kuten Valio sun muut promoo luomua just sillä, et hei tää on niin kun tosi idyllistä. Niin ei se pidä paikkaansa. Et siinä mieles kuuluis ehkä olla enemmän faktapohjaistakin mainontaa. Et siinä mieles et mikä se ero oikeesti niin kun on.” Nainen, 28

Molemmat haastateltavat peräänkuuluttavat kommentissaan tiedon lisäämistä. N8 toivoisi ehkä kanssaihmisiltään enemmän oma-aloitteisuutta puhuessaan kuluttajien *vaivautumisesta* selvittämään asioiden taustoja itse. N7 puolestaan syyttää suuryrityksiä liialliseen mielikuvamainontaan nojaamisesta ja toivoisi heiltä

enemmän *faktoja* markkinointikampanjoihin. Myös tutkimustuloksia pidetään luotettavina vain toisinaan. Haastateltava N3 toteaaakin tiedonhankinnan olevan hankalaa eri ääripäiden edustaessa luomukeskustelun kenttää:

”Melkeen kaikkeen, mitä luomusta oon lukenut, löytyy kaks vaihtoehtoa. Löytyy se, että on näin. Ja sitten löytyy se, että ei se ookaan näin. Et se riippuu vähän siitä, kuka sitä on tutkinut ja millä tavalla.”

Nainen, 29

Haastateltava N6 peräänkuuluttaakin puolueettomia tutkimuksia aiheesta:

”Ehkä pitäisi tuoda tutkimustuloksia enemmän esille. Kyllä minä luotan niihin. En oo perehtynyt sillä tavalla tutkimustuloksiin, mutta kyllä mun mielestä pitäis enempi saada esille sitä vertailua, et mitä kaikkia mössöjä laitetaan noihin tavallisiin. Et mitä myrkkijä ne on. Mun mielestä se olis enemmän luotettava jos kansanterveyslaitos ja joku tämmönen vastaava instanssi. Koska mie en oikein luota jos joku kauppa tutkii jotain. Enkä myöskään valtioon. Niinhän ne (yritykset) tekee tupakan ja väriaineiden ja kaikkien kanssa. Että kyllä sen pitäis olla luotettava ja puolueeton lähde. Eikä myöskään luomutuottajien lähde. Ei kummaltakaan puolelta.” Nainen, 60

Tässä kommentissa mielestäni mielenkiintoista on vaatimuksien ehkä hienoinen ristiriitaisuus. Ensisijaisesti näyttää siltä, että haastateltava toivoisi julkisuuteen tutkimustuloksia, jotka ovat puolueettomia ja joiden tuloksista ei siis luonnollisesti vielä tässä vaiheessa ole tietoa. Vakuuttaakseen kantansa puolueettomuuden tärkeydestä N6 mainitsee *epäluottamuksensa kauppoihin ja valtioon* ja toivoisi aloitetta esimerkiksi *kansanterveyslaitokselta*. Vastausta tarkemmin analysoidessani näyttäisi kuitenkin siltä, että puhuja pyrkii saamaan kommentillaan aikaan keskustelua nimenomaan luomun positiivisista puolista ja paremmuudesta verrattuna tavanomaiseen ruokaan, jota hän siteeraa *myrkyiksi*. Toisin sanoen, minusta vaikuttaa siltä, että haastateltava on jo omassa mielessään valmiiksi päättänyt, millaisia nuo puolueettomien lähteiden tekemien tutkimusten tulokset olisivat. Niin vakuuttunut hän on luomun paremmuudesta. Hänelle se on todellisuutta.

Kuten aikaisemmin mainittu, epäluottamus tuntuu linkittyvän eniten juuri ulkomaalaiseen luomuun. Tämä epäluottamus ulkomaalaista luomua kohtaan nostetaan esille myös puhuttaessa ilmansaasteista. Osa haastateltavista epäilee ulkomailla tuotetun luomun puhtautta ja haastateltava N6 tuo asian esiin seuraavanlaisesti:

”Mieluummin kotimaista. Koska, vaikka mie itekin lankeen siihen luomu-ulkolaiseen, mikäli sitä ei oo, musta tuntuu, että siellä on niitä saasteita kuitenkin enempi siellä jossain muualla. Esimerkiks siellä missä viinirypäleitä kasvaa, sieltä menee lentokoneita matalalta yli ja se vähän niin kun tuntuu... en ihan täysin luota ulkomaalaiseen luomuun. Onhan luomukookosöljykin tavallaan ulkolainen tuote. Mutta ei sille oo vaihtoehtoja.” Nainen, 60

Haastateltava N6 perustelee vastaustaan esittämällä esimerkin lentokoneiden aiheuttamista saasteista, joista yhteiskuntamme jäsenten voidaan katsoa olevan tietoisia. Kommentista kuuluu kuitenkin mielestäni myös tietynlaista itsekritiikkiä sanavalintojen, kuten *lankeen* kautta. Tämä kuluttaja ei selkeästi haluaisi ostaa ulkomaalaista luomua, sillä ei kykene luottamaan sen puhtauteen, mutta toisinaan näin tekee ja kokee tämän ehkä hieman ristiriitaiseksi. Luomukookosöljyn ostamista hän perustelee toteamalla, että sille *ei ole vaihtoehtoja*. Puheesta erottuu puolusteleva sävy. Tämä on mielestäni jälleen kerran yksi hyvä esimerkki siitä, miten ihmiset tasapainottelevat kahden ääripään, tässä luotettavuuden ja epäluotettavuuden, välillä puhuessaan omasta kulutuksestaan ja näkemyksistään.

5.2 Trendikkyys vs. tavanomaisuus

Toinen aineistosta esille noussut suurempi teema näyttää olevan trendikkyden ja tavanomaisuuden vastakkainasettelu. Tämän sisältä kumpuaa edelleen pienempiä binäärisiä alateemoja, jotka ovat kulinarismi vs. valmisruoka, korkea elintaso vs. matala elintaso ja kaupunkilaisuus vs. maalaisuus. Ensimmäisessä osiossa käsittelen kuitenkin laajemmin trendikkyyttä ja tavanomaisuutta ja näiden linkittyneisyyttä luomudiskursseihin. Kuten myös terveyden kohdalla, myös trendikkydestä puhuttaessa hyvinvointia arvostetaan kokonaisuutena ja itsestä huolehtiminen katsotaan trendikkääksi. Tämän tuovat esille myös haastateltavat N9 ja M2:

”Et luomuun mun mielestä kuuluu sekini, et otetaan vähän niin kun rauhallisemmin ja stressittömämpää elämää. Just niin kun downshiftataan nykyään trendikkäästi, niin se kuuluu siihen. Ja se, että ollaan terveitä ja mietitään elämän arvoja ja liikutaan enemmän.” Nainen, 38

”Se on täl hetkel tosi trendikästä. Yleinen terveystoilu ja porukka on tällä hetkellä kyllästynyt tohon prosessoituun ruokaan, mitä kaupan hyllyiltä löytyy. Olihan täs tää karppausfriikkaus ja kaikki noi muut.” Mies, 32

Molempien haastateltavien kommenteissa esiintyy jossain muodossa sana *trendikkyys*. Tämä yksissään ei kuitenkaan vielä kerro mihin vastaajat puheessaan pyrkivät. Nämä puhujat käyttävät aihetta kommentoidessaan passiivimuotoa, joka viittaisi oman roolin haihduttamiseen. Toisin sanoen, puheessa ei tehdä selväksi haastateltavien omia toimintatapoja eikä kyse ole näiden perustelusta. Kommentit trendikkyydestä pyrkivätkin mielestäni lähinnä kuvailemaan yhteiskunnassamme vallitsevaa ilmiötä laajemmin. N9:n tavasta kertoa *stressittömämmän elämän kuuluvan* osaksi luomua kuitenkin kuvastaa omasta mielestäni myös hänen henkilökohtaista ajattelutapaansa ja tyyliään määritellä luomu. Näin ollen kommentista voisi päätellä myös haastateltavan itse noudattavan tällaista rauhallista elämäntapaa. Myös Zanoli ja Naspetti (2002) ovat tutkimuksissaan huomanneet luomuruoan kulutuksen taustalla vaikuttavien arvojen koostuvan muun muassa sisäisestä harmoniasta ja kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin arvostamisesta. Moisander (1991) puolestaan korostaa sekä fyysisen että psyykkisen hyvinvoinnin tavoittelua osana pyrkimystä tällaiseen yksinkertaiseen ja vaatimattomaan elämään. Myös haastateltava N9 yhdistää nämä ulottuvuudet korostaessaan *sekä elämän arvojen miettimistä että liikuntaa*. Mielenkiintoista tässä mielestäni on se, miten tietynlainen yksinkertaisuus ja vaatimattomuuskin voivat nousta keskusteluissa trendikkäiksi, vaikka usein trendikkyteen liitetään ehkä melko vastakkaisia merkityksiä. Tämän pohdinnan kautta korostuukin hyvin konstruktivismin idea, jonka mukaan todellisuus rakentuu nimenomaan kielen ja puheen kautta – ei vakiintuneiden ajattelumallien avulla.

Haastateltava M2:n puheessa puolestaan vilahtelee mielestäni luomuinnostuksen väliaikaisuus. Hän käyttää ilmaisuja, kuten *tällä hetkellä* ja *kyllästynyt*, joista jälkimmäinen mielestäni kuvastaa erinomaisesti sitä, miten mielialat vaihtelevat. Jollakin hetkellä innostus luomua kohtaan on huipussaan, kunnes siihen myöhemmin kyllästytään ja ilmiön trendikkyys hiipuu. Vertauskuvanaan hän käyttää mielestään vastaavaa ilmiötä, *karppausfriikkausta*. Myös tämän sanavalinnan tapa ilmaista asian olevan ehkä jopa hieman pelottava, kuvastaa mielestäni trendikkäiden, ruokavalioon liittyvien ilmiöiden voimakkuutta ja tunnelatautuneisuutta. Trendikkyden ajatellaan houkuttelevan myös sellaisia ihmisiä kuluttamaan luomuruokaa, jotka eivät siitä muiden syiden vuoksi kiinnostuisi. Toisten kuluttajien mielestä tämä on hyvä asia, toisten mielestä huonompi. Alla mietteitä haastateltavilta N9, M3 ja N10:

”Et se massahan on just tuol yritysmailmassa. Kireet solmiot ja nää. Niittenhän pitäis ostaa sitä. Niil on varaa siihen. Ja niille se pitäis paukuttaa kaaliin, et osta. Peeveli. Et se pitäis sen takia tuoda se julkisuuskuva jotenkin glamourimmaks et se menis jotenkin sinne niin kun niille. Ehkä sen imagoo vois parantaa. Ehkä se on paha, et se on semmonen rehupunttimeiningillä, ehkä vielä vähän mun mielestä. Et se ei oo niin semmonen, mihin vois joku bling-bling-tyttö ihastua.” Nainen, 38

”Varsinkin niin kun nuorten kaupunkilaisten keskuudessa se on trendikästä. Ja ehkä siinä vähän niin kun piileekin sitten se, noh, ongelmat ja ongelmat. Mut sit ihmiset ehkä ostaa sitä oudoista syistäkin jopa. Et se on ylipäättään trendikästä ja ostaa sit just sen takii. Ja tietämättä siitä varsinaisesti mitään.” Mies, 27

”Jos tulee yhtäkään epäterveellistä markkinoille, jotka pilaa sitä luomun mainetta, niin tää on just se ero mun – luomukuluttajana - tai sit siihen joko trendikkäeseen tai ei ajattele kuin itseään. Niin se melko varmasti putoo sit pois sieltä luomun kuluttajista. Paitsi jos se on tehnyt sitä jo pitkään, niin sit se on ehkä niin sitoutunut siihen. Mut mä en putoo sen takia, et on epäterveitä yrittäjiä siel mukana, jotka pilaa jonkun luomun.” Nainen, 52

Kuluttajilla tuntuu olevan vahva kuva siitä, millaisista syistä luomua kulutetaan tai tulisi kuluttaa, vaikka he eivät usein haluakaan eritellä luomun kuluttajia yhdeksi tietyksi stereotyyppiseksi ihmistyyppiksi. Haastateltava N9 haluaisi lisätä luomun kulutusta nimenomaan trendikyyden kautta. Hän puhuu *glamourista*, joka jo ilmaisuna itsenään on uudehko, kansainvälinen ja ehkä trendikäskin tapa kertoa jonkin olevan erittäin tyylikästä. Samaan kategoriaan voidaan mielestäni luokitella myös sanavalinta *bling-bling-tytöstä* tavanomaisemman *rehupuntin* vastakohtana. N9 on innokas aiheen puolestapuhuja, mikä käy ilmi myös voimasanojen, kuten *peeveli*, käytöstä. Innokkuus kuvastaa tässä mielestäni uskoa luomuun ja sen tulevaisuuteen. Haastateltava toivoisi saavansa aikaan muutosta.

Yleisesti ottaen vastaajat tuntuvat tiedostavan kuluttajien erinäiset syyt ostaa luomua, mutta osa haastateltavista pitää itselle vieraampia syitä omituisina. Vaikka sitä ei sanota ääneen, puheen taustalta voi toisinaan erottaa mielipiteen, jonka mukaan kulutuksen syiden *ei kuuluisi* olla tällaisia. Tähän viittaa esimerkiksi M3:n valinta puhua trendikyydestä *ongelmana* ja *outona syynä* tai N10:n tapa erotella itsensä ja trendikkäät kuluttajat eri kategorioihin painottaen omaa *sitoutumistaan* luomuun. M3 myös huomauttaa joidenkin ostavan luomua *tietämättä siitä varsinaisesti mitään*, minkä kautta hän mielestäni luo puheessaan arvostusta

nimenomaan tietämykselle ja rationaalisille ratkaisuille. Osa miettii trendikkyyskeskustelun kautta myös luomun asemaa tulevaisuudessa. Seuraavassa ote ryhmäkeskustelusta, jossa asiaa pohtivat haastateltavat N3 ja N4:

”Ja varmasti siitä kiinnostuu myös sellasia ihmisiä, jotka ei muuten kiinnostuis. Mutta koska se on tällä hetkellä aika muodikasta, niin ihmiset kiinnostuu siitä. Mut saa nähdä jatkuuks se kiinnostus kun se menee tavallaan ohi se pahin trendikkyys siitä.” Nainen, 29

”Vaikee kuvitella, et se olis joku aalto. Mä luulen et se on niin kun tullut jäädäkseen, ja se vakiinnuttaa jonkun tietyn asemansa.” Nainen, 29

Luomu siis mielletään erilaisista kulutuksen syistä huolimatta trendikkääksi. Osa kuluttajista kuitenkin epäilee ilmiön kestävyyttä ja myös haastateltava N3 jättää vastauksensa hieman auki kommentoiden, että *saa nähdä* miten tulevaisuudessa käy. Mahdollinen kiinnostuksen laantuminen ei kuitenkaan vielä horjuta luomun asemaa trendikkäänä, sillä trendillähän viitataan nimenomaan tällä hetkellä voimakkaaseen, ohimenevään muodikkuuden *aaltoon*. Samaa ilmaisua käyttää myös N4, joka kuitenkin uskoo luomun kulutuksen jatkuvuuteen myös tulevaisuudessa. Analysoimistani diskursseista voidaan siis päätellä haastateltavista suurimman osan pitävän luomua trendikkäänä. Vastapainoksi haluan tuoda esiin myös vastakkaisen näkökulman haastateltavalta N6:

”Ei se mun mielestä mitenkään trendikästä ole. Se on elämäntapa. Ei sillä voi niin kun hienostella, että käytän nyt pelkästään luomua. Se on vähän niin kun semmosta et sitä ajattelee ehkä niin paljon enemmän terveyttä kun sitä trendiä.” Nainen, 60

Haastateltava N6 puhuu aiheesta passiivissa, mutta taustalla kuuluu kuitenkin mielestäni tämän oma ääni. Toisin sanoen, voisi ajatella, että tämä kuluttaja on jo kokenut luomun niin pitkän aikaa osaksi omaa elämäänsä, ettei enää ilmiön laajenemisesta huolimatta kiinnitä sen mahdolliseen trendikkyteen huomiota. Mielestäni N6 ikään kuin kertoo tässä nimenomaan omien kulutussyidensä olevan trendikkyiden sijasta muita, vaikkei sitä näin suoraan sanokaan. Trendikkyydelle hän antaa puheessaan hieman negatiivisen leiman valitessaan sanan *hienostella*, sillä tämä sana kuvaa mielestäni jotakin sellaista, mitä ei pidetä täysin aitona ja rehellisenä.

5.2.1 Kulinarismi vs. valmisruoka

Ensimmäisenä trendikkyuden ja tavanomaisuuden alateemana käsittelen vastakkainasettelua kulinarismi/valmisruoka. Moni haastateltavista kertoo olevansa innokas ruokaharrastaja ja arvostavansa hyvää ja laadukasta ruokaa. Samat kuluttajat nostavat myös puheessaan luomun osaksi tätä kulinaristista kokonaisuutta. Näin tekevät myös haastateltavat N8, N4 ja N1:

”No ainakin sen mä voin sanoa, et sen jälkeen kun ollaan muutettu yhteen poikaystävänsä kanssa, niin ruoka on noussut paljon isompaan osaan. Et silloin kun asui yksin, niin mä en ainakaan kauheesti kokkaillut itelleni. Selkeesti on semmonen yhteinen panostus, että syödään hyvin ja hyvää.” Nainen, 27

”Ehkä enemmänkin niin päin, että silloin kun oikeen viimeisen päälle panostaa siihen ateriaan. Että jos vaikka viikonloppuna tekee viimeisen päälle gourmeta, niin se on itelle vähän niin kun sellasta luksusta. (...) Ja mä toivoisin, et jos tänä päivänä joku hemmetin brasilialainen pihvihärkä tai foie gras on sitä gourmeta, niin mä toivoisin, että luomu, luonnonmukainen tai lähiruoka olis tulevaisuuden tällasta parasta mitä rahalla saa.” Nainen, 29

”Mä näen luomun tulevaisuuden aika hyvänä. Siis siinä mielessä kun miettii ittee ja omia kavereita. Niin tuntuu, et ihmiset arvostaa luomua ja siihen halutaan panostaa, niin kun ylipäättään ruokaan halutaan panostaa. Mullakin omassa ystäväpiirissä ruokaan halutaan panostaa ja siitä halutaan nauttia ja se saakin vähän maksaa ja muuta.” Nainen, 28

Nämä kuluttajat toimivat selkeästi puheessaan itse keskeisessä roolissa ja näin perustelevat myös omia päätöksiään kuluttaa luomua. Sosiaalisuus tulee keskustelussa esiin melko vahvasti N8:n mainitessa ruoanlaittotapojensa muuttuneen *poikaystävänsä* myötä ja N1:n viitatessa omaan *ystäväpiiriin*. N8 liittyy luomun *hyvin syömiseen* ja *yhteiseen panostukseen*, jotka sanavalintoina kuvastavat mielestäni nimenomaan luomun laatua osana kulinarismia. Samaan kategoriaan kuuluvia ilmaisuja vilisee myös N4:n puheessa, jossa panostamien lisäksi nousevat esiin laatusanat *gourmet* ja *luksus*. Tämä haastateltava pyrkii tuomaan esille luomun laadun verraten sitä ulkomaalaisiin usein ylellisinä pidettyihin ruokalajeihin. Mielestäni hän myös tavallaan painottaa näiden vaihtoehtojen ulkomaalaisuutta viittaamalla hanhenmaksaan sen ranskankielisellä nimityksellä *foie gras*. Sanoohan N4 itekin suoraan toivovansa nimenomaan luomu- ja lähiruoan nousevan tulevaisuudessa tällaisiksi arvostuksen kohteiksi.

Arvostamisesta ja panostamisesta puhuu myös haastateltava N1, joka tuo esille myös oman näkemyksensä sekä luomun paremmasta laadusta että kalliimmasta hinnasta kommentoimalla, että se *saakin vähän maksaa*. Edellä esitetyt kommentit tukevat mielestäni Kakriaisen ym. (2006) näkemystä, jonka mukaan luomutuotteet voivat saada kuluttajien mielessä myös elitistisen merkityksen. Usein kulinarismista kiinnostuneet kuluttajat nostavat luomun laadukkuusdiskursseissa esille sen paremman maun. Tässä esimerkkejä haasteltavilta M2 ja N10, jotka kuvailevat omia havaintojaan ja perustelevat näillä kulutusvalintojaan:

”Kyl mäkin ilmoitan jos mä oon löytänyt jonkun tosi hyvän niin kyl mäkin sit hehkutan sitä. Kananmunat oli sellanen. Se oli ihan sellanen luksusjuttu. Koska ennenhän söi niitä paskakananmunia ja ne oli oikeesti sellasia, et piti laittaa suolaa ja kaikkee skeidaa päälle, et se maistuu. Noit luomumunii pystyy vetää streittii naamariin. Ne on ihan törkeen hyvän makusii. Se on niin radikaali se makuero, et ohhoh.”

Mies, 32

”Mut kyl mä väitän, että kananmunissa se tuntuu kaikista parhaiten ja vielä enemmän kun ostaa suoraan tilalta. Ne on niin erilaisia ne kaupassa myytävät luomukananmunat, et ihan on niin kun toista maata.(...) Joskus kun kahviin laittaa maitoa niin kyl sen niin kun huomaa, että se ei oo sitä ihanaa käsittelemätöntä luomumaitoa. Kyllä siinä semmonen pakkauksen maku on.” Nainen, 52

Eryisesti kananmunien ja maidon kohdalla makueron ilmoitetaan usein olevan huomattava. Haastateltava M3 asettelee vastakkain luomukananmunat ja niin sanotut tavanomaiset kananmunat akselilla *luksus vs. paska*. Näiden sanavalintojensa avulla haastateltava pyrkii mielestäni vakuuttamaan kuulijan makueron *radikaalisuudesta* luksuksen viitatessa ylellisyyteen ja paskan tai sen synonyymien *skeidan* edustaessa sellaista, mitä meistä kukaan ei haluaisi syödä. Vahvistavana sanana hän käyttää myös *törkeen hyvää*, minkä lisäksi tämä haastateltava päättää kommenttinsa ilmaisuun *ohhoh* ilmeisesti tuodakseen esiin makueron sanoinkuvaamattomuuden. Myös N10 osoittautuu luomukananmunien puolestapuhujaksi. Hän sanoo niiden olevan *toista maata*, joka ilmaisuna yleensä tarkoittaa, että kahta asiaa voi hädin tuskin verrata. Niin paljon parempia luomumunat ovat. Maidosta puhuessaan tämä haastateltava linkittää makukeskustelun puhtauteen liittyvään keinotekoisuusaiheeseen luonnehtiessaan *käsiteltyä* maitoa pakkauksen *makuiseksi*. Vaikka monet kuluttajat mieltävät luomun parempilaatuiseksi ja maultaan herkullisemmaksi, esimerkiksi haastateltava N3 kokee luomuruoan laadukkuuden ristiriitaiseksi:

”Todellakin oon sitä mieltä, että kesällä luomutomaatit maistuu paremmalta, mutta oon muutaman kerran ostanut luomutomaatteja, jotka on maistuneet ihan hirveeltä. Niin kun kitkerän vetisiltä. Et ei niitä oo oikeen voinut käyttää muuhun kun ruoanlaittoon. Tietynlainen epätasalaatuisuuskin tulee siinä esille.” Nainen, 29

Tästä huolimatta kyseinen haastateltava rauhoittaa puheessaan näiden vastakohtien välisen jännitteen toteamalla epätasaisuuden olevan hyväksyttävää, sillä sille on olemassa luonnollinen selitys:

”Eihän luonnossa menekään niin, että kaikki on tasalaatusta.” Nainen, 29

Keskustelu linkittyy jälleen kerran luomun luonnollisuuteen. Tähän vetoamalla haastateltava ikään kuin kokee ristiriidan olevan ratkaistu, eikä omaa valintaa kuluttaa luomua tarvitse sen enempää enää puolustella.

