



UNIVERSITY OF HELSINKI

Kestävyyden ulottuvuudet Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä 2014–2024

Ihmisen ravitsemuksen ja
ruokakäyttäytymisen maisteriohjelma

Pro gradu -tutkielma
Kirjoittaja: Mira Perander

Ohjaajat:
Taru Lindblom
Sami Koponen

14.3.2025
Helsinki

Tiedekunta: Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta

Koulutusohjelma: Ihmisen ravitsemuksen ja ruokakäyttäytymisen maisteriohjelma

Opintosuunta: Ruokakäyttäytyminen

Tekijä: Mira Perander

Työn nimi: Kestävyyden ulottuvuudet Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä 2014–2024

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Vuosi ja kuukausi: maaliskuu 2025

Sivumäärä: 53

Avainsanat: Ruoka, ruokakulttuuri, kestävä kehitys, kuluttajakäyttäytyminen, media, ruokamedia, premium-ruokalehdet, kestävyys siirtymä, planetaarinen ruokavalio, ekologinen kestävyys, sosiaalinen kestävyys, taloudellinen kestävyys, gourmet-ruokakulttuuri, vastuullisuus, ruokatrendit

Ohjaaja tai ohjaajat: Taru Lindblom and Sami Koponen

Säilytyspaikka: HELDA – Helsingin yliopiston digitaalinen arkisto, E-thesis palvelu

Muita tietoja:

Tiivistelmä:

Ruoka on vakiinnuttanut asemansa elämäntapamediassa ruokasisältöjen lisääntyessä, ja sen yhteys kestävyteen korostuu entisestään. Ruokakeskustelu linkittyy vahvasti ympäristöön, luonnon monimuotoisuuteen ja ilmastomuutokseen, ja kestävyys sekä eettisyys ovat yhä keskeisempiä ruoan valintakriteerejä. Aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että ruokamedia vaikuttaa kuluttajien asenteisiin ja valintoihin, mutta suomalaisia premium-ruokalehtiä ja niiden välittämiä merkityksiä on tutkittu vain vähän. Tämä tutkielma analysoi, miten kestävyden eri ulottuvuudet – ekologinen, sosiaalinen ja taloudellinen - ilmenevät Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä vuosina 2014–2024 ja voidaanko näiden sisältöjen ajatella joko edistävän tai hidastavan kestävyys siirtymää. Lisäksi tarkastellaan, miten nämä teemat liittyvät planetaarisen ruokavalion periaatteisiin.

Tutkimus toteutettiin laadullisena sisällönanalyysinä, jossa systemaattisesti tarkasteltiin Glorian Ruoka & Viini -lehden pääkirjoituksia ja vuosittaisia trendiartikkeleita, jotka julkaistiin tammikuussa vuosina 2014–2024. Analyysi toteutettiin teemoittelun avulla Atlas.ti-ohjelmistolla, ja pääkategoriat jaoteltiin kestävyden eri ulottuvuuksiin, minkä jälkeen arvioitiin niiden suhdetta kestävyys siirtymään.

Analyysi paljasti, että Glorian Ruoka & Viini välittää kestävyden ihanteita, mutta samalla se voi tahattomasti ylläpitää eksklusiivista ruokakulttuuria. Tämä ristiriita luksuksen ja kestävyden välillä näkyy erityisesti siinä, miten lehti yhdistää kestävä kulutuksen visuaaliseen houkuttelevuuteen ja korkealaatuisiin, kalliisiin raaka-aineisiin. Vaikka lehti kannustaa ekologisesti ja eettisesti perusteltuihin ruokavalintoihin, se ei kyseenalaista kulinaristisen luksuksen roolia osana kestävyys siirtymää. Tämä voi osaltaan hidastaa kestävien ruokavalintojen valtavirtaistumista.

Premium-ruokalehdillä olisi potentiaalia tuoda kestävyys osaksi laajempaa ruokakulttuuria ja esittää vastuulliset ruokavalinnat saavutettavina kaikille kuluttajille, ei vain harvoille etuoikeutetuille.