Mielestäni mielenkiintoista on myös se, miten puheen ja ilmaisun kautta annetaan itselle anteeksi mahdolliset poikkeukset luomuruoan kulutuksessa. Esimerkkinä tällaisesta toimii mielestäni hyvin haastateltava N1:n pohdinta kaupan sijainnista syynä ostopäätökseen:

”Kyl niin kun jos meil on maito loppu ja meil ei oo hirveesti aikaa, niin kyl me haetaan sit Siwasta maito. Siis tavallinen maito kun Siwasta ei saa luomua. Ja sit me tyydytään siihen. Et en mä lähe yhen maidon takia Munkkivuoren ostarille, jonne on niin kun neljä kertaa pidempi matka vaan että mä saan sen maidon.” Nainen, 28

Puhuja perustelee niin sanotusti huonompaa ostopäätöstään sijainnin ja siitä koituvan liiallisen vaivan avulla. Kommentti toimii ikään kuin puolustuksena, jolla haastateltava oikeuttaa poikkeukset itselleen. Matkan liian pitkää kestoa hän tuo esille ottamalla avukseen numeerisen määritelmän, *neljä kertaa pidempi*. Hän myös ilmaisee ymmärtävänsä valintansa ostaa tavallista maitoa olevan huonompi. Tähän hän viittaa sanavalinnallaan *tyytymisestä* tavalliseen. Mielestäni puhuja haluaa tuoda esille, että hän kuluttaa mielellään luomua, mutta sallii itselleen poikkeukset tietyissä tilanteissa, jotka hän kokee liian vaativiksi. Samalla hän toivoo myös kuulijan olevan samaa mieltä tilanteiden vaativuudesta ja näin ollen kompromissien oikeutuksesta. Samainen kuluttaja, N1, myöntää myös sortuvansa valmisruokiin, vaikkei pidäkään sitä suositeltavana. Tässä hän tasapainottelee omassa artikulaatiossaan kahden ääripään välillä:

”Et mulle niin kun ehkä vielä tärkeempää kun se, et ostanks mä luomua on se, et mä en ostais niitä pahimpia valmisruokia, mitä mä en oo pitkään aikaan tehnykään – paitsi äärimmäisessä hädässä. Ja sillonkaan se ei maistu ollenkaan hyvältä. Ostan kyllä joskus puolivalmisteita ja totta kai ymmärrän sen, että välillä pitää oikasta ja on jotain tiettyjä valmisruokia kyllä, mitä mä ostan. Mut en siis tykkää syödä valmisruokia. Ja se liittyy kaikki tähän samaan, et tykkää tehdä ruokaa ja arvostaa itseään sen verran, et halua tarjota itselleen jotain muuta kun valmisruokaa. Ja sitten se, et onks tää ite tehty ruoka luomua täysin tai osittain, niin se on sitten mulle oikeestaan se ja sama. Jos mä teen ite ruokaa, tavallisista aineksista: hyvä juttu. Jos mä teen ruokaa luomuaineksista, niin se on niin kun piste i:n päälle. Eli se vaan niin kun kruunaa sen. Et tärkeintä on kuitenkin, et tekee ite ruokaa mieluummin kun ostaa niitä... tai sit jos ostaa valmisruokaa niin kattoo ees et se on niin kun siedettävimmästä päästä.” Nainen, 28

Tämä ruoanlaittoa arvostava kuluttaja kokee luomun kuluttamisesta poikkeamisen suvaittavaksi niin kauan, kun ruoka kuitenkin valmistetaan itse. Tällä maininnalla hän sijoittaakin valmisruoat jatkumon toiseen ääripäähän. Eron mittavuutta kuvastaa luomun mainitseminen *kruunaavana* ja *pisteenä i:n päälle* kun taas valmisruokia hän sanoo ostavansa vain *äärimmäisessä hädässä* eli vain silloin jos tilanne ikään kuin pakottaa hänet tähän. Puhuja mielestäni pyrkii tällä kommentillaan löytämään tasapainon häneen kohdistuvien erilaisten kulutusodotusten välillä. Keskustelun perusteella voisi melkein luulla, että luomua edes satunnaisesti käyttävät eivät saisi lipsahtaa enää valmisruokien puolelle. Mielestäni N1 pyrkiikin puheessaan tekemään eroa itsensä ja valmisruokien välille, sekä vähättelemään poikkeuksien merkitystä sanomalla ostamiensa valmisruokien olevan *siedettävimmästä päästä*. Hän myös muistuttaa, että jos hän niitä ostaa, se ei tarkoita, että hän pitäisi niiden mausta, säilyttäen näin myös oman käsityksensä tietynlaisesta tyylikkyydestä tai hyvästä mausta. Osaltaan tällainen pohdinta viittaa myös Mäkelän (2000) arvioon, jonka mukaan kulttuuristen ideaalien ja käytännön toiminnan vastakkainasettelu näkyvät kuluttajien puheessa ja tietyyntyyppisten arjen syömiskäytäntöjen poikkeuksellisuuden korostaminen paljastaa tällaiset taustalla piilevät ihanteet.

Jännite luomun ja pikaruokaravintoloiden välillä on selkeä. Se miten kuluttajat todentavat tätä vastakkainasettelua omassa puheessaan näkyy hyvin esimerkiksi haastateltava N7:n pohdinnasta. Keskustelu liittyy uutiseen, jonka mukaan myös pikaruokaravintolat ovat alkaneet omaksua luomua omiin valikoimiinsa:

”No nehän on varmaan aika iso ostaja. Et onhan se niin kun hyvä, et ne käyttää luomua, mut niillä on aika monta muuta epäkohtaa. En anna rahojani sinne. Toivottavasti se ei uppoa kehenkään. Luultavasti sillä ei ole mitään haittaa. Silleen kun ajattelee, niin onhan sillä isompi vaikutus, et ostanko mä

luomusalaattia vai ostaako Mc Donald's luomusalaattia. Silleen tietty hyvä jos ne käyttää. Tosiaan ennen kun ne voi sanoa tai mainostaa, että meillä on asiat hyvin niin aika monta muuta asiaa saa ensin muuttaa.” Nainen, 28

Lainauksessa näkyy hyvin se, miten haastateltava tasapainoilee kahden ääripään välillä selkiyttääkseen omaa ajatusmaailmaansa ja sijoittaessaan luomua tähän kokonaisuuteen. Hän nostaa esille sekä uutisen positiivisia että negatiivisia puolia, mutta hänen toiveensa siitä, ettei kyseinen markkinointi *uppoisi kehenkään*, kertoo mielestäni haastateltavan omasta suhtautumisesta, jonka mukaan pikaruokaravintoloiden toiminta on valheellista. Hän ratkaisee pohdintansa toteamalla, että hän itse ei aio antaa rahojaan pikaruokaravintolalle ikään kuin tällä tavoin siirtäen vastuun muille. Samantyyppisessä tilanteessa myös haastateltava M2 pohtii omien asenteidensa sijoittumista tässä luomun ja valmisruokien välisessä kamppailussa:

”Ja kyllä sitä tulee väkisinkin mietittyä jos menee tollaseen perinteiseen ketjuravintolaan, Chicosiin tai Amarilloon, tai mitä näitä nyt on, niin sehän nyt on ihan varmaa, että se jauheliha on jotain ihan perusshittii. Ja se mitä siihen päälle heitetään, grillimausteita sun muuta, niin nehän on sit ihan täynnä kaikkee natriumglutamaattia ja muita. Se on ihan varma juttu. Kun tarpeeksi harvoin menee, niin en mä ala siel nirsoilee sitten. Et kyl mä safkaan sitten.” Mies, 32

Jälleen kerran tämä haastateltava vertaa sanavalinnallaan prosessoitua ruokaa *shittiin*, eli ulosteeseen tuodakseen esille sen ällöttävyyden ja syömäkeltomuuden. Hän mainitsee myös *natriumglutamaatin* eli tuon monelle nyttemmin tutuksi tulleen lisäaineen, jonka yleensä tiedetään olevan vähintään *jotain paha*. Eihän sana itsessäänkään kuulosta miltään luonnolliselta, päinvastoin. M3 on asiastaan *varma*, mutta myös hän oikeuttaa itselleen poikkeukset, puolustautuen sillä, että niitä tapahtuu *tarpeeksi harvoin*. Toisena puolustuksenaan hän mainitsee, ettei ala *nirsoilla*, jota yleensä pidetään negatiivisena toimintana vallitsevien käyttäytymissäntöjen mukaan. Hän ikään kuin vetoaa mielestäni tässä olettamaansa normistoon. Analysoimissani keskustelussa valmisruokiin ja pikaruokaravintoihin tunnutaan liitettävän myös aiemmin mainittu turvallisuusaspekti. Esimerkiksi haastateltava N6 myöntää suoraan pikaruokaravintoloiden välttämisen taustalla vaikuttavan pelon epäpuhtauksia kohtaan. Näin eri teemat linkittyvät jälleen kerran toisiinsa haastateltavien puheessa:

”Mul on pikaruokaravintoloista kerrottavien kauhutarinoiden vuoksi mennyt ihan ruokahalut. Ei tosissaan tiedä, missä uskaltaa käydä. Hyvä, että ravintolatkin alkaa panostaa luomuun.” Nainen, 60

5.2.2 Korkea elintaso vs. matala elintaso

Monet niistä luomun kuluttajista, joita haastattelin, uskovat luomun näkyvän erityisesti parempituloisten henkilöiden kulutusvalinnoissa. Elintasokeskusteluun nostetaan hyvin vahvasti esille tulotaso kuten haastateltavien M1, N1 ja N8 vastauksissa:

”No varmaan hinta ainakin sen verran rajaa pois ihmisiä eli sellasia, jotka ei voi ostaa luomua kun niiden pitää hirveen tarkkaan miettiä, et paljon siihen ruokaan voi käyttää rahaa. (...) Kyl mä voisin veikkaa, et se olis jotenkin niin kun koulutetumpien, koulutettujen ihmisten, ehkä niin kun keskiluokkasten ja paremmin tienaavien.” Mies, 29

”Eli ehkä tämmösen, ja osittain se liittyy kyllä myös parempaan elintasaan. Eli en sano, et se luomuruoka on niin kallista, et pitää tienata enemmän, mut se selkeesti kuitenkin mun mielestä menee niin, että ne, jos on vakituksessa työssä ja on jokseenkin keskinkertaiset tulot, niin sitten siihen luomuun haluaa panostaa. Mut se on sitten ehkä eri asia jos on pienet tulot ja monta lasta ja muuta niin tommosia asioita miettii sit vähän eri lailla. Siinä mielessä myönnän luomun tällä hetkellä niin kun.... suhteellisen hyvin toimeen tulevien pariskuntien ruoaksi. Nainen, 28

”Siel luomun kuluttajissa on viiskymppisiä naisia. Niil on nyt lapset lähteneet kotoa niin ne panostaa itseensä. Plus et niil on rahaa käyttää, jolloin se saattaa mennä niin kun vähän överikskin et kaikki mikä on vaan itselle terveellistä ja superfoodia ja mitä muuta.” Nainen, 27

Haastateltavat kuvailevat tässä yleisesti luomun kulutuksen linkittymistä elintasaan ja tuloihin. M1 liittää tulotason vahvasti *koulutukseen* ja kategorisoi kuluttajia *luokkiin*. Myös Harperin ja Makatounin (2002) haastattelemat henkilöt liittivät luomuruoan vahvasti juuri korkeampiin sosio-ekonomisiin luokkiin. Koulutustasoa ovat tutkimuksissaan painottaneet myös Isoniemi ym. (2006). Haastateltava N1 puolestaan painottaa vakituisen työn merkitystä tulojen takaajana ja katsoo tulotason vaikuttavan myös ajattelumaailmaan viittaamalla asioiden *miettimiseen eri lailla*. Puheessaan hän tuo esille, miten hyvä toimeentulo avaa näin mahdollisuuksia tehdä valintoja. Sekä hän että N8 mainitsevat *panostamisen*, N1 ruokaan liittyen ja N8 korostaen henkilön itsensä hyvinvointia. Jälkimmäinen kuluttaja liittääkin mielestäni puheessaan yhteen terveellisyys- ja tulokeskustelun kuvaillessaan *superfoodia* käyttäviä kuluttajia. Hän mainitsee rahankäyttömahdollisuuksien mahdollistavan myös kulutuksen *överiksi menemisen* eli tässä

yhteydessä liiallisen keskittymisen ainoastaan ruoan terveysvaikutuksiin. Herääkin kysymys, vaatiiko omasta hyvinvoinnista huolehtiminen ja terveellinen luomuruokavalio keskimääräistä korkeamman tulotason. Ainakin monet haastateltavistani kokevat tulotason rajaavan luomun kuluttajia. Tämän tuovat esille omassa puheessaan esimerkiksi haastateltavat N3 ja M1:

”Mutta en kyllä nää, että joku opiskelija, vaikka haluaisikin ostaa niin ei välttämättä kykene ostamaan luomua.” Nainen, 29

”Mut sit se voi olla kans oma tilanne, et ei voi tehdä niitä valintoja. Et opiskelijana esimerkiks, otti aina sen kaikista halvimman vaihtoehdon.” Mies, 29

Vaikka luomun kuluttajista puhutaan trendikkäinä ja nuorina, näiden haastateltavien puheessa opiskelijoiden ei kuitenkaan uskota käyttävän yhtä paljon luomua tulotasonsa vuoksi. N3 puhuu opiskelijoista passiivissa häivyttäen näin oman roolinsa toimijoiden kentän ulkopuolelle kun M1 puolestaan viittaa juuri omakohtaisiin muistoihinsa korostaen näin ymmärrystään tätä kuluttajaryhmää kohtaan. Molemmissa kommenteissa mielestäni ikään kuin puolustellaan juuri opiskelijoiden syytä olla ostamatta luomua, vaikka molemmat haastateltavat itse kuuluvatkin nykyään luomun kuluttajiin. Pienempituloisille opiskelijoille annetaan mielestäni ikään kuin oikeus olla piittaamatta luomun kulutuksen perusteluista. Kaikki eivät kuitenkaan ole täysin samaa mieltä tulotason rajaajavaikutuksesta. Haastateltavat N5 ja M2 pohtivat valintojen merkitystä:

”Mutta sitten on niitäkin, jotka sitten taas toisaalta... et jos on vähän rahaa niin sitten panostaa ja säästää sitten jostain muusta.” Nainen, 30

”Sitähän mä täs kelasin, et se olis pelkästään hyvätuloisten hommaa. Mut ei se oikeesti oo sitäkään. Jos ihminen innostuu tosta oikeesti, niin ei se kato mitään tuloja siinä et jaksaa tsiikaa mitä syö. Voi se olla silleen, et jos sul on iso perhe ja monta lasta niin sil on siinä vaiheessa jotain merkitystä. Mut ihminen, joka asuu yksin voi syödä just sitä mitä se halua.” Mies, 32

Molemmat haastateltavat kommentoivat aihetta passiivista käyttäen ikään kuin eivät itse kuuluisi keskustelun aiheena olevaan kuluttajaryhmään. Tästä huolimatta heillä on molemmilla suhteellisen vahva mielipide siitä, miten pienituloiset voivat ratkaista luomun kalliimmasta hinnasta koituvan ongelman. N5 puhuu valintojen merkityksestä ehdottamalla säästämistä jossain muussa asiassa. M2 puolestaan vetoaa innostukseen ja katsoo

tämän ylittävän tulorajojen merkityksen. Hän kuitenkin tasapainoilee mielipiteensä kanssa siinä mielessä, että mainitsee *ison perhekoon* saattavan vaikuttaa valintamahdollisuuksiin alentavasti. Tulotason lisäksi luomu liitetään myös yleisemmin korkeampaan elintason. Tällöin ei välttämättä suoranaisesti viitata kuluttajan taloudelliseen tilanteeseen, mutta esiin tulevat esimerkiksi henkilön sosiaaliset suhteet ja sitä kautta tämän sosiaalinen asema hieman tavanomaista trendikkäämpänä ja tyylikkäämpänä yksilönä. Tästä keskustelevat muun muassa haastateltavat N8 ja N1:

"Mä en tarkota, et olis niin kun minkäänlaista luokka-ajattelua lietsoa, mut esimerkiks se millasessa asemassa sä oot ja minkäläisten ihmisten kanssa vietät aikaa niin kyllä se vaikuttaa siihen suuntautumiseen. Et ei pelkästään se raha vaan ehkä sä oot suuntautunut ajatuksissas muutenkin tiettyihin suuntiin." Nainen, 27

"Jos mä mietin näitä mun ystäviä myös, jotka käyttää jonkun verran luomua niin he on elämäntyyliiltään hirveen samanlaisia kun me. Eli heille ruoka ei oo vaan polttoainetta vaan se on niin kun päivän ja viikon kohokohta. Mietitään ajoissa, mitä kokataan viikonloppuna, kokataan pitkään ja halutaan tehdä arkenakin hyvää ruokaa ja kutsutaan ystäviä nimenomaan syömään. Eli siis kun mä mietin näit ihmisiä, jotka syö luomua, niin he myös yleisesti ottaen panostaa enemmän ruokaan ja nautintoihin ja niille se on tärkeempi asia. Ja usein semmoset ihmiset arvostaa esimerkiks kaunista kotia tai tykkää käydä myös ulkona syömässä ja se elämäntyyli on semmonen itseensä panostava ja semmonen aika nautintokeskeinen. Kun sit taas ihmiset, jotka ei välttämättä... ihmiset, jotka syö lauantai-iltasin kalapuikkoja, euron kalapuikkoja, niin mä en mitenkään osaa nähdä, että ne sitten ostais luomua. Niille se on ehkä vaan niin kun... et nyt vaan syödään jotain nopeesti halvalla." Nainen, 28

Kuten N1 aikaisemmin, tässä N8 puhuu *ajatuksien suuntautumisesta tiettyihin suuntiin*. Hän puhuu *aseman* vaikutuksesta luomun kulutukseen kuvaillaessaan näkökulmaansa, mutta varoo antamasta kuvaa, että asettaisi itse ihmisiä eriarvoisiin asemiin. Mielestäni puhuja miltei pyytää anteeksi esille tuomaansa totuutta muistuttamalla, ettei hän halua *lietsoa luokka-ajattelua*. N1 liittyy keskustelun omaan elämäänsä ja tuo esille myös muita mielestään paremman elintason tunnusmerkkejä, kuten mahdollisuuden *kauniiseen kotiin* ja *nautintokeskeisyyteen*. Hän puhuu selkeästi erilaisista *elämäntyylyleistä* ja kuvaa elämäntyylieroja sijoittamalla luomuruoan vastakkaiseen ääripäähän *euron kalapuikot*, jotka hän rinnastaa epämääräisesti *johonkin nopeaan ja halpaan*. Perusteluna kalapuikkojen huonommasta laadusta haastateltava korostaa niiden huokeaa hintaa, *euroa*. Lyhyesti sanottuna kommentilla pyritään mielestäni perustelemaan luomun kuluttamista omaan,

korkeampaan elämäntyyliin vedoten. Osa kuluttajista tuntuu liittävän korkeampaan elintason myös immateriaaliset tekijät kuten arvomaailman ja kyvyn ajatella asioita. Osa tutkimukseen osaa ottaneista kuluttajista nostaa tärkeinä tekijöinä esille merkitysten tiedostamisen. Näin tekevät myös haastateltavat N4 ja N5, jotka keskustelevat keskenään sekä haastateltava N7, joka painottaa aatteellisuutta kulutuksen taustalla:

”No on varmaan sellasta vastuuntuntosta ja tiedostavaa elämäntyyliä.” Nainen, 29

”Niin ehkä se tiedostaminen on ehkä siinä just se.” Nainen, 30

”Se on ehkä ihmisillä se, et kun se on kalliimpi. Mut sit kun ajattelee, niin ymmärtää minkä takia se on kalliimpaa ja jos ajattelee, että se on hyvä juttu, niin sit siitä periaatteessa on valmis maksamaan. Et jos siitä ei oo valmis maksamaan niin sit ei ehkä karusti sanottuna oo niin sitoutunut siihen hommaan.”

Nainen, 28

N7 tuo keskusteluun jo läpikäydyn hintaeron luomun ja tavanomaisen ruoan välillä. Hän kuitenkin puolustelee luomun korkeampaa hintaa vetoamalla kuluttajan *maksuvalmiuteen* ja tätä kautta *sitoutumiseen*, jota hän ilmiselvästi itse pitää tärkeänä osana luomun kulutusta. N4 puolestaan viittaa tietoisuuden linkittyvän *vastuuntuntoisuuteen*. Tässä tuleekin esille ehkä juuri niiden trendin perässä kulutustottumuksiaan muuttavien ihmisten tietäntyyppinen kategorisointi, ehkä jopa väheksyminen. Toisaalta trendikkäitä kuluttajia luonnehditaan usein aikaansa seuraavina ja tätä kautta asioita tiedostavina. Tietoisuus ja tiedostava onkin tässä erotettava käsitteinä toisistaan. Niin sanottujen aatteita vaalivien luomukuluttajien keskuudessa tiedon todellisella määrällä tuntuu olevan enemmän painoarvoa. Monet sekä trendikkyuden että aatteellisuuden puolesta puhuvista luomun kuluttajista tuntuvat haastattelujen perusteella pitävän itseään ja muita luomun kuluttajia tiedostavampina yksilöinä verrattuna muihin kuluttajiin. Tämä saa minut pohtimaan, kokevatko he näin ollen olevansa luomukeskustelussa muiden yläpuolella.

Olen nyt analysoinut korkean ja matalan elintason eroa luomun kulutukseen sekä tulotason että asenteiden ja muiden immateriaalisten tekijöiden kautta. Suurimmaksi osaksi elintasodiskursseja hallitsevat kuitenkin taloudelliseen tilanteeseen liitetyt argumentit. Yksi keskustelua leimaava mielenkiintoinen piirre on kauppojen luomuvalikoiman linkittäminen asuinalueen mukaan. Esimerkin tästä antaa muun muassa haastateltava N8:

”Hyvä esimerkki on se, että kun me käydään välillä Oulunkylän Mustassa Pekassa, jonka ympäristössä asuu tosi paljon rikkaita rouvia niin siel on tosi hyvät luomuvälikoimat. Ja kuinka kalastajat myy tuoretta kalaa Helsingin edustalla. Niin väitän, että tietyillä alueilla kyl se tarjonta on ihan erilaista. Ja kyl se myös peilaa se kysyntä ja tarjonta. Et tietyillä alueilla kulutetaan enemmän.” Nainen, 27

Tässä haastateltava kuvailee elintason linkittyneisyyttä luomun kulutukseen tuomalla esille sen tosiasian, että myös kaupat ovat huomanneet tämän mahdollisuutena. Totuus pohjaista esimerkkiä käyttämällä argumentti saa lisää painoarvoa ja tulee näin ollen ehkä puhujan näkökulmasta todellisemmaksi. Lopuksi hän hakee vakuutusta väitteelleen myös kaupallisesta teoriasta vetoamalla kansantaloudellisiin oppeihin *kysynnän ja tarjonnan kohtaamisesta*.

5.2.3 Kaupunkilaisuus vs. maalaisuus

Asuinalueesta puhutaan myös verrattaessa kaupunkilaisia ja maaseudulla asuvia luomun kuluttajia. Kuten esimerkiksi Kakriainen ym. (2006), myös moni haastatteleistani henkilöistä epäilee luomuruoan kulutuksen keskittyneen enemmän pääkaupunkiseudulle ja muihin suurempiin kaupunkeihin. Asiaa pohtivat esimerkiksi haastateltavat N1 ja N8:

”Ymmärrän myös sen, että mä katon maailmaa ihan kauheen suppeesta vinkkelistä. Et mä katon niin kun sitä, et mitä me tehään täällä kantakaupungissa Helsingissä. Et se on ihan itsestään selvää et tänne putkahtelee trendikkäitä luomu- ja lähiruokaputiikkeja. Ja ihmisten elämäntyyli on ehkä vähän erilainen. Että sitten jos ruvetaan miettimään, että kuinka valosana mä nään luomun tulevaisuuden koko Suomessa, niin sitä mä en oikee osaa sanoo, et miten esimerkiks maaseudulla suhtaudutaan luomuun. Toisaalta, sieltähän se tulee, mut ajatteleeks ne vaan, et tää on niin kun meidän kaupunkilaisten hömpää tää luomu ja me sit vaan maksetaan täst paljon enemmän vai haluuks ne ajaa sitä samalla lailla niin sitä mä en osaa sanoo.” Nainen, 28

”Kyl mä luulen, et tää täst kehitty. Ensinnäkin mä oon huono arvioimaan tilannetta kun mä asun täs kaupungissa. Mä luulen, et täällä ollaan tosi paljon edellä niin kun suhtautumisessa ja miten nyt on tehty tämmönen trendi tästä. Mut sit ihan jossain maaseudulla ne varmaan nauraa sille, että täällä ihmiset maksaa tuplahintaa elintarvikkeista, jota saa omalta pihalta.” Nainen, 27

N1 ilmoittaa heti kuuluvansa itse kaupunkikuluttajien joukkoon valitsemalla sanamuotoja *me* ja *tänne*. Samalla hän työntää vastuun näkemyksensä todellisuudesta itsensä ulkopuolelle. Hän kuvaa tietämystään Helsingin tilanteesta ja sanavalinnoissa vilisevät jälleen *trendikkyys* ja *elämäntyyli*, mutta *maaseudulla asuvien suhtautumisesta* haastateltava on epävarma. N1 pohtii ajatellaanko luomua *kaupunkilaisten hömpänä*, mikä mielestäni kuvastaa haastateltavan omaa ehkä hieman epävarmaa suhtautumista luomuun tai oman kulutuksensa syihin. Kommentti on osa tätä pohdintaa ja tasapainottelua eri ääripäiden välillä, mutta selkeää vastausta kysymykseen ei tunnu löytyvän. Myös N8 vähättelee oman arvionsa merkitystä vetoamalla omaan kaupunkilaisuuteensa. Hän nostaa esille aiemmin käsitellyn asioiden tiedostamisen *edellä olevan suhtautumisen* kautta ja liittää keskustelun jälleen kerran *trendikkyteen*. Kulutuksen sijasta N8:n puhe kääntyy lopulta luomusta maksamiseen. Hän viittaa siihen, että kyllä maallakin luomua käytetään, *omalta pihalta*. Mutta kaupunkilaiset ovat pohdinnan mukaan sitten ehkä niitä, jotka *maksavat tuplahintaa*. Trendikkydestä huolimatta tämä taitaa olla haastateltavan mielestä hieman ristiriitaista, sillä hän epäilee maaseudulla asuvien *nauravan* kaltaisilleen kuluttajille. Molemmat näistä vastaajista kategorisoivat itsensä luomun kaupunkilaiskuluttajiksi ja oman ilmaisunsa kautta ehkä myös trendikkäiksi. Samalla taustalla piilee kuitenkin orastava epävarmuus omien kulutustapojen ja luomun hinnoittelun oikeutuksesta. Pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuva haastateltava N10 jakaa oman näkemyksensä luomun kulutuksen maantieteellisestä keskittymisestä:

"Varmaan nyt on lisääntynyt muuallakin. Mut se voi olla muuten yks, mikä on saattanut vaikuttaa taustalla mun kulutukseen, että Mikkelin seutuhan on ollut jo 90-luvulla luomutietoinen. Juvan luomuhan on siinä lähimaastossa. Ja siellähän oli luomua jo paljon enemmän kun täällä pääkaupunkiseudulla siinä vaiheessa. Ja sinne kun kauppaan meni niin se tuli oikeen silmille se luomu. Ja must se on niin kun hyvä asia. Itseenkin vaikutti." Nainen, 52

Omiin havaintoihinsa vetoaa myös haastateltava N4:

"Kyl se on voimakkaampaa täällä pääkaupunkiseudulla. Mutta mä oon ite kotosin pienestä pitäjästä Pohjanmaalta ja kyllä mä oon huomannut, että kun mä siellä oon käynyt niin ihan samalla tavalla perusmarketeissa on lisääntynyt tarjonta ja sielläkin on lähiruokapiirejä. Mä olin todella jotenkin aivan yllättynyt. Mä ehkä vähättelen ihmisten... (kiinnostusta maaseudulla). Mutta mun maalla asuva isä

ainakin ajattelee että se on ihan humpuukia koko touhu. Se sanoo, että yhtenä päivänä viljellään toista ja toisena toista.” Nainen, 29

Haastateltava N10 pohtii selkeästi artikuloitujen oman luomun kulutuksensa alkuaskelia ja nostaa tässä tärkeään rooliin juuri maaseudun luomutarjonnan. N4 puolestaan asuu itse pääkaupunkiseudulla, mutta perustaa näkemyksensä matkoillaan tekemiinsä havaintoihin. Hän kertoo olleensa *yllättynyt* luomun näkyvyydestä maaseudulla, mikä mielestäni kertoo sekä siitä, ettei haastateltava itse ole aiemmin uskonut luomun kulutukseen maaseudulla, että myös hänen pyrkimyksensä painottaa asian todellisuutta. Toisin sanoen N4 pyrkii vakuuttamaan kuulijansa siitä, että vaikka hänen sanomansa tuntuisi epäilyttävältä, niin totta sen on. Toisaalta tällä kuluttajalla on myös päinvastaisia havaintoja liittyen hänen maaseudulla asuvan isänsä kommenttiin, jonka mukaan koko touhu on *humpuukia*. Näiden omakohtaisten havaintojen ja niistä kertomisen kautta N4 pyrkiikin löytämään tasapainon ja todellisuuden kahden ääripään eli luomun kaupunkilaisuuden ja maalaisuuden välillä. Yhdeksi selittäväksi tekijäksi kaupunkilaisten kiinnostukselle luomuruokaa kohtaan katsotaan olevan vähäinen tietoisuus ruoan alkuperästä. Kaupunkilaisten ja maaseudulla asuvien luomun kuluttajien ja -kasvattajien vastakkainasettelua pohtivat haastateltavat M3 ja N9:

”Mut kun siihen liittyy sit jonkun verran just sitä, et kaupunkilaiset ei oikein tiedä, mistä se ruoka tulee ja sit ne on ehkä kiinnostuneita siitä. Ja sit ne on just tämmösissä ruokapiireissä ja on kiinnostunu luomuruoasta. Ehkä se sit maaseudulla on eri lailla. Ne tavallaan tietää enemmän siitä ruokatuotannosta.” Mies, 27

”Mut sit ehkä siinä se nimi luomu tai se brändi, et se on niin kun luomua. Kyl se ehkä taas estää sen menekin maaseutualueilla. Et jos ne sit ajattelee, et tää on tämmöstä kaupunkilaispäättäjien haihattelua kun ne ei enää ees... kun ne on niin kaukana maaseudusta. Tai siitä alkutuotannosta. (...) En mä usko, että maaseudulla asuva väestö mitenkään olis luonnonmukaisempaa viljelyä vastaan vaan ehkä sit enemmän sitä brändiä. Et ne jotenkin kokee, et se on niin kun brändätty se ruoka. Ja et se on sit taas jotenkin niin kaukana siitä käytännöstä. Tavallaan kun se on lähtenyt maaseudulta ja sit joku kaupungissa keksii brändätä sen ja pistää maitopurkkiin ja sit sen saman logon aina kaikkialle ja mennään sinne takas naapurikylään myymään, niin ehkä siinä tulee semmonen, et ”aha”.” Nainen, 38

Haastateltava M3 ei niinkään ota kantaa kulutuksen jakautumiseen, mutta kuvailee syitä, joiden usko vaikuttavan kaupunkilaisten kiinnostukseen luomua kohtaan. Hän nostaa jälleen kerran tiedon tärkeään

asemaan ehdottaessaan selitykseksi kiinnostukselle *tiedon puutetta*. Haastateltava ei kritisoi ketään eikä korosta omaa rooliaan toimijana. Hän vain tuo esille sen, mitä pitää itse loogisena selityksenä. N9 puolestaan syyttää luomun *brändäystä* kulutuksen keskittymisestä nimenomaan kaupunkeihin. Hän ei kritisoi luomua, mutta kokee luomun brändäyksen johtavan ikään kuin epärehelliseen mielikuvaan, *kauas alkutuotannosta*. Brändi, jota yleisesti pidetään kaupallisissa teorioissa tärkeässä asemassa, ei tälle kuluttajalle tunnu luomun kohdalla olevan juuri muuta kuin *logo maitopurkissa*. M3:n painottaessa tiedonhalua kulutusvalintoja ohjaavana tekijänä N9 korostaa jakeluketjun ja markkinointikoneiston ironian tiedostamista. Hän kuvaa markkinointiketjun ironisuutta tuoden esiin luomun reitin pellolta naapurikylän kauppaan. Lopulta sanottavaksi ei jää enää muuta kuin tympääntynyt ja kuluttajan voimattomuutta esiintuova ilmaisu *”aha”*. Keskustelussa tiedostamisen ja tiedon vaikutuksista kulutuksen keskittymiseen on mielestäni hyvä nostaa esille myös N10:n hieman eriävä mielipide:

”Et kyl mä oon odottanut sitä, et kaupoissa olis ihmisiä enemmän puhumassa luomusta. Koska siellähän se ostopäätös tehdään. Helsinki on vähän eri asia. Täällä mä luulen, et no kivijalkakaupat löytyy jo aika hyvin ihmisiltä. Mut sit heti kun me mennään tonne Periferiaan, niin se on ihan eri asia.”

Nainen, 52

Tämä kuluttaja kokee nimenomaan kaupunkilaisilla olevan enemmän mahdollisuuksia tiedon lisäämiseen luomuun liittyvissä asioissa jo senkin vuoksi, millainen kaupan rooli on tässä keskustelussa. Maaseutua N10 vertaa Periferiaan eli paikkaan, joka on todella kaukana ja jossa tilanne on näin ollen täysin toisenlainen. Vaikkei trendikkyyttä mainita sanallakaan, linkittyä tämäkin keskustelu mielestäni aikaisempiin diskursseihin kaupunkilaisista, aikaansa seuraavista ja asioita tiedostavista ihmisistä, joiden trendikkäiden elintarvikkeiden kulutusta ja kysyntää myös kaupunkilaiset kaupat pyrkivät peilaamaan. Kuten olen jo aiemmin maininnut, eivät aineistoni teemat sulje toisiaan pois, vaan diskurssit ovat linkittyneitä keskenään, toisinaan heikommin ja toisinaan vahvemmin. Luomuruoan trendikkyuden vs. tavanomaisuuden määrittäjinä olen nyt tuonut esiin diskursseja kulinarismista/valmisruoasta, korkeasta/matalasta elintasosta sekä kaupunkilaisuudesta/maalaisuudesta. Seuraavassa osioissa perehdyn siihen, miten luomu näkyy keskusteluissa elämänsäilyttämisestä suhteessa maapallon tuhoamiseen.

5.3 Elämän säilyttäminen vs. maapallon tuhoaminen

Kysyttäessä arvoista luomukulutuksen taustalla monet haastateltavista tuovat esille halun suojella planeettaamme ja sillä asuvia ihmisiä nyt ja tulevaisuudessa. Ajatusmaailmaansa avaavat N2, N9, N7 ja N10:

”No elämän säilyttäminen on varmaan siinä yks. Tää suhtautuminen lisäaineisiin ja myrkkyihin on vähän semmonen kyselevä eli onko tarpeen. Ja onko ihan turvallista ja terveellisiä jne.” Nainen, 49

”Et se on semmonen, mikä pitäis olla ehkä enemmän nykyään mielessä, et ei mennä kun päättömät kanat tuolla ja hötkyillä ja hössötetä ja taota sitä rautaa koko ajan hulluna.(...) Jos ymmärrettäis se, ettei täällä olla yksin. Maailman kokonaisuus, ekologinen osuus on meillä jokaisella. (...) Ihmiset ei ajattele kauheen pitkänäköisesti näitä terveys- ja luomuasioita. Et se on pidempi kokonaisuus kun vaan me ottamassa sitä sieltä.” Nainen, 38

”On varmaan näitä, joihin mä osittain lukeudun, mutta en kokonaan. Että hurauttaa vähän niin kun tämmöseen aatepuoleen. Et ostaa niin kun ihan sen takia, et hyvää on hyvä tukea.” Nainen, 28

”Semmonen, joka oikeesti kuluttaa sitä, eikä vaan sen takia, että se olis trendi, niin mä voin puhua ystäväpiiristäni tai siitä. Suurin osa on jotenkin luonnonsuojelijoita, ja ihmisiä, jotka välittää siitä, mitä me jätetään jälkipolville. (...) Must se on hyvä se aforismi, et ”En halua, että muut tekevät niin kun minä teen. Haluan, että muut tietävät, mitä minä ajattelen”. Et se on mulle niin kun tärkeä.” Nainen, 52

Ensimmäisessä kommentissa haastateltava N2 tuo esille epäilyksensä *lisäaineita* kohtaan. Hän tuntuu pitävän näitä erittäin vaarallisina rinnastaen lisäaineet *myrkkyihin*. Hän haluaa tuoda esille huolensa siitä, että lisäaineet saattavat vaikuttaa negatiivisesti *elämän säilyttämiseen*. N9 toivoisi ihmisten rauhoittuvan miettimään elämän säilyttämisen tärkeyttä ja nostavan luomukeskustelussa esille myös tulevaisuuden merkityksen. Haastateltava käyttää puheessaan paljon stressiin ja kiireeseen viittaavia kielikuvia, kuten *kuuman raudan takomista* ja *päättömiä kanoja* tuodakseen esille nykytilanteen hullunkurisuuden. Hän kertoo mielipiteensä passiivissa erottamalla itsensä tällaisen ajattelumaailman, tai pikemminkin ajattele mattomuuden ulkopuolelle. Ajatusmaailma on tärkeä myös kuluttaja N7:lle, joka sanoo *hurautaneensa aatepuoleen*. Hän

pitää tätä kuitenkin positiivisena asiana ja perustelee samalla omaa luomun kulutustaan vertaamalla sitä *hyvän tukemiseen*. Haastateltava N10 tuo puheessaan esiin ihmisten kategorisoimisen vetämällä rajan trendikkäiden ja luonnonsuojelijoiden ajattelutapojen välille. Hän kertoo itsensä ja ystäväpiirinsä *välittävän jälkipolvista* ja ikään kuin nostaa tämän kuluttajatyypin muiden yläpuolelle. Puhujalle tuntuu olevan tärkeää, että myös muut ymmärtävät hänen ajatusmaailmaansa ja syytään toimia tietyllä tavalla. Tätä hän korostaa lausumalla aihetta kuvaavan aforismin, jättääkseen mielipiteensä paremmin kuulijan mieleen. Haastateltava N10 jatkaa keskustelua ihmisten itsekeskeisyydestä:

”Mulle se ei oo pelkästään se, et se on luomua vaan mä ajattelen sitä niin kokonaisuutena. Et se mitä me tänään tehdään, vaikuttaa seuraavan 100 vuoden päähän. Kun hirveen harva ajattelee taas niin ja ajattelee ehkä enemmän sitä omaa itseään ja et kun mä syön sitä, niin mulle ei tuu niitä. Mä ajattelen jo sitä, et kun se eläin on siellä, niin se ei kärsi. Ja toisaalta se kasvattaminen ei pilaa meidän luontoa. Se on niin kun se, mikä siel on niin kun takana mulla. Mä naureskelin sitä, et tavallaan hulluhan mä oon, et kun mulla ei ole lapsia, niin mähän voisin ajatella, että big deal, mitä mä tänne jälkeeni jätän. Mutta kun mä en ajattele niin. Kun mä ajattelen niitä muitakin ihmisiä. Ja sitä ympäröivää. Kun meil on kuitenkin aika ainutlaatuinen tää meidän Suomi. Et halutaanks me pilata se?” Nainen, 52

Tämä haastateltava tuo esille toimintamme vaikutukset tulevaisuuteen käyttämällä apunaan numeerista ilmaisuja, *100 vuoden päähän*. Hän mainitsee tärkeinä huomionarvoisina tekijöinä sekä *eläimet, luonnon* että *muut ihmiset*. Mielestäni hän pyrkii kommentillaan tekemään selvän eron itsensä ja itsekeskeisten ihmisten välille painottamalla omaa rooliaan puheen toimijana. Hän tuo esille, että voisi lapsettomana ajatella toisellakin tavalla, mutta on valintansa tehnyt ja näin ollen liittyy luomun erittäin vahvasti juuri näihin arvoihin. Yhteisöllisyys tulee esiin esimerkiksi sanavalinnoissa, kuten *meidän Suomi*. N10:n kysyessä, *miksi me halutaan pilata se*, puheesta voi erottaa syyllistävänkin sävyn. Moni haastateltavista, kuten myös N7, N9 ja N1, pohtivatkin omantunnon vaikutusta luomun kulutukseensa:

”Tieto lisää tuskaa. Välillä tekee oikeen paha kun joutuu ostaa vaikka normaaleja banaaneja kun tietää et ne ei oo reilun kaupan. Ja sit välillä kun ei oo sopivaa maitoa ja pitää ostaa sitä toista, niin sit on ai ai ai.” Nainen, 28

”Ja sit kun on kerran hurahtanut niihin, niin ei haluis enää palata. Et siitä tulee jotenkin ihan huono omatunto, et mitä mä nyt syön ja mistä tää on tuotu ja missä lie kasvanut ja millä lie vedellä kasteltu ja

mitä lie myrkkijä buukattu. Et nyt mä siirrän ne itteeni, kiva. Et heti rupee tää kelaus kun sä otat sen parsan ja rupeet pilkkoo niin "kiva". Mut pakkohan se on silti syödä jotain. Et ehkä siinä parsassa on niitä muita hyviä aineita sitten. Ehkä. Jotka kumoaa ne kaikki pahat." Nainen, 38

"Mä en niin kun enää, öö, tai enää, en mä tiedä oonks mä koskaan kokenut, mut mä en koe huonoo omaatuntoa siitä tai et jos mä en osta luomuporkkanaa vaan mä oon vaan fiiliksissä siitä, et mä ostan porkkanaa." Nainen, 28

Haastateltava N7:n kommentissa nousee jälleen esiin tiedon merkitys. Sanonta *tieto lisää tuskaa* viittaa hänen oman elämänsä ristiriitaan eli toisin sanoen huonoon omatuntoon. Henkilö tiedostaa luomun olevan hänelle paras valinta, mutta ostaa silti luomun sijaan muita elintarvikkeita. Hän viittaa luomumaitoon *sopivana*, mutta käyttää toisaalta sanavalintaa *normaali*, banaaneista, jotka eivät ole luomua. Tässä tulee mielestäni mielenkiintoisella tavalla esille, miten yhteiskunnassamme vallitsee käsitys prosessoidusta ruoasta normaalina, vaikka alun perin normaalilla on viitattu niin sanottuun alkuperäiseen, luonnolliseen vaihtoehtoon.

Huonoa omatuntoa potee myös haastateltava N9, joka pelkää syömiensä elintarvikkeiden sisältävän epämääräisiä, *mitä lie* myrkkijä tai kasteluvettä. Hän valitsee sanan *paha* kuvaamaan yleisesti tätä vaihtoehtoa ja löytääkseen sisäisen tasapainon, tämä haastateltava joutuu selittämään myös itselleen, miksi toisinaan kuluttaa näitä pahoja elintarvikkeita. Tämän jännitteen kahden ääripään välillä hän ratkaisee toteamalla, että jotakin on *pakko* syödä. Toivomalla ääneen parsan ravintoaineiden kompensoivan siitä saatavia pahoja asioita hän myös ikään kuin vakuuttaa itselleen tämän olevan totta. Haastateltava N1 ei puolestaan koe tuntevansa huonoa omatuntoa, vaikka valitsisikin tavallisen porkkanan. Tässä suhteessa hän on ikään kuin samoilla linjoilla N9:n kanssa. Hän on *fiiliksissä* ostaessaan kasviksia. Se riittää tälle kuluttajalle selitykseksi, eikä hän koe asiasta suurempia ristiriitoja.