Faculty: Agriculture and Forestry

Degree programme: Master's Programme in Human Nutrition and Food-related behaviour

Study track: Food-related behaviour

Author: Mira Perander

Title: The Dimensions of Sustainability in the Content of Glorian Ruoka & Viini Magazine 2014–2024

Level: Master's thesis

Month and year: March 2025

Number of pages: 53

Keywords: Food, food culture, sustainable development, consumer behaviour, media, food media, premium food magazines, sustainability transition, planetary diet, ecological sustainability, social sustainability, economic sustainability, gourmet food culture, responsibility, food trends

Supervisor or supervisors: Taru Lindblom and Sami Koponen

Where deposited: Helsinki University Library – Helda/E-thesis (theses)

Additional information:

Abstract:

Food has established its position in lifestyle media as food-related content has increased, and its connection to sustainability is becoming even more pronounced. Food discourse is strongly linked to the environment, biodiversity, and climate change, with sustainability and ethics playing an increasingly central role in food choices. Previous studies have shown that food media influence consumers' attitudes and choices, but Finnish premium food magazines and the meanings they convey have been studied only to a limited extent.

This study analyzes how different dimensions of sustainability—ecological, social, and economic—are reflected in the content of Glorian Ruoka & Viini magazine between 2014 and 2024, and whether these contents can be seen as either promoting or slowing down the sustainability transition. Additionally, it examines how these themes align with the principles of the planetary diet.

The research was conducted as a qualitative content analysis, systematically examining the magazine's editorials and annual trend articles published in January between 2014 and 2024. The analysis was carried out using thematic categorization with the Atlas.ti software, where the main categories were classified according to different dimensions of sustainability. Their relation on the sustainability transition was then assessed.

The analysis revealed that Glorian Ruoka & Viini conveys ideals of sustainability but may simultaneously, albeit unintentionally, reinforce an exclusive food culture. This contradiction between luxury and sustainability is particularly evident in how the magazine combines sustainable consumption with visual appeal and high-quality, expensive ingredients. While the magazine encourages ecologically and ethically justified food choices, it does not question the role of culinary luxury as part of the sustainability transition. This, in turn, may slow down the mainstream adoption of sustainable food choices.

Premium food magazines have the potential to integrate sustainability into broader food culture and present responsible food choices as accessible to all consumers—not just a privileged few.

Sisällysluettelo

1	Johdanto	5
2	Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	7
2.1	Ruokamedian yhteiskunnallinen rooli	7
2.2	Kestävä kehitys ja sen eri ulottuvuudet	8
2.2.1	Kestävä kehitys ja kestävyiden kolme ulottuvuutta	9
2.2.2	Heikko ja vahva kestävyys	10
2.3	Planetaarinen ruokavalio	11
2.4	Tutkimuskysymykset	13
3	Tutkielman teoreettinen viitekehys ja konteksti	14
3.1	Kulutustottumusten sekä kulttuurisen pääoman muotoutuminen	14
3.2	Ruokavalinnat identiteetin ja sosiaalisten tekijöiden ilmentäjänä	16
3.3	Kestävästä ruoankulutuksesta ja sen haasteista	17
3.4	Eettinen, poliittinen ja vastuullinen ruoankulutus	18
3.5	Gourmet-ruokakulttuuri	19
3.6	Premium-ruokalehdet ja kestävä kehitys	20
4	Aineisto ja analyysi	22
4.1	Aineiston keruu	22
4.2	Tutkimusasetelma	23
4.3	Aineiston esittely	25
4.4	Tutkimuksen ajankohta ja konteksti	26
5	Kestävyys Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä	27
5.1	Koodien ryhmittely ja jakautuminen	27
5.2	Kestävyysnarratiivit ja kestävyys siirtymä	31
5.2.1	Kasvisruoka ja ruokakulttuurin muutos	31
5.2.2	Ilmastoruoka ja gastronomiset innovaatiot	32
5.2.3	Luksus, saavutettavuus ja kestävyys	36
5.2.4	Glorian Ruoka & Viini kestävyys siirtymän peilinä	37
5.2.5	Kestävyttä tukevat ja hidastavat teemat	37
5.2.6	Kestävyiden ristiriidat ja saavutettavuuden haasteet	38
6	Johtopäätökset ja arviointi	39
6.1	Kestävyiden eri ulottuvuudet Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä	39
6.2	Kestävyys siirtymään vaikuttavat teemat	44
6.3	Tutkimuksen arviointi	46
7	Mahdolliset jatkotutkimukset	48
	Lähteet	49
	Tutkimusaineisto	49
	Tutkimuskirjallisuus	50