5.3.1 Lapsien tulevaisuuden turvaaminen vs. lapsien tulevaisuuden heikentäminen

Tulevaisuuden sukupolvien ajattelu liittetään usein lapsiperheisiin. Tästä ajatuksiaan jakavat haastateltavat N1, N3 ja N6:

"Mut silti tiedän kyllä, et paljon esimerkiksi lapsiperheetkin käyttää luomua just sen takia et lapsille eritoten halutaan pyrkiä tarjoamaan turvallista ja puhdasta ruokaa." Nainen, 28

”Ja musta tuntuu, et ne ihmiset, jotka käyttää niin kun ainoastaan lähiruokaa tai luomua tai on jossain osuuskuntajutuissa mukana niin kyllä ne on tosi usein perheellisiä ihmisiä, jotka haluaa, et niille lapsillekin on jäljellä jotain tästä maapallosta. Et siel on semmonen tietty selvä vastuuntunto siitä, et miten tuotetaan tällä hetkellä asioita, että se olis kestävä jollain tavalla.” Nainen, 29

”Niitähän on paljon perheitä, jotka ite viljelee. Ja enemmän ajattelee. Niil on niin kun elämäntapana se, et ne enemmän panostaa siihen luomuun sen takia, että ne haluaa, että lapset olis mahdollisimman terveenä.” Nainen, 60

Haastateltava N1:n kommentissa lasten tulevaisuuden turvaaminen linkittyy luomuun sen *turvallisuuden* ja *puhtauden* kautta. Näin eri teemojen alle jaetut diskurssit linkittyvät jälleen yhteen. Tämä tukee mielestäni luomuruoan taustalla vaikuttavien sosiaalisia arvoja tutkineen Moisanderin (1991, 78) väittämää siitä, että perheen turvallisuutta pidetään yhtenä tärkeimmistä perusarvoista. N3 nostaa puheessaan esille erilaiset *ruokapiirit*, joihin hän linkittää nimenomaan lapsiperheiden kulutuksen ja halun *jättää jotain myös lapsille*. Vastuuntuntoa voidaan hänen mielestään korostaa myös jakelukanavan valinnassa. Lapsiperheet ja vaihtoehtoiset kanavat nostaa esille myös haastateltava N6, joka uskoo nimenomaan perheiden harrastavan itse *viljelyä elämäntapana*. Lapsiperheiden ja vaihtoehtoisten jakeluverkostojen yhteen liittäminen on mielestäni mielenkiintoinen diskursseissa esiin nouseva tapa tuottaa todellisuutta. Tämä voi mielestäni johtua esimerkiksi ruokaosuuskuntien käytännöistä, joiden mukaan ruokaa tulee kerralla ostaa suurempi määrä, minkä puolestaan uskon palvelevan juuri lapsiperheiden tarpeita. Oli jakelukanava sitten mikä tahansa, N9 ja N6 peräänkuuluttavat ravintovalinnoissa ja -kasvatuksessa vanhempien vastuuta:

”Ja mun mielestä se lähteekin sieltä, et lapsuudesta pitäis enemmän painottaa. Koska mun mielestä se tärkeys tulee eniten esille just sieltä niiden ruokkimisella ja kaikki raakamaidot ja muut kehiin saman tien koska ei lasten kuulu juoda prosessoitua maitoa. Sit ne saa siitä allergiakohtauksia ja kipristyksiä. Haloo! Ja se, että saadaan niin kun parhaat kasvumahdollisuudet sille lapselle niin kaikki mahdollinen apu sinne, ettei tungeta siihen niitä myrkkijä ja hamppareita. Ja ne asenteethan lähtee sieltä ja sit ne opitaan. Kotoohan kaikki lähtee pyörimään.” Nainen, 38

”Kun meillä on itellä lapsia paljon ja lapsenlapsia. Niin tänä päivänä kun lapsilla lisääntyy syöpä ja allergiat niin joskus sitä haluais tietoisuuteen niin räväyttävän tutkimuksen, Hesarin yksi etusivu, missä

kerrotaan näistä allergioista ja syöivistä ja sairauksista ja miten luomuruoka voi niihin vaikuttaa. Että lapset on sillä tavalla lähellä sydäntä. Haluaisin, että ihmiset ajattelee, jos ei itsensä takia niin lastensa takia.” Nainen, 60

Haastateltava N9 vetoaa olettamiinsa hiljaisiin normeihin huomauttamalla, ettei lasten *kuulu* juoda prosessoitua maitoa. Hän perustelee asiansa vakavuutta ottamalla keskusteluun mukaan prosessoidusta ruoasta saadut *allergiakohtaukset ja kipristykset*. Hän korostaa asennekasvatuksen tärkeyttä ja painottaa kaiken lähtevän *kotoa* käsin. Myös Lehtosen (2004) tutkimassa päiväkotikokeilussa luomulähiruoan käytön koettiin vaikuttavan lasten arvomaailmaan, asenteisiin ja valintoihin. Mielestäni mielenkiintoista on myös lasten tulevaisuuden turvaamisen linkittyminen pikaruokakeskusteluun. Tämä haastateltava asettaa *parhaiden kasvumahdollisuuksien* toiseen ääripäähän *hampparit*, jotka hän rinnastaa puheessaan *myrkkyyihin*. Kuluttaja on siis ehdottomasti pikaruoan vastustaja ja kokee sen vaikuttavan negatiivisesti lasten terveyteen ja tulevaisuuteen luomuruoan asettuessa keskustelun toiseen päähän.

Lasten terveydestä, allergioista ja muista sairauksista puhuu myös haastateltava N6. Ehkä hätkähdyttääkseen kuulijansa todella ymmärtämään oman sanomansa, tämä kuluttaja sisällyttää vastaukseensa myös sanan *syöpä*, joka tuntuu julkisen keskustelun perusteella olevan yksi tunnetuimmista ja pelätyimmistä sairauksista Suomessa. Hän vetoaa puheessaan vanhempiin ja kertoo toivovansa ihmisten avaavan silmänsä ja tiedostavan luomun positiiviset terveysvaikutukset. Hänen luottamuksensa median voimaan keskustelun avaajana, sillä hän ehdottaa aiheesta julkaisua *Hesarin etusivulle*. Vanhemmilta siis odotetaan vastuun ottamista lastensa ruokailutottumusten luojina. Osa haastateltavista on tämän vastuun jo hyväksynytkin. N1 pohtii tätä kautta myös omaa tulevaisuuttaan:

”Ja sitten, tavallaan... jos saa omia lapsia, niin halutaan heillekin... niin kun olla varmoja siitä, että syöttää turvallista ruokaa. Ja siinä mielessä mä uskon kyllä, että luomulla on hyvä tulevaisuus.” Nainen,

28

N1 esittää perustelunsa passiivissa eikä hänellä vielä ole omia lapsia, mutta silti hän vetoaa luomun *turvallisuuteen* ja siihen, että voi olla tästä *varma*. Näin ollen myös luotettavuuden rooli osana turvallisuuskeskustelua korostuu entisestään. Osalla haastateltavista on lasten ruokavalioon vaikuttamisesta omakohtaista kokemusta. Haastateltava N6 kuvailee oman perheensä ruokailutottumuksia ja luomua niiden osana kysyttäessä, miten hän on alun perin kiinnostunut luomusta:

”Musta tuntuu, että silloin kun kaksoset syntyi 25 vuotta sitten. Ja kun perunanviljelijä kertoi, että he myrkyttävät satonsa niin usein, jopa 5 kertaa, että viljelevät erikseen oman ruokansa ja myyntiin menevän sadon. Sit meil oli poika allerginen ja piti olla aika tarkka kaikessa. Mutta toisaalta kyllä minä yritin luomua silloin tyttären kanssakin eli 36 vuotta sitten. Oon siitä lähtien aika tarkkaan harkinnut mitä lapsille annetaan kun ne on ollu lapsia.” Nainen, 60

Haastateltava N6 liittää luomun kulutuksensa alkuaskeleet lastensa syntymään ja perustelee tämän elämäntapahtuman kautta kulutustapojensa muuttumista. Hän mainitsee *yrittäneensä* luomua myös aiemman lapsensa syntymän aikoihin, mutta epäselväksi jää, miksei siinä ole onnistuttu. Enemmän hän painottaakin sitä, että on itse ollut *harkinnoissaan tarkka* tästä lähtien. Kertomaansa turvautuen hän voi näin ollen tuntea itsensä niin sanotusti hyväksi äidiksi. Haluan nostaa esille myös N6:n tavan käyttää asiantuntijaa argumenttinsa apuna. Kommentissaan tämä haastateltava viittaa tuttuun viljelijään ja tältä saatuun rehelliseen tietoon. Hän käyttää hyväkseen sanomansa huomioarvoa perustellessaan luomuperunoiden olevan turvallisempia myrkytettyihin verrattuna. Hänen mukaansa jälkimmäisiä ei syö edes viljelijä itse, mikä onkin melko huomiota herättävä kommentti kuvitellun tilanteen ironisuudesta johtuen.

Vaikka lapsiperheiden roolia ja lasten tulevaisuuden turvaamista painotetaan luomukeskustelussa, osa haastateltavista kuitenkin epäilee lapsiperheiden mahdollisuuksia ostaa luomua johtuen luomun korkeammasta hintatasosta. Tätä kuvailee myös haastateltava N9:

”Must tuntuu, et lapsiperheillä voi olla se ja tämmösillä työttömillä ja ihan kellä vaan, et sitä rahaa ei silleen oo sitä ylimääräistä ja sitä sit pihdataan siellä ruokaostoksissa.” Nainen, 38

Ehkä luomun korkeampi hinta onkin osasy siihen, miksi nimenomaan lapsiperheiden ajatellaan olevan mukana erilaisissa ruokapiireissä. Rahatilanteeseen vedotessaan haastateltava lukee myös itsensä mukaan keskusteluun viittaamalla *tämmösiin työttömiin* ja näin ollen kategorisoi vaivihkaa itsensä ja omat syynsä olla kuluttamatta luomua yhteen lapsiperheiden kanssa. Rahasta puhuminen *ylimääräisenä* saattaa mielestäni viitata myös siihen, että tämä kuluttaja kokee luomun olevan ikään kuin arjen luksusta: sitä ostetaan silloin kun siihen on varaa, oli kyseessä lapsiperhe tai ei. Analyysini tästä osiosta voimme mielestäni päätellä, ettei kyseinen luomukeskustelu keskity pelkästään lapsille jotakin jättämiseen, vaan myös lasten kasvattamiseen.

5.3.2 Ympäristöystävällisyys vs. ympäristön tuhoaminen

Ympäristöystävällisyys on puhtauden ohella ehkä yksi selkeimmin esille nostetuista argumenteista puhuttaessa motiiveista luomun kulutuksen taustalla. Ekologisuudesta keskustellessaan moni haastateltavista tuo ensimmäisenä esiin viljelykäytännöt. Näin myös haastateltavat N7 ja N10:

”Ne torjunta-aineet on paljon luonnollisemmat. Se maa ei köyhyä niin paljon kun käytetään vuoroviljelyä esimerkis. Ei oo niin kun sitä, et käytetään yks pläntti loppuun ja sit siirrytään seuraavaan. Et se ei oo semmosta kaikki irti. Et sit kun siitä ei saa enää mitään irti niin sit mennään muualle.”
Nainen, 28

”Et selkeesti näkee sen kahtiajaon. Et ne on nää viherpiipertäjät, jotka puhuu tästä ympäristöystävällisyydestä. Ja sit on ne, jotka on eläneet siinä. Et heille on kaikki sanoneet, et se on näin. Täl on huonompi tuotto, täl on parempi tuotto. Ranskassa oli jossain tutkittu tehoviljelmää. Oli otettu kuutio maata ja tutkittu, mitä siel on. Ja siel ei ollut ollenkaan elämää. Siel ei ollut mikrobien mikrobia. Siel ei ollut matoja, siel ei ollut mitään. Niin sillon mä ajattelin, et ”Ei hyvää päivää mitä me tehdään tälle meidän luonnolle!”. Mä oon ympäristövastaavana töissä. Mä tiedän taas viljelytekniikoista sen, että me pilataan luonto sillä, että me tungetaan kemiraa sinne, entistä kemiraa, keinotekoisia lannoitteita. Ja siitä ei sillä tavalla ollut mitään tuloksia muuta kun et se on oravanpyörä. Kun sä kerran laitat niin sä saat 100 kertaa laittaa. Kyl mä oon sen todennut, että me ei ikinä pystytä siihen, mihin luonto pystyy. Et vaikka me yritettäis tehdä kuinka hyviä lääkkeitä ja kuinka hyviä ravinteita, me yritettäis tehdä maalle kaikki. Niin me ei pystytä siihen.” Nainen, 52

Haastateltava N7 linkittää puhtauden myös osaksi ekologisuuskeskustelua kommentoimalla luomutuotannon *luonnollisempia torjunta-aineita* ja painottamalla puhtauden tärkeyttä myös maanperän kannalta. Hän tuo esille luomutuotannossa hyödynnettävän, vaihtoehdoisen tavan eli *vuoroviljelyn* ja kritisoi tavanomaista tehoviljelyä *maan köyhdyttämisestä*. Mielestäni tämä haastateltava rinnastaa niin sanotun tavanomaisen tehoviljelyn mielivaltaiseen välinpitämättömyyteen, riistoon ja hylkäämiseen puhuessaan ihmisen tavasta pyrkiä saamaan *kaikki irti* ja tämän jälkeen *siirtymään seuraavaan*. Ehkä kommentilla halutaankin kritisoida ja syytellä mainittuja käytäntöjä omatunnon herättelemiseksi.

Haastateltava N10 on vankkaa luomuviljelyn puolestapuhuja, mutta pyrkii puheensa kautta ymmärtämään myös toisinajattelijoita – tai ainakin selvittämään itselleen näiden mahdollisia syitä erilaiseen ajattelutapaan. Samalla hän kategorisoi nämä henkilöt selvästi itsensä ja oman ryhmänsä ulkopuolelle mainitsemalla *selkeän kahtiajaon*. Hänen mukaansa erilainen ajattelutapa johtuu erilaisesta ammattikoulutuksesta, johon nämä ihmiset ovat suhtautuneet luottavaisesti. Kyse on ollut *tuotosta* ja sen tavoittelun ohjaamista päätöksistä. Tällä kuluttajalla tuntuu olevan niin sanotusti pehmeämpi tyyli keskustella viljelijöiden roolista, eikä itse ihmisiä kritisoida rankasti. Hän kuitenkin nostaa luomuviljelyn paremmuuden selkeästi esille viittaamalla tieteellisiin *tutkimustuloksiin* ja omaan kokemukseensa *ympäristövastaavana*. Korostamalla ammattitaitoa ja tiedettä argumenttiensa lähteinä puhuja hakee sanomalleen luotettavuutta. Hän kertoo keinolannoitteiden käytön johtavan *oravanpyörään*, joka on itsessään jo latautunut sana kuvatessaan vaihtoehtojen rajoittuneisuutta. Omaan yhteyttään luontoon hän korostaa ilmaisujensa kautta, puhuen *meidän* luonnosta.

Mielenkiintoiseksi keskustelujen päällekkäisyyden kannalta koen myös N10:n tavan liittää yksittäisen yrityksen rooli keskusteluun ympäristöystävällisyydestä. Hän nimittäin käyttää kemiallisen lannoitteen synonyymina *kemiraa* eli kansainvälisen vesikemian yhtiön nimeä. Tällä tavoin haastateltava rinnastaa kyseisen yrityksen yhtä pahaksi kuin kritisoimansa kemialliset lannoitteet. Yrity maailman rooli korostuu siis myös tässä diskurssissa, mikä luo taas puolestaan sillan pohdintaan suuryritysten vallasta luomuun liittyen. Lopulta N10 toteaa vielä, että me (ihmiset) *emme ikinä pysty siihen mihin luonto pystyy* korostaen näin luonnon merkittävää ja korkeampaa asemaa suhteessa ihmiseen. Tämä hierarkkinen asettelu puolestaan korostaa puhujan näkemystä ja kehotusta siitä, että ihmisen tulisi kunnioittaa (yläpuolellaan olevaa) luontoa. Päinvastaisen näkemyksensä luomuviljelyn paremmuudesta jakavat haastateltavat M2 ja N1:

”On siinä negatiivista ehkä kasvihuonepäästöjen kannalta. Vaik eläimet saa mennä tuolla vapaasti ja näin niin onhan se ympäristön kannalta kuluttavaa. Onhan toi normituotantokin kuluttavaa, mut toi on vissiin vielä enemmän. Näin mä oon käsittänyt.” Mies, 32

”Mut taas sit toisaalta, sekin on totta, et jos kaikki ruoka tuotettais luomulla niin eihän meillä riittäis ruoka.” Nainen, 28

Haastateltava M2 puhuu luomun negatiivisista vaikutuksista nimenomaan ympäristön kuormituksen kannalta. Kommentti ei kuitenkaan mielestäni kuulosta siltä, että sen tarkoituksena olisi kritisoida luomutuotantoa vaan lähinnä myöntää sen valitettavia piirteitä. Tähän viittaa mielestäni sanamuoto *onhan*, joka ei kuulosta

läheskään yhtä voimakkaalta väitteeltä kuin vaihtoehtoisesti muoto *on*. Puhuja myös luo eroa itsensä ja kommenttinsa välille tuomalla esiin, että näin hän on asian *käsittänyt* eli toisin sanoen hän on kuullut sen jostain muualta. Epävarmuuteen viittaa myös sanavalinta *vissiin*. Kuten aikaisemmin olen todennut, moni luomun kuluttajista pitää tärkeänä luotettavuutta. Tämä kuluttaja tähtääkin kommentteissaan rehellisyyteen myös luomun mahdollisista haittavaikutuksista, vaikka samalla pyrkii rajaamaan itsensä pois luomun vastustajien joukosta. Samoilla linjoilla on myös haasteltava N1, joka puolestaan on juuri ennen esittämäänsä kommenttia pohtinut luomuviljelyn hyötyjä ja tasapuolisuuden nimissä myöntää myös *senkin olevan totta*, että luomuviljely aiheuttaa ongelmia ruoan riittävyyden kannalta. Myös hänen valintansa muotoilla lause viittaa mielestäni siihen, ettei ajatus ole alun perin hänen omansa. Kyseiselle näkökulmalle löytyy useita vastustajia. Kysyttäessä mielipidettä tähän kommenttiin, haastateltavat N10 ja N6 toivat esiin seuraavanlaisia näkemyksiään:

”Sehän on todettu, että näin ei ole. Siitähän on tehty tutkimus, että jos me oikeesti siirryttäis luomuun, me pystyittäis paljon paremmin ruokkimaan tää maapallo. Juuri sen takia, että se maa tuottaa. (...) Sadothan on alussa paljon pienempiä. Mutta se maan tuottavuus on paljon parempi. Eli sun tarvii vähemmän iskee sinne sitä tavaraa. Ja sä saat silti sen saman sadon. Niinhän ne väittää nykyään ne luomutuottajat, et samanlaisen sadon saat kun oot siirtynyt siihen. Alussa se on selkeesti pienempi. Mut sit myöskään ei tarvii käyttää kasvinsuojeluaineita.” Nainen, 52

”Mie en oikeen jaksa uskoa siihen. Nythän mun käsittääkseni ruokaa tuotetaan yli tarpeen. Sitähän menee kaatopaikalle ihan mielettömät määrät.” Nainen, 60

Haastateltava N10 kumoo väitteen vedoten yleisesti luotettavana pidettyyn lähteeseen, eli tutkimukseen. Lisäksi hän erittelee argumentissaan, miten tämän totuuden voi havaita käytännössä. Hän myöntää satojen olevan alussa pienempiä, mutta myös huomauttaa tuottavuuden olevan suurempi. Haastateltava kertoo, mistä tämä johtuu ja mitä se edellyttää sinulta (viljelijänä). Hän vetoaa jälleen kerran ammattitaitoon viitatessaan *luomutuottajien näkemykseen* asiasta, vaikka tosin käyttääkin epäilevää sanamuotoa *väittää*. Kuten sanottu, N10 myöntää *sadon olevan alussa pienempi*, mutta kompensoi tätä miinuspuolta heti perään sillä positiivisella tosiasialla, *ettei myöskään kasvinsuojeluaineita tarvita*. Mielestäni puhuja pyrkii kommentillaan vakuuttamaan kuluttajan käyttämällä tehokeinonaan rehellisyyttä. Tässä analyysissäni haluan muistuttaa, että puhuessani totuudesta, ei kyseessä ole mikään objektiivisesti koettu yksi totuus, vaan näkemys siitä, miten kyseinen puhuja rakentaa omaa sosiaalista totuuttaan puheensa kautta.

Myöskään haastateltava N6 ei usko käsiteltyyn väitteeseen, vaan vetoaa siihen, mitä itse ilmeisesti pitää yleistietona: ruoka riittäisi jos sitä ei menisi niin paljon kaatopaikalle. Vaikka usein keskusteltaessa ruoan riittämättömydestä vedotaan nimenomaan suuriin kansoihin ja kehitysmaihiin, on N6:n kommentti keskittynyt vahvasti kuitenkin Suomeen ja muihin hyvinvointivaltioihin, joissa tällainen on vielä mahdollista. Tässä korostuukin selkeästi diskurssien ja niiden tuottaman todellisuuden kontekstisidonnaisuus. Se mikä on totta toisaalla, ei välttämättä ole sitä jossakin muualla. Maaperän ja viljelyn lisäksi keskusteluissa luomun ympäristöystävällisyydestä nousee esille myös muita aiheita, kuten jätteiden määrä sekä kuljetusmatkoista aiheutuvat ilmansaasteet. Näistä puhuvat myös kuluttajat N3 ja N2:

”Jos oot semmonen ihminen, joka heittää roskat maahan tuolla kadulla niin sä tuskin ostat luomua.

Nainen, 29

”Sit he (Eat&Joy) pyrkivät pakkauksista vielä eroon. Mikä on tämän uuden jätelain tavoite. Sekin on se, mikä mua kiinnostaa. Ehkä nämä luomuihmiset kiinnittää myös tähän pakkaukseenkin huomiota että pakkauskin on luontoystävällisempi. Pakkaukset on mulle myöskin tärkeä ostoperuste.” Nainen, 49

”Ei mulla oo mitään ulkomaalaistakaan luomua vastaan. No tietysti kuljetusmatkat... Et ei se oo pelkkä työllisyys. Et kyllä se on tämä koko hiilijalanjälkireppu, mikä on perässä ja mitä yrittää mieltiä.” Nainen, 49

Kysyttäessä arvoista luomun kulutuksen taustalla haastateltava N3 toteaa roskaavien ihmisten tuskin kuluttavan luomua. Näin ollen hän linkittää yhdellä lauseella luomun kulutuksen osaksi kokonaisvaltaista ympäristöstä huolehtimista, jossa muun muassa jätteiden lajittelu otetaan huomioon. Samoilla linjoilla on myös kuluttaja N2, joka kertoo *pakkausten luontoystävällisyyden* vaikuttavan omaan ostopäätökseensä ja uskoo myös muiden luomuihmisten kiinnittävän huomiota esimerkiksi juuri pakkauksiin. Sama kuluttaja mainitsee ympäristötekijöiden – ja tässä tarkemmin kuljetusmatkoista aiheutuvien saasteiden – vaikuttavan myös siihen, että hän suosii kotimaisia luomutuotteita. N2 vetoaa *hiilijalanjälkireppuun* eli mittariin oman kulutuksensa ja elintapojensa vaikutuksista ympäristöön keinonaan perustella ympäristövaikutusten todellisuutta.

5.3.3 Eläinten hyvinvointi vs. eläinten huono kohtelu

Eettisyys nostetaan usein esille luomuruoosta keskusteltaessa ja se liitetään vahvimmin eläinten hyvinvointiin. Tässä osiossa ensimmäiseksi analysoin kommentteja haastateltavilta N1, N7, N2 ja N9:

”En todellakaan oo eläinaktivisti, mutta pidän eläimistä ja koen, et se, et me niit syödään, on jo ihan tarpeeks. Et se et niitten ei tarvii siin prosessin aikana kärsii ihan kauheesti niin kyl se on mun mielestä erittäin tervetullutta, et luomulla voidaan niin kun antaa niille paremmat oltavat.” Nainen, 28

”Ja sit eläinten kohalla on mun mielestä selvä ero. Et vaikka ne luomulehmät ei oo mitään semmosia kun isovanhempien lapsuudessa. Mut kummiskin niillä on paremmat oltavat.” Nainen, 28

”No en mä oo ihan tyytäväinen näihin määritelmiin, että millasissa oloissa luomueläimet on lihatuotannossa. Että ei se oo paljon sen kummempaa kun muuallakaan. Mutta tietysti se mitä ne syö, on lähempänä sitä mihin ne on alun perin suunniteltu. Etteivät joudu ainakaan syömään mitään aivan älytöntä. Kyllä vois luomueläinten kohtelussa vieläkin petrata.” Nainen, 49

”Et ei niitä nyt ihan niin voi kohdella ... Ne on kuitenkin tuntevia ötököitä, niin ei niitä voi niin kun telkee johonkin. Ne saa stressiä. Se maistuu siinä lihassa. Sit kun vertaa taas siihen tuotantoeläimen kohteluun niin kaikki on siitä parempaa. Jos mennään niin kun tähän normaalimpaan mitä eläin tekee luonnossa. Eikä oo niin kun siellä kaltereiden takana. Mut jos halutaan, et eläin on ihan luonnollisessa tilassa, niin eihän niillä riitä tilaa siihen. Et ihminen on syönyt kaikki paikat jo. Et ne on taannuttanu oikeesti ne eläinten olosuhteet siihen, ettei oo mahdollisuutta siihen.” Nainen, 38

Yleisesti vaikuttaa siltä, että haastateltavat pitävät luomutuotantoa parempana vaihtoehtona eläintuotannossa, mutta haluavat kuitenkin painottaa, etteivät liitä tähänkään tuotantomuotoon minkäänlaisia romanttisia harhakuvia. Jokainen haastateltavista pyrkii esittämään asiansa järkiperusteluin. Tämä ei kuitenkaan pois sulje huonon omatunnon mahdollista vaikutusta luomulihan valintaan. Esimerkiksi haastateltava N1 sanoo lihansyönnin itsessään olevan jo *ihan tarpeeks*, ilmaisun negatiivisessa merkityksessä. Haastateltavan pohdinnasta heijastuu miestäni myös ehkä aavistuksen huono omatunto, jota hän silloin tällöin turruttaa valitsemalla luomuvaihtoehdon. Omien sanojensa mukaan hän kokeekin luomun antavan eläimille

paremmat oltavat. Hyvistä olosuhteista ei kukaan uskaltaudu puhumaan. Onhan kyseessä kuitenkin eläinten päätyminen lopulta teurastettaviksi. Tästä syystä puhutaankin juuri *paremmuudesta* ja tuotantotapojen *eroista*. Haastattelun tulkinta linkittyy yhteen Niva ym. (2004) tutkimuksen kanssa, jossa heidän haastattelemansa henkilöt mainitsivat luomulihan *pehmentävän* sitä faktaa, että eläimiä tapetaan ruoaksi.