1 Johdanto

Tämän päivän ruokakeskustelu linkittyy tiiviisti nykyaikaisiin ilmiöihin. Siinä missä ruoka ja syöminen tuottavat nautintoa (Jallinoja ym., 2018) ja edistävät sosiaalista vuorovaikutusta sekä yhteisiä hetkiä (Dunbar, 2017), yhä useampi pohtii myös, miten arjen ruokavalinnat vaikuttavat ympäristöön, luonnon monimuotoisuuteen ja ilmastonmuutokseen (Garnett, 2013; Nelson ym., 2016). Kestävyys, vastuullisuus ja eettiset kysymykset, kuten eläinten hyvinvointi (Fox & Ward, 2008), paikallisen ja luomuruoan suosiminen (Arvola ym., 2006) tai ihmisoikeuskysymykset (Shaw & Clarke, 1999), ovat monille tärkeitä tekijöitä ruokavalintoja tehdessä.

Ruoka on myös merkittävä identiteetin rakentaja ja itseilmaisun väline. Luptonin (1996) mukaan ruoka heijastaa sitä, miten yksilöt kokevat itsensä ja kehonsa, Bourdieun (2010) korostaessa sitä, kuinka ruokavalinnat ilmentävät yksilöiden sosiaalista asemaa ja arvoja. Tämä tekee ruoasta paitsi fysiologisen tarpeen myös kulttuurisen ja yhteiskunnallisen symbolin, joka peilaa sekä ihmisten arvoja ja suhtautumista yhteiskuntaan ja ympäröivään maailmaan, myös vallitsevia yhteiskunnallisia normeja ja käytäntöjä.

Johnston ja Baumannin (2015) mukaan ruokamedia luo puitteet sille, miten ruoasta ajatellaan ja puhutaan, mikä puolestaan vaikuttaa siihen, mitkä ruoat ja ruokailukokemukset nähdään arvokkaina. Samalla ruokamedia toimii alustana kestävyyden ja vastuullisuuden diskursseille. Näin ollen ruokamedia näyttelee merkittävää roolia niin kulutuskulttuurin ja gastronomisten trendien välittäjänä kuin myös yhteiskunnallisten arvojen muokkaajana, mikä tekee sen tutkimisesta erityisen mielenkiintoista ja tärkeää.

Kansainvälisen tutkimustyön ohella myös Suomessa on tutkittu ruokamedian välittämiä merkityksiä, mutta keskittyen erityisesti journalistiseen näkökulmaan. Tiusasen (2023) mukaan tämä tutkimus on sisältänyt muun muassa luomuruoan uutisoinnin kehystämisen ja ruokahävikkiä käsittelevien artikkelien analysoinnin. Suomalaisen ruokamedian tutkimuskenttä on kuitenkin edelleen sirpaleinen (Tiusanen, 2023) ja juuri tätä aukkoa tämä tutkielma pyrkii omalla panoksellaan täydentämään.