Haastateltava N7:n mielestä ero tehotuotannon ja luomutuotannon välillä on selvä. Myös hän pyrkii tuomaan esiin, ettei katsele asiaa niin sanotusti vaaleanpunaisten lasien läpi tai rinnasta luomueläintuotantoa nostalgisesti entisajan onnellisiin eläimiin mainitessaan, ettei tilanne ole enää sama kuin *isovanhempien lapsuudessa*. Haastateltava N2 puolestaan painottaa erojen minimaalisuutta. Hän myöntää näiden olevan olemassa, mutta painottaa, ettei ole tyytyväinen määritelmiin. Toisin sanoen vastuu yksisyisihmiseltä eli viljelijältä siirretään lainsäädännölle. Tämä saa minut pohtimaan, onko luomussa lopulta siis kyse nimenomaan yksilön suojelemisesta? Vai onko nykyihmisen näkemys automaattisesti se, että niin kauan toimitaan väärin, kunnes laki pakottaa meidät muuttamaan omia käytäntöjämme? Vastaus tähän jää saamatta. Selväksi tulee kuitenkin se, että tämä haastateltava vaatisi myös luomutuottajia *petraamaan* entistä enemmän eläinten kohtelussa.

Haastateltava N9 kokee eläinten olot tehotuotannossa vankilaan verrattavaksi. Hän puhuu eläinten *telkeämisestä* ja *kaltareiden* takana olemisesta. Tämä haastateltava perustelee myös syyt siihen, miksi eläimet eivät voisi elää entistäkin vapaammin. Eläintensuojelijana ja kasvissyöjänä tämä tuntuu olevan hänen oman arvomaailmansa vastaista ja hän joutuukin perustelemaan tilannetta ehkä ennen kaikkea itselleen pystyäkseen käsittämään vallitsevan tilanteen ja elämään tämän tosiasian kanssa. Usein luomuruokavalion katsotaan linkittyvän kasvissyöntiin juuri elämän säilyttämisen kautta. Myös haastateltava N9:n puheessa voi erottaa tämän yhteyden.

"Mut lähinnä just se raadollisuus, mikä on mun mielestä ihan eläinsuojelulakia rikkovaa. Jotenkin ällöttää se ajatus. Toki mä syötän mun miehelle lihaa joskus ja mun koira syö lihaa, mut mä en vaan itse pysty." Nainen, 38

Tälle kasvissyöjälle eläinten syöminen, ja etenkin eläinten tehotuotanto, ovat verrattavissa eläinsuojelulain rikkomuksiin, mikä on itsessään erittäin vakava syyte. Toisin sanoen, haastateltava N9 haluaa oikeusjärjestelmäämme viitaten painottaa perusteluissaan nimenomaan oikeudenmukaisuuden puutetta. Hän kuvaa ajatusta *raadollisena* ja *ällöttävänä*. Samoin ilmaisin kuvataankin usein juuri hengen riistämistä toiselta.

Tämä haastateltava joutuu tasapainottelemaan käytännön ratkaisuisaan omien näkemystensä ja muiden perheenjäsentensä ruokailutottumusten välillä. Ilmeisesti hän on löytänyt mielessään tasapainon, sillä hän kertoo *toki syöttävänsä lihaa miehelleen ja koirilleen*, kuulostan siltä, kuin se olisi hänestä täysin itsestään selvää. Vaikka monella haastateltavista on selvä näkemys eläinten oloista luomutuotannossa, osa luomun kuluttajista mainitsee selvästi, ettei heillä ole tietoa luomun vaikutuksista eläinten hyvinvointiin todellisuudessa. Näin asiaa pohtivat haastateltavat M3 ja M1:

”Kyl mä ostan luomukananmunia sen takia, et mä ajattelen – tai en mä oo käyny yhelläkään luomutilalla, et mistä minä tiedän mitä siellä tapahtuu, mut niitä mä ostan sen takii, et mä ajattelen – et ne kanat saa olla vähän vapaammin. Mut en mä oo siihen hirveesti perehtynyt ja mä en osta luomulihaa kyllä juurikaan.” Mies, 27

”No mä en oo tiennyt, et luomulla on... niin kai se sit just on vaikka luomulihassa, et ne on ne eläimet... Tai mä en oikeen tiedä, et miten luomu vaikuttaa eläinten hyvinvointiin. Et se ei oo mulla ollut se syy ostaa luomua, koska mä en oo tiennyt, et se vaikuttaa jotenkin. Mä en oo tohon kyllä perehtynyt.” Mies, 29

Haastateltava M3 mainitsee syykseen ostaa luomukananmunia nimenomaan eläinten olot, mutta toteaa tämän olevan kuitenkin mielikuva, sillä hän ei ole varsinaisesti perehtynyt argumentin todellisuuteen. Tiedon merkitys korostuu puheessa, sillä haastateltava korostaa luomutilalla vierailemisen roolia perustelun luotettavuudessa. Toisin sanoen, sitä mitä hän ei ole omin silmin nähnyt, hän ei myöskään täysin allekirjoita. M1 kertoo, ettei ole tietoinen siitä, *miten* luomu vaikuttaa eläinten hyvinvointiin. Hän ilmoittaa, ettei eläinten hyvinvointi vaikuta hänen syihinsä ostaa luomua, *koska hän ei ole tiennyt sen vaikuttavan jotenkin*. Niva ym. (2004) pitävätkin tiedon puutetta yhtenä luomun ostohalukuutta rajoittavana tekijänä. Haastateltava M1 puhuu kuitenkin tiedon puuttumisesta menneessä aikamuodossa, ja mielestäni hän pyrkii tuomaan esille, että tällainen yleisesti hyvä pidetty eettisyys saattaakin jatkossa vaikuttaa hänen kulutusmotiiveihinsa nyt kun hänellä on tietoa asiasta. Puhuja ei halua antaa itsestään välinpitämätöntä kuvaa ja puolustautuukin vetoamalla tietämättömyyteensä.

5.4 Ihminen vs. yritysmaailma

Ihmisen ja yritysmaailman vastakkainasettelu esiintyy luomukeskusteluissa sekä kuluttaja- että tuottajapuolesta puhuttaessa. Vaikuttaakin siltä, että myös tuottaja eli karjankasvattaja tai viljelijä nähdään usein yksilönä, nimittäin yrittäjänä. Ja kotimaista yrittäjyyttä halutaankin suomalaisten keskuudessa yleensä tukea. Suuryritykset, kauppaketjut, tukkuliikkeet ja lainsäädännön byrokratia nähdään sen sijaan näitä yksilöitä ja heidän oikeuksiaan rajoittavina toimijoina. Myös kuluttajapuolella yritysmaailman kritisointi kiteytyy suuryritysten liiallisen vallan vastustamiseen ja epäluottamus yritysmaailmaa kohtaan on usein voimakas. Lyhyesti ja ytimekkäästi epäluottamuksensa ilmaisee haastateltava N7:

”Yritykset haluaa voittoa ja vetää kotiin päin. Se on mun ajattelua ihan luomuun liittymättä.” Nainen, 28

Myös haastateltava M2 nostaa esille epäluottamuksensa yritysmaailman ja eritoten markkinoinnin käytäntöihin:

”Mainonta varmaan lähtee vähän lapasesta pikkuhiljaa. Voi olla, et jossain vaiheessa luomuna markkinoidaan vähän sellastakin, mikä ei oo luomua. (...) Mitä enemmän siinä on välikäsiä siinä prosessissa, et se tulee asiakkaalle, ja mitä isompi markkinointikoneisto, sitä enemmän se uskottavuus kärsii. Uskottavaahan se on sillon kun se tulee suusta suuhun ja mahdollisimman vähillä välikäsilillä. Et en mä halua mistään telkkarista tai lehdistä mitään luomumainontaa lukea. Mä en usko markkinointikoneistoon kauheesti.” Mies, 32

Haastateltava N7 toteaa yritysten voitontavoittelusta ja kertoo tämän olevan *hänen ajattelua*. Haastateltavia kuunnellessani moni tuntuu jakavan tämän näkemyksen ja pitävän tällaista todellisuutta negatiivisena. En voikaan olla miettimättä, ovatko ihmiset unohtaneet liiketoiminnan perimmäisen tarkoituksen, vai vain jättäneet tämän huomiotta. Pysyäkseen pystyssä minkä tahansa yrityksen on loogisesti tähdättävä voittojen maksimointiin. Toisin sanoen, tuoton hankkimisen perustana onkin niin sanotusti vetää kotiin päin. Se, miten tämä käytännössä toteutetaan, poikkeaa toki suurestikin eri yritysten välillä ja etenkin elintarviketeollisuuden toimijoita pidetään usein moraalittomina keplottelijoina.

Haastateltava M2 ei tee eroa sen välille onko kyseessä luomu vai ei, vaan painottaa tiedon uskottavuuden olevan sidoksissa *välikäisien* määrään. Hän puhuu *markkinointikoneistosta*, mikä viittaa käsitykseen mekaanisesta, robottimaisesta toiminnasta, josta ihminen ja inhimillisyys on erotettu kauas. Myös teemojen päällekkäisyyttä on jälleen kerran havaittavissa, kun tässä keskustelussa käsiteltävä teema linkittyy luomun turvallisuusdiskurssiin luotettavuuden ja uskottavuuden kautta. Yksityisyriyten lisäksi myös julkinen hallinto ja maamme lainsäädäntö otetaan tarkastelun alle. Tästä keskustelevat muun muassa haastateltavat N10 ja N6:

”Ne (luomuviljelijät) tekee sitä sydämestään. Eikä ne muuten jaksais sitä tehäkään. Niin sen takia se hinta ei voi olla se kriteeri. Kyl mä ymmärrän, et on köyhiä lapsiperheitä, mut kyl meidän politiikan pitäis olla se, et se pulla ei oo halvempi kun se porkkana.” Nainen, 52

”Mie en muuta negatiivista keksi kun sen hinnan luomutuotteessa. Kyllä mun mielestä se oikeutettu on. Mutta se on väärin, että se ei saa tukea kun mun mielestä se vaikuttaa suoranaisesti ihmisen terveyteen. Tukea annetaan niin paljon monelle muulle asialle. Sille pitäis olla niin paljon tukea, että sen sais vähintään samaan hintaan. Että kyllä se varmasti kalliimmaks tulee viljellä sitä luomua kun se vaatii enempi työtä.” Nainen, 60

Haastateltava N10 pyrkii kuvaamaan aihetta luomuviljelijän näkökulmasta ja tuomaan näin esiin heidän inhimillisyytensä. Hän käyttää tätä korostuskeinoa myös apunaan perusteltaessa miksi hänen mielestään luomuruoan korkea hinta on oikeutettu. Haastateltava siis uskoo hinnasta saatavan tuoton päätyvän viljelijälle asti. Hän kritisoi haastattelun aikana muun muassa eri ruokaryhmien verotusta ja siirtääkin *porkkanan* eli terveellisen ruoan hinnoittelusta vähävaraisille koituvan ongelman ratkaisemisen poliitikkojen vastuulle. Hinnan oikeudenmukaisuuteen viljelijän kannalta uskoo myös haastateltava N6. Kantaansa hän perustelee luomun vaatimalla *suuremmalla työmäärällä* ja luomun *terveysvaikutuksilla*. Myös hän on kuitenkin hinnan laskemisen kannalla, mikäli tämä toteutettaisiin tukipolitiikan avulla taaten silti myös viljelijöille oikeudenmukaisen tuoton. Keskusteluissa korostuu siis huoli sekä kuluttajan että viljelijän toimeentulosta. Lainsäädännön ja politiikan koetaan olevan velvollisia ajamaan näiden yksöiden etua ja moni nostaakin luomudiskursseissaan esille tarpeen tukea luomun tuottajia nimenomaan valtion taholta. Myös Niva ym. (2004) havaitsivat toteuttamissaan haastatteluissa EU-politiikan ja maatalouden tukien kehittämisen perään kuuluttamista. Näin tuottajan toimeentuloa kommentoivat haastateltavat N3, N7 ja N10:

”Ja sitä pitäis mun mielestä nimenomaan tulla niin kun valtiotasolta. Niin kun siihen apuja ja rahoitusta. Et se ei jää niin kun yksittäisten viljelijöiden tai tuottajien harteille pelkästään.” Nainen, 29

”Siihen (luomuviljelyyn siirtymiseen) pitäis kannustaa. Et sen pitäis olla ihan oikeasti vaihtoehto. Eikä silleen, et siirryn luomuun aatteen puolesta ja sit pitää mennä säästötilille. Eiks nyt hallitusohjelmaan oo merkitty, että luomun osuutta pitäis kasvattaa?” Nainen, 28

”Se byrokratia tappaa kyllä semmosen pienemmän viljelijän. Et kyllä sekin vaikuttaa todennäköisesti hintaan. Et sen takia mä käyn esimerkiks ne kananmunat ja maidon suoraan tilalta, koska mä oon sitä mieltä, et mä hyödytän suoraan sitä viljelijää tai sitä tuottajaa.” Nainen, 52

Haastateltava N3 erottelee luomuviljelijät suuryrityksistä korostamalla näiden *yksittäisyyttä*. Lisäksi hän selvittää, ettei painolasti saisi jäädä näiden yksilöiden harteille tuoden entistä selkeämmin esille tuottajan roolia pienenä toimijana. Inhimillisyyttä keskusteluun tuo myös haastateltava N7:n tapa samaistaa myös viljelijät tavallisiksi pankin asiakkaiksi, jotka vain pyrkivät kerryttämään oman säästötilinsä saldoa. Hän ei pidä nykytilannetta oikeudenmukaisena vaan ehkä lähinnä tekopyhänä kommentoiden, että luomuun siirtymisen pitäisi olla *oikeasti vaihtoehto*, ei siis vain pelkkää sanahelinää ja spekulointia ilman takuita tuottavuudesta. Myös tämä puhuja kohdistaa syyttävän sormensa valtioon. Toisaalta halu uskoa poliittiseen järjestelmäämme on edelleen havaittavissa hänen huomauttaessaan luomun *merkitsemisestä hallitusohjelmaan*. Haastateltava N10 käyttää vahvaa sanavalintaa, *tappaa*, puhuessaan byrokratian vaikutuksesta pienviljelijöihin. Tämä kuvastaa mielestäni hänen käsitystään vastakkain aseteltujen osapuolten valtasuhteista. Puhuja painottaa luomutuottajan *pienuutta*, mikä saa tämän tuntumaan entistä enemmän kanssaihmiseltä. N10 ei siirräkään puheessaan vastuuta täysin muille, vaan ottaa itse ohjat käsiinsä ja tekee sen minkä kokee pystyvänsä auttaakseen henkilökohtaisesti niin sanottua lähimmäistään: ostaa ainakin osan luomustaan *suoraan tuottajan tilalta*.

5.4.1 Pientuottajien tukeminen vs. elintarvikejätien suosiminen

Vaikka haastateltavat peräänkuuluttavatkin valtion ja EU-politiikan vastuuta oikeudenmukaisten tukien ohjaamisessa luomutuottajille, on heillä myös yleensä halu tehdä jotain itse asian hyväksi. Moni tuntuu

ratkaisseen tämän mieltään painaneen ongelman ajattelemalla oman luomun kulutuksensa tukevan juuri pienyrittäjien toimintaa. Tästä ajatuksiaan jakavat haastateltavat N3, M3, N7 ja N10:

”No sit on myöskin se, että kun ostaa jotain luomua niin tietää, että kannattaa sitä yleensä suomalaista yrittäjää ja yleensä vielä aika pientä yrittäjää. Kun ei vielä oo kovin isoja tiloja luomussa todellakaan. Ja sit tulee hyvä fiilis siitä, että toivon mukaan jotain siitä ylimääräisestä rahasta, mitä mä maksan menee sinne tuottajallekin, et se pystyy jatkaa sitä.” Nainen, 29

”Ja sit ehkä semmonen pienhenkisyys myös. Tai arvostaa sitä, et se on niin kun pientilalta. Tai ylipäättään tämmönen kaikki... ehkä myös semmonen eettinen kiinnostus ruokaan.” Mies, 27

”Kyl siel toisaalta voi olla tämmöstä et jos on joku pientuottaja, jolla on luomua – ei mikään Valio vaan esim. joku Riitan herkku – niin tukee niin kun pientä. Ehkä se yleisemmin on niin kun vaihtoehto kapitalismille ja suurtaloudelle. Eli niin kun isoille firmoille. Vaikka kyllähän luomua tulee aika isoistakin firmoista. Mut et se vois olla jonkun näkönen vaihtoehto.” Nainen, 28

”Mutta mä luulen, että meidän luomuviljelijöistä suurin osa ei haluais tukea vaan ne haluis, et siitä ruoasta saa sen oikean hinnan. Ja mä en esimerkiksi jalallani astu Lidliin. Mua ei sinne kauppaan saa, koska mun mielestä ruoka ei voi aina vaan olla halvempaa. Mä ajattelen myös sitä puolta siinä, et oikeesti mä oon valmis maksamaan siitä, et joku on nähnyt vaivaa sen eteen ja se on oikeesti tehny jotain. Ja jos ruoan hinta vaan menee alas ja alas niin se on joltain pois.” Nainen, 52

Haastateltava N3 tietää kannattavansa suomalaista ja pientä yrittäjää. Toisin sanoen, hänelle tämä näkemys on faktaa, jota hän selittää yleisesti luomutilojen koolla. Tämä kuluttaja uskoo hinnasta ainakin osan menevän tuottajalle asti ja hän toivoisi tukevansa luomutuotannon *jatkuvuutta* myös tulevaisuudessa. Tämä haastateltava kertoo myös, että hänelle itselleen tulee pienen tuottajan taloudellisesta tukemisesta *hyvä fiilis*, mikä mielestäni linkittää tämänkin keskustelun yksilön omaan henkiseen hyvinvointiin. Tämänäyttöinen tulkinta tukisi Moisanderin (1991) näkemystä, jonka mukaan usein myös sosiaaliin ja ekologisiin ideologioihin sitoutuneet kuluttajat kokevatkin muiden hyvinvoinnin vaikuttavan myös omaan hyvinvointiinsa. M3 puhuu *pienhenkisyydestä* ja vertaa tätä puheessaan *eettiseen kiinnostukseen*, mikä mielestäni kuvastaa tämän haastateltavan ajattelumaailmaa siinä mielessä, että hän tuntuu kokevan pienen suosimisen osana eettistä ajattelua. Toisin sanoen, pientä kuuluu tukea, koska se on eettisesti oikein.

Haastateltava N7 ottaa pienen ja ison vastakkainasettelun esille konkreettisin esimerkein verratessaan *Valioa* ja *Riitan herkkua*. Hän rinnastaa luomun kuluttamisen vaihtoehtona *kapitalismille, suurtaloudelle ja isoille firmoille*, mikä painottaa hänen aatteellista näkökulmaansa. Säilyttääkseen realistisuutensa ja luotettavuutensa N7 toteaa luomun tulevan *myös isoista firmoista*, mutta painottaa pienen tukemista *vaihtoehtona* tuoden näin esille toiminnan positiivisuuden. Kyllähän kuka tahansa haluaa mieluummin vaihtoehtoja, joista itse valita kuin väkisin pakotetun kaavan, jonka mukaan toimia. Yllä esitetyt kommentit tukevat Kakriaisen ym. (2006) havaintoa, jonka mukaan luomu nähdään usein juuri pienimuotoisena maataloutena.

Myös haastateltava N10 esittää kommentissaan olemassa olevan elintarvikeyrityksen, *Lidlin*, johon hän ei kertomansa mukaan *jalallakaan astu*. Lidlin hän rinnastaa ruoan halpenemiseen, jota hän itse vastustaa tuottajan tukemisen nimissä. Omaan vastuutaan kuluttajana, ja ehkä samalla myös muiden kuluttajien vastuuta peräänkuuluttaen, N10 korostaa sanomalla olevansa *valmis maksamaan* tehdystä työstä. Haastateltava N10 puhuu myös pientuottajien luotettavuudesta:

”On täs matkan varrella ollut niitä, jotka normisti syöttää sikoja ja silti väittää, et se on luomua. Mut kyl se aika tarkkaa tänä päivänä se luomun valvonta. Mut niinhän se on eläinvalvontakin, mut silti meil näitä sikavideoita tulee. Et en mä sinisilmäisesti usko siihen. Mut sen takia pienemmät tuottajat onkin luotettavampia kun semmoset, jotka perustaa semmosen ison. Koska mun mielestä luomuun ei hirvesti sovi semmonen suursikala. Ei sovi semmonen suurtehonavetta.” Nainen, 52

Ensimmäisenä huomioni kiinnittyy ilmaisuun *matkan varrella*, joka mielestäni kuvastaa haastateltavan tapaa linkittää luomun kehitys ja hänen oma elämänsä yhteiseksi taipaleeksi näin vahvistaen hänen omaa sitoutuneisuuttaan kuluttajana. N10 tuntuu uskovan luomun valvontaan, mutta pallottelee luottamuksen ja epäluottamuksen välillä nostaen keskusteluun myös tarkkana pidetyn *eläinvalvonnan* ja sen epäonnistumisesta kertovat *sikavideot*. Näillä hän viittaa maataloilla salaa nauhoitettuihin tallenteisiin, joissa eläinvalvonnan puutteet ja lakien rikkominen tulevat konkreettisesti esille. Haastateltava päättää tasapainottelunsa ääripäiden välillä viittaamalla juuri luomutilojen *pieneen kokoon*, mikä tekee niistä hänen mielestään *suursikaloita tai tehonavettoja luotettavampia*. Kommentillaan tämä kuluttaja pyrkii mielestäni tukemaan luomun pieniä tuottajia myös oman puheensa kautta, vakuuttamalla kuulijansa tuottajien luotettavuudesta. Pienen tukeminen ei siis ole sidoksissa ainoastaan taloudelliseen auttamiseen. Haastateltava N7 puolestaan pyrkii

selittämään juuri sitä kokemaansa tosiasiaa, ettei luomutuotantokaan ole itse asiassa niin pienimuotoista kuin monet mielikuviansa perusteella ehkä luulevat:

”Et se ei tosiaan oo semmosta luonnomukasta palstaviljelyä, mitä meillä on. Tai sitten isoäidin navetta jossain niin ei se oo sitä kummiskaan. Mut ei se oo nykymaailmassa mahdollista taloudellisesti. Jos pidät navettaa, mis on 5 lehmää ja tunnet jokaisen nimeltä, niin ei siitä vaan tuu sitä koko elantoa. (...) Ja jos on semmonen pieni kotipelto, niin sanotaan, ettei sulla riittäis mitään myyntiin. Ja sit jos taas tulis vähän tuloa niin ei varmaan riittävästi silleen, et sä voisit sit tehdä pelkästään sitä. Pitää olla isoja peltoja ja tehokasta ja tuottavaa niin sit niihin saa EU-tukia. Uskon, et Suomes on myös semmosta tuotantoa, et ne ei oo niin kun sertifioineet sitä, ei ole luomumerkkiä, mut on niin kun pienimuotosta viljelyä. Maatilorilla on ainakin paljon pienviljelijöitä. Uskon, ettei nekään oo mitenkään tehotuotettuja, vaikkei oo niitä luomumerkkejä.” Nainen, 28

Haastateltava N7 hakee keskusteluun realismia kertomalla asioista, joita luomun tuotanto ei ole – toisin kuin ehkä kuvitellaan. *Luonnomukainen palstaviljely, isoäidin navetta ja pieni kotipelto* nähdään idyllisinä, mutta *taloudellisesti mahdottomina*. Toisaalta kuluttaja selvittää näitä tosiasioita pystyäkseen hyväksymään luomutuotannon kasvamisen ja tavanomaistumisen. Mutta puheesta kuultaa mielestäni myös hienoinen pettymys järjestelmäämme kohtaan. Tämä näkyy passiivisesta tavasta kuvata tilannetta, jossa *pitää olla tehokasta ja tuottavaa EU:n vuoksi*. N7 puhuu myös mahdollisuudesta *sertifioimattomien* luomutuotteiden olemassaoloon. Hän uskoo vakaasti, ettei *luomumerkki* ole ainoa tae ruoan pienimuotoisuudesta ja puhtaudesta. Tällainen ajattelutapa saattaakin olla syynä siihen, miksi monet kuluttajat suosivat samanaikaisesti sekä luomu- että lähiruokaa korostamatta näiden välillä suuria eroja ostopäätöksiä tehdessään, vaikka tietäisivät termien tarkoittavan eri asioita. Haastateltava N7 ei ole ainoa, joka ilmaisee tämän suuntaisia ajatuksia. Moni uskoo myös lähiruoan ja yleensäkin pientuottajien tarjonnan olevan puhdasta, vaikkei siinä sertifiointimerkintöjä olisikaan. Lisäksi keskusteluissa tulee merkittävästi esille myös ruoan kotimaisuus. Syitä kotimaisuuden suosimiseen erittelevät haastateltavat N2 ja M3:

”Työllisyys. Mieluummin sinne kuin ydinvoimaloihin töihin.” Nainen, 49

”Mä luulen, että mulla se on ainakin silleen, et haluis vähän kuitenkin tukea suomalaista. Mut sit taas talvella mä katon enemmän hintaa. En jaksa päätäni vaivata silleen.” Mies 27

Haastateltava N2 esittää lyhyen kommenttinsa kautta kaksi kärjistettyä vaihtoehtoa: luomutuotanto ja ydinvoimalassa työskentely. Mielestäni tämä haastateltava pyrkii tuomaan kuluttajan vastuun esille viestittämällä, että pienen tukematta jättäminen saattaa ajaa tämän töihin vaarallisena pidettyyn ydinvoimalaan, jota voidaan pitää alttiina onnettomuuksille ja katastrofeille. Tämä vertauskuva linkittää mielestäni keskustelun jälleen kerran diskurssiin luomuruoan turvallisuudesta. M3 ottaa asian rennommin. Hän valitsee aikamuodokseen konditionaalin kertoessaan, että *haluaisi* tukea suomalaista, mutta ilmaisun muodosta päätellen tälle toiminnalle on olemassa esteitä. Tällaiseksi hän mainitseekin hinnan. Haastateltava päätyy mielestäni ikään kuin puolustelemaan omaa asennettaan toteamalla, *ettei jaksavaivata päätään* asialla. Jotkut haastateltavista kokevatkin tarpeelliseksi selittää, mitkä tekijät vaikuttavat omalla kohdalla ulkomaisen luomuruoan ostamiseen kotimaisen sijasta. Näin tekevät myös haastateltavat N7 ja N1:

”Mieluummin kotimaista. Jos näkee ulkomaista luomua niin jossain tommosessa pitkässä säilyvässä tuotteissa ja säilykkeissä tai mitä nyt Ruohonjuuresta löytyy, niin kylhän mä niitä ostan, vaik ne ei oo suomalaisia kun ei siitä oo suomalaista vaihtoehtoo.” Nainen, 28

”Mut mun täytyy vähän myöntää, et mä en niin hirveesti – ellei sitä sit silleen korosteta siinä paketissa, jos siin ei oo avainlippua tai mitä näitä tunnuksia on kotimaisuudesta – niin mä en kauheesti syynää et mistä se on niin kun peräsin. Et mä en tee sitä luomutuotteiden kohdalla enkä myöskään sitten muiden.” Nainen, 28

Haastateltava N7:lle selitys on yksinkertainen: suomalaista vaihtoehtoa ei ole. Toisin sanoen, on parempi ostaa ulkomaalaista luomua kuin vastaavaa ulkomaalaista tuotetta tehotuotettuna. Omantunnon tuskista ei kuulu pihahdustakaan toisin kuin haastateltava N1:n kommentissa, jossa hän kertoo *joutuvansa myöntämään*, ettei kiinnitä ruoan alkuperään huomiota. Kuulostaa mielestäni siltä, että yhteiskunnallinen keskustelu on saanut tämän kuluttajan tuntemaan, että olisi suotavaa suosia suomalaista. Kyseinen henkilö, joka ei omien sanojensa mukaan näin tee, pyrkii ehkä myös hieman lieventämään aiheen tärkeyttä käyttämällä sanavalintaa alkuperän *syynäämisestä* eli ikään kuin turhankin pikkutarkasta toiminnasta. Lopulta hän perustelee oman näkemyksensä toteamalla, ettei ole tarkka alkuperästä *luomutuotteiden kohdalla eikä myöskään muiden*, tuomalla näin esille, että kyseessä on hänen oma valintansa, oma tapansa toimia ja elää, johon hänellä on täysi vapaus ja oikeus.

5.4.2 Valinnan vapaus vs. ketjuuntunut kaupan ala

Suuria elintarvikeyrityksiä ja tehotuotantoa ei kritisoida ja vältellä ainoastaan toivossa osoittaa tuki pienille yrittäjille. Ilmiöön liittyy myös kuluttajien vaatima valinnan vapaus omaan elämään liittyen. Suuryritysten toiminnan koetaan usein rajoittavan kuluttajien valinnan vapautta erilaisin säännöstelyyn muodoin. Ajatuksiaan aiheesta valottaa haastateltava N2:

”Monopolin vastainen ajattelu. Eli vähän tämmönen tukkuliikevastarinta. Et huomaa niin kun et isot yksiköt on niitä mitä ne suosii. Tässä voi olla niin kun montakin seikkaa, mihin ihmiset kiinnittää huomiota siinä ohessa. Valinnanvapautta. Valinnan vapautta pitää olla. Näitä pitäis tutkia. Oon kuullut huhua tukkupuolelta, että tää tukkuporras on niin täysin sen teollisen tuotannon käsissä. Se on kova lobby.” Nainen, 49

Tämä kuluttaja uskoo teollisen tuotannon harjoittavan *lobbausta* ja ylläpitävän *monopolia*, jotka rajoittavat muiden mahdollisuuksia sekä tarjota tuotteitaan markkinoille että valita vapaasti useiden tarjoajien joukosta. Hän esittää tätä päätelmää myös monien syyksi valita luomu ja pienemmät jakelukanavat. N2 peräänkuuluttaakin juuri kuluttajien oikeutta *valinnan vapauteen* ja *tutkimuksia* aiheesta hämäräpelin kuriin saamiseksi. Haastattelemani henkilöt ovatkin löytäneet erilaisia tapoja parantaa omia valinnan mahdollisuuksiaan. Vaihtoehtoisia jakelukanavia kuvailevat muun muassa haastateltavat N10, N7 ja N2:

”Niin yks hyvä tän päivän hyvä puoli on verkkokauppa. Ja nyt kun on tämmösiä kun Makumaku, niin kun hyvinvoinnin tavaratalot ja muut, niin sitä kautta myös näillä ihmisillä, jotka on siellä maaseudulla, on mahdollisuus siihen, vaikka siel lähialueilla ei olis viljelyä enää.” Nainen, 52

”Kaverilla on palsta Malminkartanossa. Sit se muutti ite kauemmas. Et se ei ehi käydä siellä niin sit me päätettiin pistää se puoliks. Ei siinä oo montaa neliometriä, mutta pikkasen. Kaverilla se on ehkä ollut 2 kesää. Et viime kesänä se oli mulla ekaa kertaa.” Nainen, 28

”Mä vähän seurasin, et mikä tää juttu on. Nyt on niin kun kuultu tämmöstä, että nää on kuitenkin keskusliikkeiden kautta aika vahvat nämä vaikutuskanavat tietyillä intressipiireillä. Et luomun pitää tavallaan etsiä ehkä menestyäkseen toisenlaisia kanavia. Omaa tukkua tai suoramyyntiä. Mut se sit nostaa niiden hintaa kans. Koska tukku pystyy ostamaan suuria määriä ja suoramyynnissä se ei onnistu.”

Sit on tietenkin nämä kuluttajarenkaat. Et se on tietysti yks kanssa, jolla voi toimia. Et se maanviljelijä tuo itse sinne renkaalle ne. Mä joskus yritin etsiä ruokapiirejä, mut ei ainakaan helposti löydy. Tää on ilmeisesti tämmönen sisäpiirijuttu.” Nainen, 49

Haastateltava N10 ottaa näkökulmakseen luomun tarjonnan alueellisen jakautumisen painottaessaan verkkokauppaa eritoten maaseudulla syrjäisillä alueilla asuvien kuluttajien mahdollisuutena löytää enemmän luomutuotteita, vaikka lähiympäristöstä näitä ei olisikaan saatavilla. N7 puolestaan kertoo aloittaneensa itse kaverin kanssa jaetun *palstan* viljelyn, vaikka asuukin pääkaupunkiseudulla, jossa luomuruokaa tarjoavia kauppoja on enemmän. N2 nostaa keskustelussaan jälleen esiin *keskusliikkeiden roolin* ja epämääräiset *tietyt intressipiirit*, joista hän ei kuitenkaan mainitse sen tarkemmin. Ehkä määrittelyn epätarkaksi jättämisellä pyritäänkin korostamaan koko toiminnan epämääräisyyttä. Vaihtoehtoina luomua silmällä pitäen tämä haastateltava luettelee sekä *oman tukun tai suoramyyntin*, että erilaiset *ruokapiirit*, joissa maanviljelijä itse toimittaa tuotteet piirin jäsenille. Monelle ruokapiirin käsite on tuttu, mutta kukaan haastattelemistani kuluttajista ei ole itse ollut mukana toiminnassa. Seuraavassa haastateltavat N7, M2 ja N10 selvittävät omia syitä tähän:

”Mä oon katellut noita ruokapiirejä niin toi mikä oli lähin niin siellä luki, et nyt on niin täynnä porukkaa, ettei voi tulla. Siinä on vähän viel semmosta, et kun poikaystävä ei oo niin kun niin aatteellinen. Ja sit jos mä teen jotain oikein kunnon kasvispöperöitä, et vois ostaa suoraan kaikki herneet, ja pavut ja kaalit, niin ei se oikeen tykkää semmosesta ruoasta. Ja sit taas ruokapiireissä on se, et pitää ottaa sen verran isoja satseja. Ja en nyt viittis heittää ruokaa pois. Mut ehkä vielä joskus.” Nainen, 28

”Oon mä tsiikannut, mutta en mä vielä niin paljon jaksa panostaa, että mä siihen touhuun lähtisin. Must ois kivempi sit asuu ite lähempänä meininki.” Mies, 32

”En oo ollut. (...) Mul on ollut se, et mä käytän niin epäsäännöllisesti. Kun mul on se periaate, et mä en heitä ruokaa pois. Ja sit jos mul on hirvee kiire viikolla ja mä en ehi tekemään niitä ruokia niin mä oon kattonut, et se on parempi, et mä käyn hakee sillon kun tarvii. Et se on ehkä perheellisille enemmän ehkä. Tai sit jos olis niin kun muita yksinäisiä ihmisiä, et me voitais niin kun jakaa tavallaan se. Et tota se ei oo mun mielestä tosiaan järkevää.” Nainen, 52

Haastateltava N7 kertoo löytämiensä ruokapiirien olevan *täynnä*, joten vaikka hän haluaisikin, ei hän voisi liittyä jäseneksi. Toiseksi itsestään riippumattomaksi syyksi hän ilmoittaa *poikaystävänsä haluttomuuden* syöä tietyntyyppistä ruokaa ja kannattaa haastateltavaan aatteellisuutta. Mainitut syyt ovat hyvin käytännöllisiä ja eettisyyttä korostaen N7 lisää vielä oman *haluttomuutensa heittää ruokaa roskiin*, mihin toisenlainen tilanne helposti johtaisi. Vaikka tämä haastateltava ei itse olekaan mukana ruokapiiritoiminnassa, ei hän luettele syyksi mitään negatiivista. Päinvastoin. Lausahdus *mut ehkä joskus* viittaa kuitenkin tämän kuluttajan mielenkiintoon ruokapiiritoimintaa kohtaan ja viestii toiveesta toteuttaa ajatus myös käytännössä myöhemmin tulevaisuudessa.

M2 lähtökohta on verrattain erilainen hänen kertoessaan, että kysymys on jaksamisesta *panostaa*. Sanavalinnallaan hän viittaa ilmeisesti käytännön järjestelyistä huolehtimiseen, sillä hän mainitsee kuitenkin olevansa kiinnostunut *asumaan itse lähempänä tuottajaa* – ja ilmeisesti siis hakemaan ruoan oma-aloitteisesti tilalta kotiin. Myös N10 on aiemmin haastattelun aikana kertonut hakevansa osan ruoasta suoraan tilalta. Hänkään ei kuitenkaan ole lähtenyt mukaan ruokapiiritoimintaan. Tähän hän mainitsee ensimmäiseksi syyksi ruokailunsa *epäsäännöllisyyden* ja jakaa N7:n periaatteen siitä, *ettei heitä ruokaa pois*. Tarkemmin katsoen sana periaate kertoo mielestäni myös tämän toimintatavan vankkumattomuudesta. Se on osa elämäntapaa ja itselle asetettuja arvoja ja päämääriä, joista ei haluta tinkiä. Ruoan poisheittäminen vastustaminen kuuluu myös hänen ottaessaan puheessaan esille ruokapiirien kautta hankittavat suuret ruokamäärät, joita hänen mielestään *ei yksin asuvan ihmisen ole järkevää ostaa*.

Vaikka erilaisista vaihtoehdoista puhtaankin vilkkaasti osana valinnan vapautta, kaikki haastateltavista tekevät kuitenkin kertomansa mukaan ainakin osan luomuostoksistaan ketjuuntuneissa elintarvikeliikkeissä. Seuraavassa omaa ostopaikan valintaansa kuvailee haastateltava N8:

”Yleisemmin käyn ihan tossa Kasarmintorin S-marketissa. Siel on tosin hyvin itse asiassa ihan kokonainen hylly luomutuotteita. Ja sillan tällöin käydään Herkussa ostoksilla ja siellä nyt on tosi hyvä luomuosasto. Tosi vähän mä oon käynyt nyt semmosissa luomuun erikoistuneissa tai tommosissa kivijalkakaupoissa. Haluisin käydä enemmän, mutta enpä oo tullut käyneeks.” Nainen, 27

Tämä haastateltava tuntuu perustelevan kyseisissä kaupoissa asioimistaan niiden *luomuvälikoiman* kautta. Kommentissa ei kuulu minkäänlaista kritiikkiä isoja ketjuja kohtaan, vaikka N8 mainitseekin, että haluaisi käydä enemmän juuri *kivijalkakaupoissa*. Syytä tähän hän ei kuitenkaan mainitse, joten saattaahan olla, että kyseinen

henkilö kokee, että tämä olisi yhteiskunnan mielestä oikea tapa toimia ja muistaa siksi mainita myös tästä. Yleisesti suurempien markettien luomuvälikoimia pidetäänkin hyvinä tai ainakin olevan paranemaan päin, mutta hinnoittelusta puhuttaessa epäluottamus suurketjuja kohtaan nousee esille. Tästä keskustelevat myös haastateltavat M2, N7 ja N2.

”Ilmeisesti Suomessakaan se ei oo hirveen kannattavaa kasvattaa mitään vihanneksia. Eli siitä ei jää sille tuottajalle hirveesti massii käteen. Et kyllähän noi osuuskaupat vetää siitä hirveen siivun välistä. Mä ostaisin suoraan tuottajalta niitä. Se olis niin kun kaikista paras.” Mies, 32

”En oo ottanut asioista niin paljon selvää, mut varmaan niin kun kauppiaat... tai tukkuliikkeet ja muuta vetää välistä. Et sille ei voi mitään.” Nainen, 28

”No aina ei oo varma että mistä se hinta oikein tulee. Mutta tää on niin kun teoriatasolla. Minä juuri lähetin maa- ja metsätalousministeriöön kyselyn, että mitä nämä muut ruoan elintarvikkeiden verot oikein ovat. Eli mistä se hinta oikein muodostuu. Koska sillon kun minä opiskelin kauppaopistossa, opetettiin, että tukun osuus olis niin kun se suurin. Mutta ilmiselvästi tässä on nyt jotakin, mikä ei ole julkisessa tiedossa.” Nainen, 49

Haastateltava M2 epäilee vihannesten kasvun kannattavuutta Suomessa, mutta ei tunnu olevan asiasta täysin varma. Selkeämmin hän kuitenkin toteaa, *ettei siitä jää tuottajalle massii käteen*. Hän tuntuu olevan varma myös käsityksestään, jonka mukaan *osuuskaupat vetävät hirveen siivun välistä*. Toimintamalli on tämän kuluttajan mielestä selkeästi epäoikeudenmukainen, sillä lopuksi hän ikään kuin tarjoaa ratkaisua ongelmaan kertomalla, että itse *ostaisi suoraan tuottajalta*, jolloin mainittuja välikäsiä ei luonnollisesti olisi mukana. Haastateltava N7 ei tunnu olevan asiasta kovinkaan varma, mutta myös hän taipuu ajattelemaan, että *tukkuliikkeet ja muut vetää välistä*. Epävarmuutta korostaa se, että tämä henkilö ei tunnu tietävän keitä nämä *muut* toimijat tarkalleen ovat ja hän jättääkin käsitteen avaamatta. Voimattomuuttaan ihmisenä hän kuvaa lopuksi toteamalla, että *sille ei voi mitään*.

Myös haastateltava N2 kuvaa epävarmuutta hinnoitteluun liittyen. Hän kuitenkin käyttää passiivimuotoa puhuessaan epävarmoista henkilöistä. Itsensä tämä haastateltava nostaa näkyvään rooliin vasta kun hän kuvaa omaa aktiivisuuttaan kuluttajana kertoessaan *maa- ja metsätalousministeriöön lähettämästään kyselystä*. Puhuja korostaa omaa rooliaan myös mainitessaan opiskelleensa *kauppaopistossa* ja kertoessaan oppimastaan

teoriasta. Samalla N2 pyrkii mielestäni asettamaan itsensä ikään kuin asiantuntija-asemaan vedotessaan kauppaopistoon instituutiona. Tämä haastateltava haluaa tuoda esille oman tietotasonsa ja epävarmuutta selitetäänkin sillä, että kaikki tekijät eivät ole *yleisessä tiedossa*. Toisin sanoen, N2 kritisoi pimitettyjä tietoja yritysten keinona toimia epäluotettavasti hinnoittelun suhteen. Toisaalta osa kuluttajista kokee myös hinnoittelun olevan rehellistä. Positiivisen asenteen jakavat haastateltavat N10 ja N9 :

"S-ketjuhan teki päätöksen, et ne vähentää luomutuotteissa omaa katettaan, minkä vois mun mielestä Keskokin hyvin tehdä isona keskusliikkeenä. Ja kylhän se on näkyvä. Et kylhän noi tuotteet alkaa olla... Mun on vähän vaikeeta sanoa mitään kun mä en oikeesti... Kun joku kysy multa, et "mitä se makso", niin en mä kyl ite asiassa muista. Koska se ei ole mulle se tärkein asia." Nainen, 52

"Mun mielestä sais maksaa enemmänkin, mut sit siinä vois tulla se, et jengi ei osta sitäkään vähää. Mut kyl se mun mielestä saa maksaa ja pitääkin maksaa. Kyl mä luulen, että tulo menee viljelijälle asti. Nää on niin pieniä nää kuviot, et kyl mä uskon siihen. Mä oon niin sinisilmäinen. Kyl mä uskon joo. Onhan se kalliimpi tapa tehdä asioita." Nainen, 38

Haastateltava N10 huomauttaa *S-ketjun tehneen päätöksen hintojen alentamisesta*. Sen sijaan, että hän kritisoi ketjuuntuneiden kauppojen hinnoittelua yleensä, hän asettaakin vastakkain kaksi ketjua, S-ketjun ja Keskon penäten jälkimmäiseltä samanlaista ratkaisua. Lopulta hän ottaa puheeksi myös oman roolinsa korostaessaan, että hänelle *hintaa ei ole tärkein asia*. Toisin sanoen, N10 tuo esille tietoisuutensa hinnoitteluun liittyen, mutta haluaa painottaa, että luomuun sitoutuneena kuluttajana hän ostaa sitä hinnasta riippumatta.