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan kestävyyden eri ulottuvuuksien ilmenemistä Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä vuosina 2014–2024. Luvussa 2

esitetään tutkimuksen tausta, tavoitteet ja tutkimuskysymykset, ja avataan tutkielman kannalta keskeiset käsitteet. Tutkielman teoreettinen viitekehys, jonka esittely alkaa luvusta 3, syventää ymmärrystä ruoasta yhteiskunnan ja identiteetin osana sekä identiteetin, kulttuurisen pääoman ja sosiaalisten normien muokkaajana. Luvussa käsitellään myös kestävä ruoankulutuksen keskeisiä periaatteita, gourmet-ruokakulttuuria sekä premium-ruokalehtien merkitystä osana ruokakulttuurin kestävyysmurrosta. Aineisto ja analyysimenetelmät kuvataan yksityiskohtaisesti luvussa 4, jossa esitellään myös tutkimuksen rajaukset ja analyysityökalut.

Analyysin ytimessä on kestävyiden ekologisten, sosiaalisten ja taloudellisten ulottuvuuksien esiintyminen premium-ruokalehden sisällöissä, ja näiden teemojen tarkastelu planetaarisen ruokavalion periaatteiden valossa. Analyysin tuloksia avaavat löydökset kestävyysdiskurssien ilmenemisestä vuosina 2014–2024 esitellään luvussa 5. Erityistä huomiota kiinnitetään siihen, millaisia kestävyys siirtymää edistäviä tai hidastavia teemoja artikkelisisällöistä nousee esiin.

Luvussa 6 esitellään tutkimuksen keskeiset havainnot ja johtopäätökset sekä arvioidaan tutkimuksen vahvuuksia ja rajoitteita, ja lopuksi, luvussa 7 esitetään jatkotutkimusmahdollisuuksia, jotka mielestäni tukisivat entistä syvällisempää ymmärrystä premium-ruokalehdissä esiintyvien kestävyysteemojen vaikutuksesta ruokakulttuuriin.

Olen perehtynyt tutkimusaiheeseen laajan kirjallisuuskatsauksen kautta, kerännyt aineiston systemaattisesti, suorittanut sen analyysin laadullisen sisällönanalyysin, teemoittelun ja osin myös sisällönerittelyn avulla, ja lopulta vetänyt yhteen tutkimuksen keskeiset tulokset. Näiden vaiheiden avulla tutkimus on tarjonnut kokonaiskuvan suomalaisessa premium-ruokalehdessä ilmenevistä kestävyysaiheisista sisällöistä sekä kestävyys siirtymään vaikuttavista teemoista.

2 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tausta ja määritellään sen keskeiset tavoitteet. Alaluvussa 2.1 tarkastellaan ruoan ja ruokamedian yhteyksiä yhteiskunnallisiin rakenteisiin ja kulttuurisiin ilmiöihin. Alaluvussa 2.2 syvennytään kestävyden eri ulottuvuuksiin, erityisesti ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyden näkökulmista, ja tehdään ero heikon ja vahvan kestävyden välillä. Alaluvussa 2.3 nämä kytetään planetaarisen ruokavalion viitekehykseen. Luvun lopuksi, alaluvussa 2.4, tarkennetaan tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset, jotka ohjaavat analyysia.

2.1 Ruokamedian yhteiskunnallinen rooli

Ruoka ja syöminen ovat keskeisiä teemoja yhteiskunnallisessa keskustelussa, ja ne linkittyvät niin poliittisiin päätöksiin (esim. Maa- ja metsätalousministeriö, 2017) kuin mediassa käytäviin keskusteluihin (esim. Frilander, 2020; Helsingin Sanomat, 2025; Pesonen, 2022). Viime vuosikymmeninä ruokamedian merkitys on kasvanut huomattavasti, ja sen sisältö on monipuolistunut alkuperäisten uskonnollisten ja lääketieteellisten näkökulmien ulkopuolelle. Nykyään ruokamedia on vahvasti läsnä sekä digitaalisessa että painetussa muodossa, tarjoten alustan ruokakulttuurin, makutrendien ja yhteiskunnallisten keskustelujen käsittelylle. (Phillipov, 2016; Tiisanen, 2023.)

Ruokajournalismi on vakiinnuttanut asemansa kulttuurisena ja yhteiskunnallisena vaikuttajana, joka ei ainoastaan välitä tietoa, vaan myös muokkaa ruoan arvostusta ja kulutustottumuksia (Johnston & Baumann, 2015). Median rooli on siis laajentunut perinteisestä tiedonvälityksestä aktiiviseksi toimijaksi, joka vaikuttaa kuluttajien asenteisiin ja käsityksiin ruoan merkityksestä.

Ruokakirjoittajat ja -asiantuntijat vaikuttavat siihen, mitä pidetään kulutuksen arvoisena, samalla kun media toimii makutrendien suunnannäyttäjänä ja moninaisten ruokakulttuurien edistäjänä (Fürsich, 2012; Johnston & Baumann, 2015). Median kautta tietyt ruoat ja ruokailutavat nousevat näkyvästi esiin, mikä vaikuttaa kuluttajien valintoihin ja ruokakulttuurin kehitykseen.

Ruokamedia ei siis ole neutraali toimija, vaan se heijastaa ja uusintaa yhteiskunnallisia valtasuhteita. Premium-ruokajulkaisut puhuttelevat erityisesti ylemmän keskiluokan ja yläluokan kuluttajia (De Solier, 2013), korostaen ruoan kulttuurista ja esteettistä nautintoa teknisten valmistustaitojen sijaan (Phillipov, 2016). Samalla ruokamedia tarjoaa foorumin kestävyiden ja vastuullisuuden diskursseille. Se yhdistää kulinaristisia ihanteita ja ekologista vastuullisuutta, mutta näiden välinen suhde voi olla ristiriitainen. Vaikka ruokamedia voi edistää kestävästä ruokakulttuuria, se myös uusintaa kulutuskulttuurin rakenteita, joissa kestävyys näyttäytyy luksuksena eikä saavutettavana kaikille kuluttajille. (Johnston & Goodman, 2015.) Tämä osoittaa, kuinka ruokamedia paitsi seuraa trendejä myös rakentaa ja ylläpitää sosiaalisia hierarkioita.

Myös Suomessa ruokaan liittyvä media on saavuttanut suosiota, ja sen vaikutus näkyy ruokakulttuurin rikastumisessa, globalisoitumisessa sekä ruoanlaiton nousussa pelkämästä huolenpidon velvollisuudesta suosituksi harrastukseksi (Tiusanen, 2023). Nämä muutokset heijastavat laajempia kulttuurisia ja yhteiskunnallisia kehityskulkuja maassamme.

Ruokamedian nousu on siis tehnyt siitä merkittävän yhteiskunnallisen ja kulttuurisen toimijan. Se ei ainoastaan määrittele, mikä ruoka nähdään arvokkaana, vaan myös muokkaa kulutustottumuksia ja ruokaan liittyviä arvojärjestelmiä. Vaikka se voi vahvistaa yhteiskunnallisia eroja, se tarjoaa myös tilan kestävyttä ja eriarvoisuutta koskeville keskusteluille. Näin ollen ruokamedia on paljon enemmän kuin gastronomian osa-alue – se on yhteiskunnallinen vaikuttaja, joka muokkaa käsityksiämme ruoasta ja merkityksestä.

2.2 Kestävä kehitys ja sen eri ulottuvuudet

Tämän pro gradu -tutkielman lähtökohtana on havainto, että kestävä kehityksen teemat ovat viime vuosina nousseet keskeiseen asemaan ruokamediassa. Tutkimuksen viitekehyksenä toimii planetaarinen ruokavalio, joka tarjoaa näkökulman ruokamedian kestävyysteemoihin. Planetaarisen ruokavalion periaatteet – ruoan ympäristövaikutusten minimointi, terveellisyys ja globaalin ruokajärjestelmän oikeudenmukaisuus – ovat yhä näkyvämmillä esillä myös ruokamediassa.