Myös haastateltava N9 pyrkii tekemään eron oman ja enemmistön ajattelutavan välille korostamalla, että *hänen mielestään luomu voisi maksaa enemmänkin*, mutta tällöin *muut eivät ostaisi sitäkään vähää*. Omien sanojensa mukaan tämä kuluttaja *luulee, että tulo menee viljelijälle asti*. Toisin sanoen hän ei ole asiasta aivan varma, mistä kertoo myös hänen käyttämänsä metafora omasta *sinisilmäisyydestään*, jolla yleensä tarkoitetaan hyväuskoisuutta ja ehkä jopa helposti höynäytettävää henkilöä. N9 siis tasapainottelee sen välillä, luottaisiko luomun hinnoitteluun vai ei, mutta päätyy lopulta puolustelemaan hinnoittelua, koska halu luottaa tukemaansa asiaan on niin suuri. Vaikka kritiikki juuri ketjuuntunutta elintarvikealaa ja sen harjoittamaa hinnoittelua kohtaan on suuri, osansa tästä saavat myös pienemmät kaupat. Tästä keskustelevat muun muassa haastateltavat N8 ja N1:

”Koska kyllä mä oon niin kun sitä mieltä, että niiden tuottajien pitää saada se oma kakkunsa siitä pois. (...) Mut mun mielest on ollut ihan ok-hintasia nimenomaan just vihannekset tai juurekset. Et niissä mä en ainakaan oo huomannut tai jättänyt ostamatta sen hinnan takia. Mut sit just kaikenmaailman maatilatorit mitä on, niin kylhän niis on niin hirveitä hintoja välillä, et tulee mieleen, et mikä tää hinta mulle oikeestaan on. Et ne ei oo ne kaikki hinnat kyllä mun mielestä ollenkaan perusteltavissa.”
Nainen, 27

”Eli mun mielestä on paljon hyviä ja kivoja luomutuotteita nykyään, mitä saa tosi järkevään hintaan ja niitä mä haluan aina kannustaa. Sit tää toinen ääripää on sit, on esimerkiks just, no se voi olla yhtä lailla lähiruokaa kun luomuruokaa, mutta esimerkiks just tää Kluuvin Eat & Joy niin siellä hinnat on niin pilvissä, että se on jotain ihan karmivaa. Et vaikka haluu ite panostaa ruokaan ja jopa nauttii siitä kun asiat on kauniisti pakattu, niin jos hinnat tosiaan rupee olee kaksin-, kolmin-, nelin-, viisinkertasia, niin mä en haluu maksaa sitä sen takia, kun mun mielestä ruoka on Suomessa muutenkin niin kallista, et sit siinä niin kun menee överiks. (...) Entistä enemmän perusmarketeissa, S-marketeissa ja muissa, on tosi ok-hintasia luomujuttuja, mut sit on taas tää niin kun ääripää, et ei niin kun tulis mieleenkään ostaa, varsinkaan koko kauppakassia sieltä.” Nainen, 28

Haastateltava N8 tekee puheessaan selvän eron niin sanottujen perusmarkettien ja erikoiskauppojen välille. Eron hän tuo esiin puhuessaan tuotteiden *ok-hinnasta* eli hyväksyttävästä hinnasta ja Eat&Joy-brändiin kuuluvan Maatilatorin *hirveistä hinnoista*, joita hän itse ei selvästikään suostuisi maksamaan. Hinnan merkitys korostuu tässä kommentissa myös N8:n mainitessa, että vihannesten ja juuresten kohdalla *hän ei ole jättänyt ostamatta hinnan takia*, mikä kertoo mielestäni, että hän voisi myös näin tehdä, mikäli ei kokisi hinnan olevan *perusteltavissa*. Tämä haastateltavan mielestä tuottajien on saatava oma voittonsa, *oma kakkunsa*, mutta myös toisessa päässä olevan yksilön, kuluttajan, asema on turvattava. Eli kuluttajalla on toisin sanoen oikeuksia ja yhden näistä tulisi olla tieto siitä, että hinnoitteluun voi luottaa.

Myös haastateltava N1 sanoo *haluavansa kannustaa järkevään hintaan* saatavia luomutuotteita. Niin ikään hän ottaa esimerkissään esille juuri *Eat & Joy*n vedotessaan hintojen *karmivuuteen* ja sanoessaan hintojen olevan *pilvissä*. Hän korostaa hintojen korkeutta muistuttamalla, että on itse sellainen kuluttaja, joka haluaa *panostaa ruokaan* eli ei toisin sanoen osta aina halvinta, eikä hänen mieleensä tulisi tästä huolimatta tehdä ostoksia tällaisessa pienemmässä ja näin paljon kalliimmassa liikkeessä. Myös hän käyttää sanavalintana *ok-hintaisia* ja puhuu *perusmarkettien*, etenkin S-marketin, hinnoittelun puolesta. Ajattelutapaansa tämä haastateltava

perustelee sillä, että *ruoka on muutenkin Suomessa kallista*. Keskustelussaan hän pyrkii rakentavasti osoittamaan kritiikkinsä tiettyjä tahoja kohtaan, kuitenkin samalla säilyttäen halunsa tukea itse luomua. Monitahoista ajattelutapaansa N1 korostaa vielä mainitsemalla näiden mainittujen tahojen vastakkainasettelusta, asemasta toistensa *ääripäin*. Näiden kommenttien perusteella onkin turvallista sanoa, että eivät suinkaan kaikki luomun kuluttajatkaan kritisoi ketjuuntunutta kaupan alaa, vaikka tällainen ajattelumaailma usein nähdään osana joidenkin elämäntyyliä. Toisten mielestä luomu saakin kuulua isompiin kauppoihin ja tästä mielipiteensä jakaa esimerkiksi haastateltava N9:

”Mut sekään ei ole hyvä, et sitä ruvetaan eristämään. Et se pitäis olla saatavilla. Koska jos se on joku erillinen paikka niin kun Ruohonjuuri niin ei jengi löydä sinne. Niiden pitää saada se nyt heti tästä ja sit vaipat ja kaikki muut kerralla. Et se ei voi olla niin kun silleen, et yks kauppa tuolla ja yks tukku täällä. Ja Lidliinhän on tullut kanssa joku saksalainen luomumerkki. Mikä on ihan hyvä, koska jengihän käy siellä just sen edullisuuden takia. (...) Niil on se oma luomusertifikaatti. On se parempi kuin ei mitään.”

Nainen, 38

Tämä haastateltava kokee tärkeäksi sen, ettei luomun tarjontaa *eristetä* yleisistä ostospaikoista, eli perusmarketeista. Hän perustelee näkökulmaansa käytännön esimerkillä kuvatessaan, miten esimerkiksi *ruoka- ja vaippaostokset halutaan tehdä yhdessä ja samassa paikassa*. Hän puhuu myös joidenkin haastateltavien kritisoimasta Lidlistä positiiviseen sävyyn ja haluaa nostaa esille myös toisenlaisen näkökulman. Tämän kuluttajan puheesta kuultaa ajattelutapa, jonka mukaan aina ei kannattaisi olla katsontakannoissaan järkkymätön. Hän ajattelee kokonaiskuvaa rationaalisesti ja mainitsee ihmisten käyvän *Lidlissä* sen *edullisuuden takia*. Vaikka moni luomuruoan kuluttaja vierastaakin ulkomaalaista luomua, N9 kokee Lidlin uuden luomumerkin hyvänä asiana, koska uskoo sen houkuttelevan juuri tämän kaupan asiakaskuntaa. Lopuksi haastateltava ikään kuin vastaa olettamaansa, äänettömään kritiikkiin todeten, että *on se parempi kuin ei mitään*.

Keskustelu ketjuuntuneen elintarvikealan kritisoinnista ei ole ristiriidatonta. Moni yrityksiä puheessaan epäluotettavina pitäväkin haastateltava käytännössä asioi edelleen näiden ketjujen omistamissa kaupoissa. Se, että suurin osa kuluttajista toteuttaa edelleen ainakin osan ostoksistaan niin sanotuissa perusmarketeissa, ei kuitenkaan tarkoita automaattisesti sitä, että he haluaisivat tukea elintarvikealan ketjuuntumista ja tarjonnan supistumista tai keskittymistä. Valinnan vapaus korostuu siinä ilmaisun todellisessa merkityksessä. Vaikka luomun kuluttajakunta koostuu hyvin erilaisista yksilöistä ja näiden muodostamista pienemmistä

intressiryhmistä, ei heistä kukaan ole valmis kulkemaan yritysten talutusnuorassa. Haastattelemistani henkilöistä on jokaisella halu säilyttää oma vapautensa ja mahdollisuutensa valita itse jakelukanava, jonka kautta he hankkivat luomuostoksensa – oli se sitten perusmarketti, suoramyynä tilalta kuluttajalle tai jotain tältä väliltä. Yhteenvetona tästä keskustelusta voitaisiin päätellä, että kaikki haastateltavat kannattavat erilaisten kanavien olemassaoloa ja laajentumista osana luomun kehitystä, jokainen omista henkilökohtaisista syistä. Olivatpa nämä syyt sitten mitä tahansa.

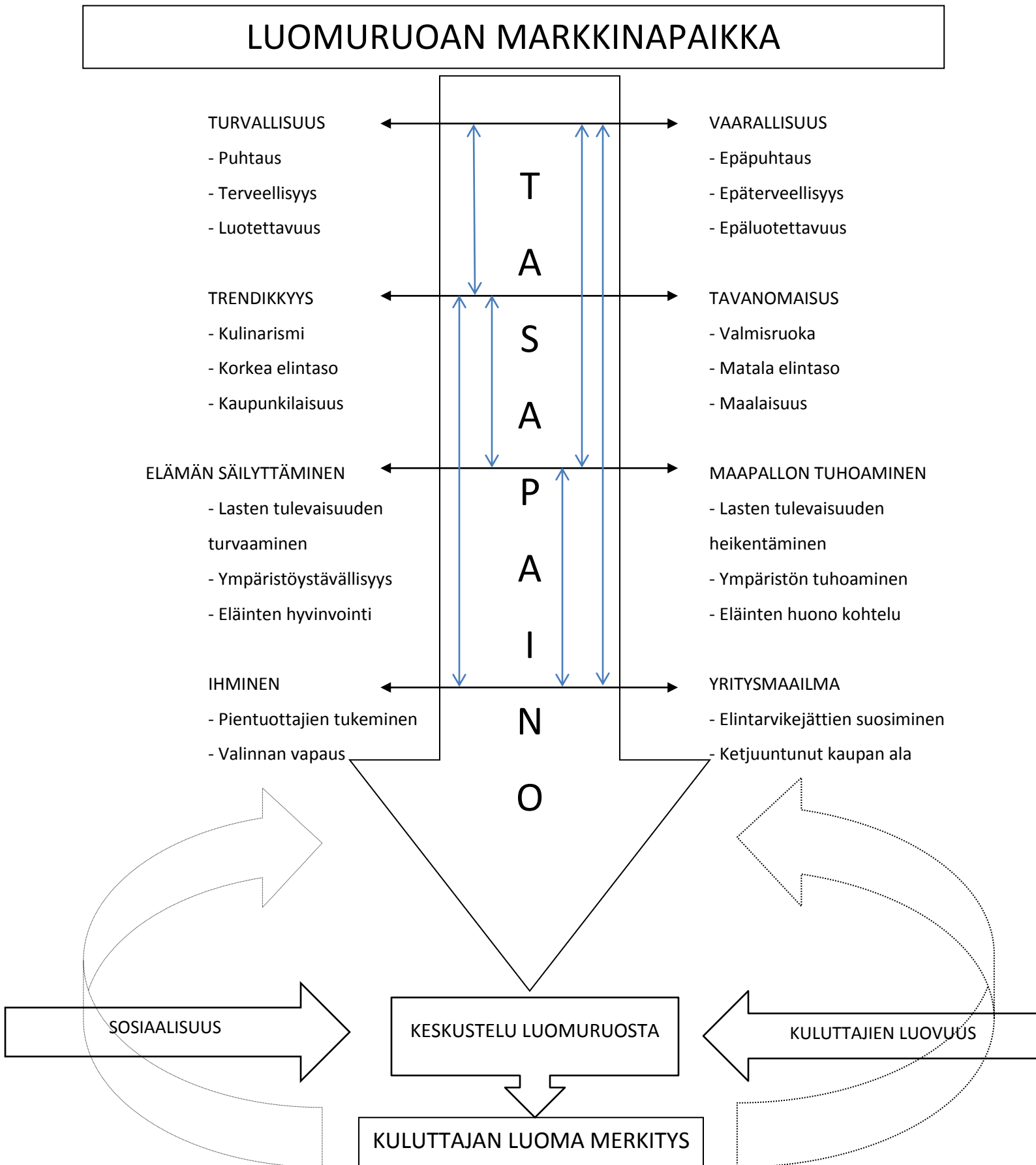
6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää miten kuluttajat ammentavat luomuruoan markkinapaikka rakentavista keskusteluista ja miten luomun olemassaoloa oikeutetaan näissä diskursseissa. Tätä varten tutustuin ensin maailmalla aikaisemmin tehtyihin tutkimuksiin koskien kuluttajien mielikuvia ja asenteita luomuruokaan ja sen kulutukseen liittyen. Tein vertailua näistä tutkimuksista saatujen tulosten sekä oman aineistoni tulosten välillä. Kävin läpi luomuruoan markkinapaikkaa rakentaviin diskursseihin liittyvää teoriaa, jotta tutkimukseni saisi kokonaisuutena laajan teoreettisen pohjan. Teoriaosuuteen sisältyi neljä laajempaa teemaa, jotka voidaan jakaa turvallisuuteen/vaarallisuuteen, trendikkyyteen/tavanomaisuuteen, elämän säilyttämiseen/maapallon tuhoamiseen ja ihmiseen/yritysmaailmaan. Tutkimukseni empiirisessä osassa hyödynnettiin laadullista tutkimusotetta. Tämän laadullisen aineiston keräämisessä hyödynsin puolistrukturoituja teemahaastatteluja, joita tein kolmesta kappaletta. Haastateltaviksi valittiin luomuruoan kuluttajia, jotka kertoivat käyttävänsä ainakin joitain luomutuotteita vähintään viikoittain. Seuraava kappale 6.1 sisältää yhteenvetoa tutkimukseni tärkeimmistä tuloksista ja teen siinä tärkeitä johtopäätöksiä vertaamalla tutkielmani teoreettista viitekehystä saatujen tutkimustulosten kanssa. Tämän yhteenvetona apuna käytän laajennettua viitekehystä (kuvio 2), jossa diskurssien väliset vaikutussuhteet tulevat entistä paremmin esille. Luvun viimeinen kappale sisältää suositukset liikkeenjohdolle.

6.1 Johtopäätökset

Asettamani tutkimusongelma pyrki selvittämään, millaisista yhteiskunnassamme vallitsevista luomuruoan markkinapaikkaa rakentavista diskursseista kuluttajat ammentavat omassa puheessaan keskustellessaan luomusta ja sen kulutuksesta. Kuvioon 2 olen koonnut nämä analyysistäni esille nousseet diskurssit, jotka on esitetty binäärisin vastakkainasetteluin. Jokaisen teeman alla erottuvat myös kyseistä laajempaa kokonaisuutta

Kuvio 2. Laajennettu viitekehys: Kuluttajien hyödyntämät, luomuruoan markkinapaikkaa rakentavat diskurssit



kuvastavat keskittyneemmät alateemat. Tutkimukseni perustella katson luomuruoan diskurssikentän ja sitä myöten myös markkinapaikan, rakentuvan seuraavista teemoista ja alateemoista: turvallisuus/vaarallisuus (alateemoinaan puhtaus/epäpuhtaus, terveellisyys/epäterveellisyys ja luotettavuus/epäluotettavuus), trendikkyys/tavanomaisuus (alateemoinaan kulinarismi/valmisruoka, korkea elintaso/matala elintaso ja kaupunkilaisuus/maalaisuus), elämän säilyttäminen/maapallon tuhoaminen (alateemoinaan lasten tulevaisuuden turvaaminen/lasten tulevaisuuden heikentäminen, ympäristöystävällisyys/ympäristön tuhoaminen ja eläinten hyvinvointi/eläinten huono kohtelu) ja ihminen/yritysmailma (alateemoinaan pientuottajien tukeminen/elintarvikeljättien suosiminen ja valinnan vapaus/ketjuuntunut kaupan ala).

Yllä esitetyssä kuviossa 2 nämä mainitut teemat on rakennettu vastakkainasetteluiksi kuvaamaan teemojen sisällä vallitsevaa jännitettä, josta kertovat myös horisontaaliset, kaksipäiset nuolet. Tulkintani mukaan kuluttajat pyrkivät jatkuvasti löytämään tasapainon eri ääripäiden välisessä jännitteessä puhuessaan luomuruoasta. Tämän tasapainottelun korostuneen roolin vuoksi se on myös merkitty keskeiseksi tekijäksi viitekehukseen. Tasapainoa ei kuitenkaan etsitä vain yhdestä teemaparista kerrallaan, sillä kuluttajat ammentavat usein monitahoisesti useammista eri diskursseista perustellessaan omaa kulutustaan ja luomun luomun kulutusmyönteistä asennettaan. Teoriaa teemojen sekoittumista tukee muun muassa Harperin ja Makatounin (2002, 297) huomio ruoan turvallisuuden ja eläinten hyvinvoinnin linkittymisestä toisiinsa. Heidän todetessaan eläinten hyvinvoinnin luovan kuluttajalle sekä fysiologisia että symbolisia etuja, Moisander (1991) jakaa myös terveyskeskustelun fyysiseen ja psyykkiseen hyvinvointiin, mikä avaa uusia mahdollisuuksia käsittää teemojen välisiä yhteyksiä. Kuten aiemmin olen maininnut, keskustelu luomuruoan terveellisyydestä on linkittynyt myös vastustamaan suurten elintarviketeollisuuden toimijoiden valtaa yhteiskunnassamme. Tutkijat liittävät myös minäkeskeiset kulutuksen motiivit ja kollektiiviset arvot yhteen kuvaamalla luomuruoan kulutusta välinearvona minäkuvaan liitettävien tavoitteiden saavuttamiseksi (Moisander, 1991) ja laajentuneen minäkuvan ilmaisemiseksi (Harper & Makatouni, 2002). Mielestäni kaikkien esittelemieni diskurssien voidaankin katsoa linkittyvän toisiinsa jollain tasolla. Tästä syystä jokainen kaksipäinen jatkumo, eli teema, on kuviossa 2 yhdistetty jokaiseen muuhun jatkumoon myös vertikaalisilla, kaksipäisillä nuolilla kuvaamaan diskurssikentän dynamiikkaa.

Kuluttajat siis ammentavat näistä diskursseista puhuessaan omasta luomun kulutuksestaan ja mielikuvistaan luomuun liittyen. Kunkin kuluttajan käymään keskusteluun tuntuvat mielestäni vaikuttavan myös sosiaalisuus ja kuluttajien oma luovuus. Luodakseen kuluttamistaan tuotteista itselleen sopivia kuluttajat muovaavat tuottajien tuotteisiin lisäämiä merkityksiä ja liittävät niihin myös omia, uusia viestejä (Moisander & Valtonen,

2006). Omassa viitekehyksessäni katson luomuruoan kuluttajien muokkaavan vallitsevista diskursseista itselleen sopivia linkittäen luovuutensa kautta myös uusia merkityksiä keskusteluun. Toisin sanoen, tämän muutosprosessin kautta kuluttajat luovat puheessaan merkityksiä, jotka he sitten liittävät osaksi luomuruokaa. Viitekehylenei nojaa siis sosiaalisen konstruktivismiin teoriaan, jonka mukaan todellisuus rakentuu kielen kautta. Tutkimuksessani oletan kuluttajien luomuruokaan liittämien merkitysten rakentuvan puheen kautta, pohjautuen näin osittain ammennettuihin diskursseihin, jotka mukautuessaan muovaavat jälleen markkinapaikkaa yhä uudelleen. Tällaista jälkimmäisenä mainittua kiertoa, olen pyrkinyt kuvaamaan nuolilla, jotka alkavat kuluttajien luomista merkityksistä ja päätvät luomuruoan markkinapaikan diskurssikenttään. Toisin sanoen, keskustelu rakentaa merkityksiä ja nämä merkitykset aikaansaavat uusia diskursseja, jotka vakiintuessaan toimivat keskustelun pohjana niistä ammentaville kuluttajille.

Luomuruoan kulutuksella on haastateltaville selkeästi syvempi merkitys muihin elintarvikkeisiin verrattuna. Sosiaalisuus tuntuu linkittyvän kaikkiin aineistosta esiin nousseisiin teemoihin ja tästä syystä olen merkinnyt sen kuluttajien käymien keskustelujen taustalla vaikuttavaksi tekijäksi myös laajennettuun viitekehukseeni. Sosiaalisuuden vaikutuksesta ovat esimerkkejä halu tukea pientuottajaa ja tämän kokeminen nimenomaan kanssaihmisenä, elämän säilyttäminen jälkipolville, tietynlainen trendikäs elämäntyyli ja sen ilmaiseminen sekä omien valintojen puolusteleminen. Omilla kommentteilla haetaan myös sosiaalista tukea ja pyritään vaikuttamaan muihin. Osa kuluttajista myös puhuu eettisyydestä, koska näin *kuuluu* sosiaalisten normien mukaan ajatella, vaikka todellisuudessa ei itse ehkä olla aivan varmoja, millaiset esimerkiksi eläinten olot oikeasti ovat ja onko luomutuotanto näin ollen niin eettistä kuin annetaan ymmärtää. Sosiaalisen paineen alla omilla kielen käyttöön liittyvillä valinnoilla pyritään usein myös lieventämään huonoa omatuntoa.

Luomuruokakeskustelun sosiaalinen vaikutus korostuu puheen lisäksi myös käytännöissä. Massa ym. (2006) mukaan valtavirrasta poikkeavat ruokavaliot voidaan nähdä myös henkilökohtaisina kannanottoina lähipiirin valintoihin. Moisander (1991, 29) muistuttaakin, että kulutuksen kautta viestittyjen arvojen toteutumista valvotaan usein ryhmissä sosiaalisen kontrollin avulla. Mäkelän (2000, 214) mukaan ruoan henkilökohtaisuus on vähentynyt ja ruokailutottumuksista on tullut kohde moraalille arvostelulle. Osa kuluttajista voi kokea sosiaalista painostusta ja näin ollen katsoa tarpeelliseksi väittää ostavansa terveellistä ja luonnonmukaista ruokaa, vaikka todellisuudessa käytäntö olisikin toinen (Massa ym. 2006, 176). Useat haastattelemistani kuluttajista puhuivat myös asenteiden yhteen törmäämisestä osana luomukeskustelun sosiaalisia vaikutuksia. Esimerkkeinä kuvattiin koettua tarvetta puolustella omia kulutusvalintojaan perheelle ja poikaystävälle, joiden ajattelumaailma on tässä suhteessa erilainen. Yksi haastateltavista mainitsee saaneensa entisen

avomiehensäkin syömään luomua toisen puolestaan painottaessa, ettei halua käännäyttää niin sanottuja vanhan kansan ihmisiä, viitaten tässä omiin vanhempiin ja isovanhempiin, joiden ajatusmaailman katsoo olevan täysin erilainen omaansa verrattuna. Kolmas kuluttaja vertaa samaan aikaan ilmiötä jopa kulttiuskontoon.

Toinen kuvion 2 viitekehyksessä valittuihin diskursseihin vaikuttava tekijä on kuluttajien luovuus. Tällä viitataan aiemmin mainitsemaani kuluttajien tapaan ammentaa tarjolla olevasta diskurssikentästä itselleen parhaiten sopivat perustelut ja muovata näitä edelleen uuteen muotoon. Samalla katson toiminnan linkittyvän myös identiteetin luomiseen ja muokkaamiseen. Myös Moisander (1991) tuo tutkimuksessaan esiin sosiaalisen identiteetin rakentamisen osana luomutuotteiden kulutusta. Käytännössä tätä toteutettiin analysoimissani haastatteluissa kategorisoimalla kuluttajia eri ryhmiin käyttäen passiivia tai vaihtoehtoisesti omaa roolia korostavia muotoja minä/me. Puheensa kautta haastattelemi kuluttajat asemoivat myös itsensä suhteessa luomuun ja laajentavat näin myös omaa identiteettiään. Esimerkkinä voitaisiin pitää joidenkin kuluttajien tarvetta korostaa käsitystensä muuttumista ja kykyä sittemmin tarkastella asioita kriittisemmin, mikä yleisesti ottaen on tietoyhteiskunnassamme arvostettu piirre ihmisessä. Näiden kuluttajien voidaan ajatella pyrkivän laajentamaan identiteettiään ja muovaamaan minäkuvaansa haluttuun suuntaan tällaisten omasta kehityksestä kertovien kommenttien avulla. Samalla esimerkissä myös yhdistyvät mielenkiintoisella tavalla sekä identiteetin muovaaminen että sosiaalinen vaikutus.