Vaikka kestävä kehitys ei ole tämän tutkimuksen ensisijainen kohde, kestävyysperiaatteiden ymmärtäminen on olennaista arvioitaessa, millaisena ruokamedian kestävyysdiskurssi näyttäytyy ja miten se asettuu laajempaan yhteiskunnalliseen keskusteluun planetaarisen ruokavalion näkökulmasta. Tämän vuoksi seuraavassa luvussa tarkastellaan kestävä kehityksen käsitettä ja kestävyiden eri ulottuvuuksia. Planetaarisen ruokavalion käsitettä ja sen roolia kestävyyskeskustelussa käsitellään puolestaan tarkemmin alaluvussa 2.3.

2.2.1 Kestävä kehitys ja kestävyiden kolme ulottuvuutta

Kestävä kehitys määritellään laajasti kehitykseksi, joka “tydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan” (World Commission on Environment and Development, 1987). Tämä määritelmä korostaa tasapainoa nykyisten ja tulevien tarpeiden sekä talouden kasvun, sosiaalisen oikeudenmukaisuuden ja ympäristön suojelun välillä. Kestävä kehityksen käsite on siis hyvin laaja ja siinä yhdistyvät ajatukset tulevaisuuden ja kantokyvyn turvaamisesta sekä pitkäaikaisesta, ympäristöön ja sosioekonomisiin tekijöihin liittyvästä elämänlaadusta (Forssell & Lankoski, 2015).

Kestävä kehitys jaetaan perinteisesti kolmeen ulottuvuuteen: ympäristölliseen eli ekologiseen, taloudelliseen ja sosiaaliseen kestävyteen (Giddings ym., 2002; Purvis ym., 2019). Nämä ulottuvuudet muodostavat siis kestävä kehityksen perustan ja voidaan ajatella, että niiden keskinäinen tasapaino on olennaista kestävyiden saavuttamiseksi.

Ekologinen kestävyys, kuten Purvis ym. (2019) esittävät, keskittyy biologisten ja fyysisten ekosysteemien terveyden ylläpitämiseen sekä biodiversiteetin säilyttämiseen. Munierin (2005) mukaan tämän ulottuvuuden lähtökohtana on ymmärrys siitä, että luonnonvarat ovat rajallisia ja usein korvaamattomia. Tämä näkökulma korostaa ilmastonmuutoksen torjuntaa, luonnonvarojen kestävä käyttöä sekä ympäristön kantokyvyn huomioimista. Ruokamedian kontekstissa ekologinen kestävyys liittyy siihen, miten ruokajournalismi tuo esiin ympäristöön liittyviä kysymyksiä ja millä tavalla ne kehystetään. Ruokamedia käsittelee usein ekologista kestävyttä yksilötason vastuuna, esimerkiksi suosittamalla lähiruokaa, luomutuotteita ja ruokahävikin vähentämistä. Johnston ja Baumann (2015) ovatkin todenneet, että ruokamedia harvoin käsittelee ekologisuuutta rakenteellisena

muutoksena, vaan se kehystää kestävyuden elämäntyyliä. Tämä voi johtaa siihen, että kestävä kehitys esitetään yksilöllisenä kulutusvalintana eikä laajempaan yhteiskunnallisena tavoitteena.

Sosiaalinen kestävyys keskittyy ihmisten perustarpeiden täyttämiseen, oikeudenmukaisuuden ja osallisuuden edistämiseen sekä kulttuurisen monimuotoisuuden säilyttämiseen. Purvis ym. (2019) korostavat, että sosiaalinen kestävyys pyrkii parantamaan kaikkien yksilöiden elämänlaatua ja vahvistamaan yhteiskuntien kykyä ylläpitää tätä pitkällä aikavälillä. Ruokamedian sisällöissä sosiaalinen kestävyys liittyy siihen, kuinka monipuolisesti eri ruokakulttuurit ja kestävyuden oikeudenmukaisuusnäkökulmat tuodaan esiin. Vaikka ekologinen kestävyys on noussut yhä merkittävämmäksi ruokajournalismissa, reilun kaupan tuotteiden, ruokaturvan ja työntekijöiden oikeuksien käsittely jää usein marginaaliseksi (Johnston & Baumann, 2015). Tämä herättää kysymyksen siitä, miten ruokamedia voisi ottaa laajemmin huomioon kestävä kehityksen sosiaaliset ulottuvuudet eikä ainoastaan yksilötason ruokavalintoja.