Identiteetin merkitystä luomuruokakeskustelussa korostaa mielestäni myös jatkuva luomun kulutuksen esiin tuominen elämäntyylinä. Joidenkin haastateltavien puheessa luomu halutaan tietoisesti liittää vahvasti omaan elämään ja luomun asemaa osana laajentunutta identiteettiä pyritään tuomaan esiin erilaisin omasta sitoutumisesta kertovin esimerkein. Haastateltavat tuntuvat myös ikään kuin selittävän mielipiteitään auki myös itselleen ja näin rakentavan näkemykselleen uudenlaista todellisuuspohjaa samalla kun vastaavat haastattelijan esittämään kysymykseen. Puhetta ja merkityksiä tuotettaessa tärkeintä jokaiselle kuluttajalle tuntuu olevan sisäinen harmonia, sillä olivatpa henkilöt mitä mieltä tahansa, he pyrkivät löytämään puheessaan tasapainon.

Eri kuluttajat painottavat läpikäytyjä diskursseja eri tavoin. Suurin osa haastateltavistani puhuu kammoksuen erilaisista ruoan sisältämistä keinotekoisista ja vaarallisistakin aineista. Osa mainitsee yleisellä tasolla myös erilaiset ruokakatastrofit. Kukaan ei kuitenkaan erittele tarkemmin tapauksia, jotka olisivat jääneet heidän mieleensä. Tämä havainto tukee Harperin ja Makatounin (2002) huomiota, jonka mukaan tehotuotantoon ja ruokaan liittyvät katastrofit eivät yleensä toimi luomun kulutuksen motiiveina pitkällä tähtäimellä, vaan

unohtuvat kuluttajien keskuudessa melko nopeasti. Toki tällaiset tapaukset voivat antaa monelle niin sanotun lähtölaukauksen luomuun siirtymiselle, mutta usein kulutuksen jatkuvuuteen löydetään joko uusia motiiveja tai vaihtoehtoisesti ensisijaiset motiivit syventyvät ja laajenevat. Monet haastattelemistani henkilöistä esimerkiksi kertovat huomioistaan, joita ovat havainneet vasta *nyt kun ovat siirtyneet luomuun*. Näin myös hyväksikäytetyt vallitsevat diskurssit muuttuvat sitä mukaa kun oma luomun kulutus elää ja mahdollisesti syventyy.

Vaikka yksittäistapaukset unohtuvat, luomuruoan turvallisuus ja puhtaus tuntuvat toimivan vahvoina motiiveina kulutuksen jatkuvuudelle. Tässä suhteessa omat tutkimustulokseni tukevat myös muun muassa Kakriaisen ym. (2006) havaintoa, jonka mukaan luomun kulutusmyönteisyyden motiiveiksi luetellaan kyllä myös erilaisia eettisiä ja yhteiskunnallisia syitä, mutta ensimmäisenä esiin nostetaan ja tärkeimpinä katsotaan kuitenkin olevan oma ja perheen terveys ja hyvinvointi. Myös itse toteuttamissani haastatteluissa huomasin keskustelujen alkavan maininnoilla juuri luomuruoan puhtaudesta, luonnollisuudesta ja terveellisyydestä kysyessäni, miten vastaajat määrittelisivät luomun omin sanoin.

Turvallisuuden eräänä osa-alueena pidetään luomuruoan luotettavuutta ja usein tämän katsotaan liittyvän osaltaan luomutuotannon valvontaan. Nivan ym. (2004) tutkimuksessa haastateltavat eivät kuitenkaan juuri maininneet luomumerkintöjä, minkä sijaan luottamuksen katsottiin painottuvan tuottajan rooliin. Omassa tutkimuksessani perusmarketeissa asioivat haastateltavani kyllä mainitsivat silloin tällöin luomumerkit ja sertifikaatiokäytännön, mutta yksittäisiä merkkejä ei kuitenkaan eritelty keskusteluissa. Yksi kuluttajista painotti myös, että mitä vähemmän välikäsiä, sen parempi. Tämä haastateltava M2 ilmaisikin halustaan asioida itse suoraan tuottajan kanssa. Kuten olen aiemmin maininnut, tällaisessa oma-aloitteisessa kontrollihakuisuudessa korostuu väistämättä myös kotimaisuuden rooli.

Kotimaisuuden ja tuottajan rooli korostuvat myös keskusteltaessa pientuottajan tukemisesta, kuluttajan valinnan vapaudesta ja ihmisen ja yritysmaailman vastakkainasettelusta. Yleensä luomun tuottajan katsotaan haastattelujeni perusteella olevan nimenomaan pienyrittäjä, joka koetaan kuluttajan veroisena yksilönä. Tällaista henkilöitynyttä yritystoimintaa halutaan tukea ja luomuruoan kulutuksen uskotaankin toimivan tässä välinearvona. Suuryrityksiä ja etenkin elintarviketeollisuuden tehotuotantoa vastustetaan kuitenkin paikoin rajustikin. Vaikuttaa siltä, että haastatteleman luomun kuluttajat ovat valmiita sallimaan voiton tavoittelun pienille yrittäjille, niin sanotuille yksilöille, mutta suurten firmojen näin toimiessa niiden katsotaan usein harjoittavan epärehellistä ja jopa moraalitonta liiketoimintaa. Haastatteleman luomun kuluttajat tuntuvatkin

asettavan samalle viivalle sekä itsensä että pientuottajat sijoittaen jatkumon toiseen ääripäähän sekä suuret elintarvikealan yhtiöt että ketjuuntuneen kaupan alan.

Moni haastattelemistani henkilöitä myöntää luomuruoan kulutuksen olevan trendikästä, mutta erittelee omiksi kulutuksensa syiksi muita asioita. Mielenkiintoista mielestäni on, että vaikka kaikki haastateltavat yhtä lukuun ottamatta lukevat luomun trendikkääksi, yksikään heistä ei mainitse trendikkyyttä syynä omaan kulutukseensa. Monet puhuvatkin trendi-ilmiöstä ja trendikkäistä luomukuluttajista negatiiviseen ja vähättelevään sävyyn, vaikka samalla toivoisivat luomun kulutuksen kasvavan. Kulutuksen taustalla vaikuttavat kuitenkin yleensä nimenomaan trendit ja mielestäni onkin toisaalta väistämätöntä, että kasvavasta ilmiöstä muodostuisi yhä suurempi trendi tietoisuuden levitessä. Moni kuluttaja uskoo, että tiettyjen esteiden poistaminen ja vaihtoehtoiset kanavat voisivat lisätä luomun kulutusta entisestään tulevaisuudessa.

Usein haastatteluissa painotetaan tiedon merkitystä ja kerrotaan, että tietoa haluttaisiin lisää, mutta lopulta myönnetään, ettei aiheesta ole itse asiassa otettu selvää. Ehkä tiedon siis pitäisi olla nimenomaan helpommin saatavilla ja näkyvillä sen sijasta, että tietoa tuotettaisiin koko ajan lisää, mikä taas tuntuu hämmentävän kuluttajia tutkimustulosten ollessa ristiriitaisia. Myös ympäristökasvatusta ja tiedon siirtämistä seuraaville sukupolville pidetään tärkeänä. Lisäksi luomun mainonnasta puhutaan paljon. Monet ovat sitä mieltä, että sitä voisi muuten hyvinkin lisätä, mutta lopulta pelätään kuitenkin tämän vaikuttavan nostavasti hintoihin. Korkeampi hinta mainitaan yleensä oma-aloitteisesti heti haastattelun alussa, mutta harva mainitsee epäilystään suurten ketjujen tai tukkuliikkeiden välistä vetämisestä ilman, että asiasta kysytään. Ensisijaisesti hinta näytetään perusteltavan viljelijän työllä.

Vaikka olenkin tässä luvussa esitellyt joitakin aineistostani esiintyviä keskeisiä havaintoja, ei tämä tarkoita, että nämä olisivat yleistettävissä koskemaan kaikkia luomun kuluttajia tai luomuruoan markkinapaikkaa rakentavia diskursseja. Haluan siis edelleen painottaa, että konstruktivistiseen tutkimusnäkökulmaani nojaten, katson näiden diskurssien olevan kontekstisidonnaisia ja luovan todellisuutta juuri kyseiselle haastateltavalle kyseisenä hetkenä. Puhuessani totuudesta, ei kyseessä siis ole mikään objektiivisesti koettu yksi totuus, vaan näkemys siitä, miten kyseinen puhuja rakentaa omaa sosiaalista totuuttaan puheensa kautta. Tuloksia analysoitaessa on myös tärkeää muistaa, että tässä tutkielmassa tehdyt tulkinnat ovat haastattelijasta riippuvaisia ja voisivat näin ollen olla erilaisia eri ihmisten analysoidessa samaa tekstiä. Tulkinnat eivät myöskään automaattisesti vastaa sitä todellisuutta, jota puhujat itse ovat pyrkineet luomaan keskusteluissa, vaan ne ovat pikemminkin haastateltavan ja haastattelijan vuorovaikutuksesta rakentuvia kuvia sosiaalisesta todellisuudesta.

6.2 Suositukset liikkeenjohdolle

Vaikka tutkimukseni tarkoituksena ei ole yleistää saatuja tutkimustuloksia kontekstinsa ulkopuolelle, voidaan tästäkin analyysistä vetää joitain liikkeenjohdolle mahdollisesti hyödyllisiä johtopäätöksiä. Vaikka myös luomun ja siihen liitettävien mielikuvien tutkiminen on keskittynyt usein korostamaan kuluttajakunnan demografisia eroja, pidetään markkinoinnin ja kuluttajan käyttäytymiseen keskittyvän tutkimuksen saralla demografisiin tekijöihin pohjautuvaa segmentointia vanhanaikaisena ja usein tehottomana sen sulkiessa pois monet muut mahdollisesti näitä enemmän erottelevat tekijät. Näin ollen ensimmäinen liikkeenjohdolle suuntaamani ehdotus olisikin luomun asemointi laaja-alaisemmin tarkasteltuja kuluttajasegmenttejä hyödyntäen.

Hughner ym. (2007) huomauttavat, että luomun kuluttajat eivät ole erityisen homogeeninen ryhmä demografisien tekijöidensä osalta, eivätkä he myöskään jaa selkeästi samoja uskomuksia. He täsmentävätkin, että menestyäkseen luomun markkinoijien tulisi ymmärtää paremmin tätä motiivien, odotusten ja asenteiden laajaa kirjoa, jonka kuluttajat liittävät luomuun ja omaan kulutukseensa. Tässä oma tutkimukseni voi olla apuna, sillä se tuo esille erilaisia luomukeskustelussa esiin nousevia teemoja, joista kuluttajat ammentavat perustellessaan omaa luomumyönteisyyttään. Kuten olen useaan otteeseen maininnut, sekä luomuruoan markkinapaikka että sitä rakentavat diskurssit elävät kuitenkin jatkuvasti, eikä tässäkään tutkimuksessa esiteltyjä teemoja tule näin ollen ottaa objektiivisesti itsestään selvyytenä. Oma tutkimukseni voi toimia hyödyllisenä lähtökohtana markkinapaikan tarkastelulle, mutta tärkeämpää luomun markkinoinnin onnistumisen kannalta on mielestäni kuitenkin luomun diskurssikentän jatkuva seuraaminen ja omien segmentointistrategioiden päivittäminen. Mitä paremmin luomun tuottajat ja markkinoijat ymmärtävät myös vallitsevien diskurssien keskeistä dynamiikkaa ja mitä nopeammin he kykenevät havaitsemaan myös kuluttajien viestittämiä heikkoja signaaleja, sitä paremmat mahdollisuudet heillä on mielestäni onnistua kasvattamaan luomun kulutusta entisestään.

LÄHTEET

- Beus, Curtis & Dunlap, Riley 1990. Conventional versus Alternative Agriculture: The Paradigmatic roots of the Debate. *Rural Sociology* 55: 4, 590 – 616. Ks. Kakriainen, Salla, Mononen, Tuija, & Silvasti, Tiina 2006. Luomutuotteiden kuluttamisen motiivit Suomessa ja Saksassa. Teoksessa *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 131–155.
- Burnett, John & Bush, Alan 1986. Profiling The Yuppies. *Journal of Advertising Research*, April/May.
- Gutham, Julie 2003. Fast food/organic food: reflexive tastes and the making of 'yuppie chow'. *Social & Cultural Geography*, Vol. 4, No. 1.
- Harper, Gemma, C. & Makatouni, Aikaterini 2002. Consumer perception of organic food production and farm animal welfare. *British Food Journal*, Vol. 14, No. 3/4/5, 287–299.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2004. *Tutki ja kirjoita*. 10., osin uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki.
- Hughner, Renée Shaw, McDonagh, Pierre, Prothero, Andrea, Shultz II, Clifford J. & Stanton, Julie 2007. Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 6, 94–110.
- Isoniemi, Merja, Mäkelä, Johanna, Arvola, Anne, Forsman-Hugg, Sari, Lampila, Piritta, Paananen, Jaana & Roininen, Katariina 2006. Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta. Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 1:2006. Helsinki.
- Jokinen, Arja, Juhila, Kirsi & Suoninen, Eero 1993. *Diskurssianalyysin aakkoset*. Vastapaino, Tampere.
- Jokinen, Pekka & Puupponen, Antti 2006. Paikallisuus kestävän ruoantuotannon perustana? Teoksessa *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 113–130.
- Kakriainen, Salla 2002. *Meanings of rural to urban Consumers of Organic Products: Case study from Southwestern Germany*. Master's Thesis in Human Geography. University of Joensuu, Department of Geography.
- Kakriainen, Salla, Mononen, Tuija, & Silvasti, Tiina 2006. Luomutuotteiden kuluttamisen motiivit Suomessa ja Saksassa. Teoksessa *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 131–155
- Kantanen, Teuvo 2002. *Kuluttaja luomuvallinnassa edessä. Tutkimus päivittäistavaroihin liitettyjen laaja-alaisten kulutusseuraamusten hyväksymisestä ja torjunnasta*. Vaasa: Universitas Wasaensis.

- Lehtonen, Jenni 2004. *Luomulähiruoan kustannukset ja koettu laatu kunnallisessa ruokapalvelutoiminnassa – case päiväkotiki Huvikumpu*. Pro-gradu tutkielma, Helsingin yliopiston maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, Taloustieteen laitos.
- Lindlof, Thomas, R. & Taylor, Bryan, C. 2011. *Qualitative Communication Research Methods*. 3rd edition. Sage Publications, Inc.
- Marsden, Terry 2006. Ruoalla on väliä: kohti uutta elintarvikehalintaa? Teoksessa *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen*, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 53–68.
- Massa, Ilmo, Lillunen, Anu & Karisto, Antti 2006. Ruokaan liittyvät uudet merkitykset. Teoksessa *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen*, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 156–182.
- Metrolahti, 20.4.2012. Paratiisi säkissä. Toim. Minna Kontkanen.
- Milonoff, Tuomas & Rantala, Riku 2010. *Mad Cook. Kulinaristinen seikkailukirja*. Johnny Kniga Publishing, Helsinki.
- Moisander, Johanna 1991. Sosiaaliset arvot luomutuotteiden kulutuksessa. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-144. Kulutus- ja ympäristö –projekti. Helsinki.
- Moisander, Johanna & Uusitalo, Liisa 2001. Motivation and social contingency of environmental consumer choices. Helsingin kauppakorkeakoulu. Working papers W-275.
- Moisander, Johanna & Valtonen, Anu 2006. *Qualitative Marketing Research: A Cultural Approach*. SAGE Publications. London.
- Mononen, Tuija 2006. Yhteiskuntatieteellisen elintarvike tutkimuksen linjoja. Teoksessa *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen*, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 26–52.
- Mononen, Tuija & Silvasti, Tiina 2006. *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarvike tutkimukseen*. Gaudeamus, Helsinki.
- Mononen, Tuija 2008. *Luomun verkostot. Tutkimus suomalaisen luomutuotannon toimijaverkostojen muutoksesta*. Joensuu yliopistopaino, Joensuu.
- Mäkelä, Johanna 2000. Hyvä ruoka ja paha ruoka. Teoksessa: *2000-luvun elämä. Sosiologia teorioita vuosikymmen vaihteesta*, toim. Tommi Hoikkala & J.P. Roos. Gaudeamus, Helsinki. 201–217.
- Nilsson, Mats-Eric 2008. *Petos lautasella. Tiedätkö, mitä kaikkea suuhusi panet?* Suomentanut Tuulikki Valta. WSOY. Ruotsinkielinen alkuteos: Den hemlige kocken 2007.

- Niva, Mari, Mäkelä, Johanna & Kujala, Jouni 2004. "Trust weakens as distance grows". Finnish results of the OMIaRD consumer focus group study on organic foods. Working papers 83. National Consumer Research Centre.
- Peterson, Hikaru Hanawa & Li, Xianghong 2011. Consumer Preferences for Product Origin and Processing Scale: The Case of Organic Baby Foods. *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 92, No. 2, 590–596.
- Pino, Giovanni, Peluso, Alessandro, M. & Guido, Gianluigi 2012. Determinants of Regular and Occasional Consumers' Intentions to Buy Organic Food. *The Journal of Consumer Affairs*, Vol. 46, No. 1, 157–169.
- Pollan, Michael 2009. *Oikean ruoan puolesta*. Suomentanut Tiina Ohinmaa. Atena Kustannus Oy. Englanninkielinen alkuteos: In Defense of Food. An Eater's Manifesto 2008.
- Potter, Jonathan & Wetherell, Margaret 1987. *Discourse and social psychology. Beyond Attitudes and Behaviour*. Sage Publications.
- Roitner-Schobesberger, Birgit, Darnhofer, Ika, Somsook, Suthichai & Vogl, Christian, R. 2007. Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand. *Food Policy*, Vol. 33, 112–121.
- Schifferstein, Hendrik, N.J. & Oude Ophuis, Peter, A. M. 1998. Health-related determinants of organic food consumption in the Netherlands. *Food quality and Preference*, Vol. 9, No. 3, 119–133.
- Silvasti, Tiina & Mononen, Tuija 2006. Johdanto: näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Teoksessa Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen, toim. Tuija Mononen & Tiina Silvasti. Gaudeamus, Helsinki. 9 – 25.
- Torjusen, Hanne, Lieblein, Geir, Wander, Margareta, & Francis, Charles, A. 2001. Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. *Food Quality and Preference*, Vol. 12, 207–216.
- Tovey, Hilary 1997. Food, Environmentalism and Rural Sociology: On the Organic Farming Movement in Ireland. *Sociologia Ruralis*, Vol. 37, No. 1, 21–37.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 6., uudistettu laitos. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki.
- Vos, Timothy 2000. Visions of the middle landscape: Organic farming and the politics of nature. *Agriculture and Human Values*, Vol. 17, No. 3, 245–256.
- Williams, Christine, M. 2002. Nutritional quality of organic food: shades of grey or shades of green? *Proceedings of the Nutrition Society*, Vol. 61, 19 –24.

- Zanolì, Raffaele & Naspètti, Simona 2002. Consumer motivations in the purchase of organic food: A means-end approach. *British Food Journal*, Vol. 104 No. 8, 643–653.

ELEKTRONISET LÄHTEET

- Buck, Daniel, Getz, Christina & Guthman, Julie 1997. From Farm to Table: The Organic Vegetable Commodity Chain of Northern California. *Sociologia Ruralis*, Vol. 37, No. 1, 3–20. ks. Mononen, Tuija 2002. Minne menet luomu? Katsaus luomun yhteiskuntatieteelliseen tutkimukseen. *Maaseudun uusi aika* 10:3.
http://www.mua.profiili.fi/SIRA_Files/downloads/Arkisto/MUA_lehti/2002/3_02_mononen.pdf. Luettu 19.4.2012.
- Evira. www.evira.fi. Luettu 11.3.2012.
- Jaakkola, Minttu 2011. Viherpiipertäjästä trendikkääksi LOHAS-kuluttajaksi. Blogi-kirjoitus 24.1.2011.
<http://verso.info/news/2011/01/24/viherpiipertajasta-trendikkaaksi-lohas-kuluttajaksi>. Luettu 22.4.2012
- James, Allison 1993. Eating green(s). Discourses of organic food. Teoksessa: Mononen, Tuija 2002. Minne menet luomu? Katsaus luomun yhteiskuntatieteelliseen tutkimukseen. *Maaseudun uusi aika* 10:3.
http://www.mua.profiili.fi/SIRA_Files/downloads/Arkisto/MUA_lehti/2002/3_02_mononen.pdf. Luettu 19.4.2012.
- Luomu.fi. www.luomu.fi. Luettu 11.3.2012.
- Luomuliitto 2012. <http://www.luomuliitto.fi/>. Luettu 12.3.2012.
- Mononen, Tuija (2002) Minne menet luomu? Katsaus luomun yhteiskuntatieteelliseen tutkimukseen. *Maaseudun uusi aika* 10:3.
http://www.mua.profiili.fi/SIRA_Files/downloads/Arkisto/MUA_lehti/2002/3_02_mononen.pdf. Luettu 19.4.2012.
- Nielsen, Kuluttajaneeli 2008, tiedot ostopäiväkirjasta.
http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua_tilastoissa/Kotitalous_luomun_ostajana. Luettu 11.3.2012.

- Opetusvirasto, 2012. Tiedote: Helsingissä lisätään luomuvälikoimaa lasten päivähoidon ruokailussa. http://www.hel.fi/hki/opev/fi/Uutiset/Helsingissa_+lisataan_luomuvälikoimaa_+lasten_paivahoidon_ruokailussa. Luettu 20.4.2012.
- Rantala, Riku 2012. Otteita radiolähetyksestä: Basson IP: Truths & Rights. Bassoradio. Kuunneltu 2.3.2012.
- Ruokatieto, 2012. <http://www.ruokatieto.fi/>. Luettu 11.3.2012.
- Tammissola, Jussi 2012. Otteita radiohaastattelusta: Ajankohtainen ykkönen: Vaarallinen luomu. YleRadio1. Kuunneltu 28.1.2012.
- TNS Gallup 2010. Kuule Oy. Luomubarometri 2010. <http://www.kuule.fi/pages/pdf/luomubarometri-2010-raportti.pdf>. Luettu 12.3.2012.

LIITTEET

Liite 1: Ensimmäisen teemahaastattelun runko

1. Haastateltavan omat kulutuskäytännöt?
2. Terveellisyys?
3. Eläinten olot luomutiloilla?
4. Luomutuotanto? Ympäristövaikutukset?
5. Hinnoittelu?
6. Luonnonmukaisuus?
7. Maku?
8. Kotimaisuus?
9. Luomun tutkiminen?
10. Suhtautuminen luomun markkinointiin?
11. Luomun tulevaisuus?
12. Haastateltavan muut mielikuvat luomusta? Miten kuvailisit luomua?
13. Luomuun yhdistetyt assosiaatiot
 - Millainen luomu olisi, jos hän olisi ihminen?
 - Jos luomu järjestäisi juhlat, millaiset nämä juhlat olisivat?
14. Lisättävää?