Taloudellinen kestävyys viittaa taloudellisen hyvinvoinnin edistämiseen siten, että siinä otetaan huomioon ekologiset ja sosiaaliset rajoitteet. Purvis ym. (2019) korostavat, että talouskasvu voi olla kestävä vain, jos se tapahtuu ympäristöä ja yhteiskuntaa kuormittamatta. Tämä tarkoittaa resurssien tehokasta käyttöä ja taloudellisten hyötyjen oikeudenmukaista jakamista. Ruokamedian kontekstissa taloudellinen kestävyys on monimutkainen kysymys, sillä samalla kun premium-ruokalehdet voivat edistää vastuullisia ruokavalintoja, ne myös ylläpitävät kulinaristista eksklusiivisuutta. Johnston ja Baumann (2015) ovat todenneet, että ruokajournalismi usein suosii luksustuotteita ja pientuottajien erikoistuotteita, mikä voi tehdä kestävydestä taloudellisesti saavutettavampaa vain tietyille kuluttajaryhmille. Tämä nostaa esiin kysymyksen siitä, voiko ruokamedia aidosti edistää laajamittaista kestävyys siirtymää, jos sen tarjoamat ratkaisut ovat saavutettavissa vain taloudellisesti etuoikeutetuille kuluttajille.

2.2.2 Heikko ja vahva kestävyys

Kestävyystutkimuksessa tehdään usein ero heikon ja vahvan kestävyden välillä. Heikon kestävyden mallissa ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys voivat korvata toisiaan (Heikkurinen, 2014). Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi

ekologisia haittoja voidaan kompensoida taloudellisilla tai sosiaalisilla hyödyillä, eikä ympäristön kantokykyä aseteta ehdottomaksi rajaksi. Munierin (2005) mukaan tämä lähestymistapa perustuu oletukseen, että teknologinen kehitys ja muut tuotannon tekijät voivat korvata luonnonvaroja, mikä asettaa talouskasvun keskeiseen rooliin luonnonvarojen ehtymisen ratkaisijana.

Vahvan kestävyuden näkökulmasta ekologinen kestävyys on ensisijainen arvo, jota ei voida uhrata taloudellisen kasvun tai kulutuskulttuurin ylläpitämiseksi (Pelenc & Ballet, 2015). Tämä näkemys korostaa luonnonvarojen korvaamattomuutta ja niiden elämälle välttämättömiä ominaisuuksia, kuten puhdasta vettä ja koskemattomia metsiä. Vahva kestävyys painottaa ympäristön kantokyvyn ehdottomuutta ja pyrkii turvaamaan luonnonvarat tuleville sukupolville (Munier, 2005).

Ruokamedian kontekstissa heikon ja vahvan kestävyuden ero näkyy erityisesti siinä, kuinka syvällisesti ja kriittisesti ruoan ekologisia, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia käsitellään. Heikon kestävyuden näkökulmasta ruokajournalismi voi painottaa esimerkiksi ekologisten tuotteiden ja vastuullisten brändien esiin nostamista ilman, että se kyseenalaistaa kulutuksen määrää tai ruokajärjestelmän rakenteita. Vahvan kestävyuden mukaisessa ruokajournalismissa korostuisi puolestaan laajempi rakenteellinen kriittisyys, jossa kyseenalaistetaan esimerkiksi ruoan massatuotanto, eläintuotannon ympäristövaikutukset sekä taloudellisen voitontavoittelun ja kestävyuden välinen ristiriita.

2.3 Planetaarinen ruokavalio

Kestävä ruoankulutus on keskeinen osa kestävästä kehityksestä, ja se liittyy luonnonvarojen tehokkaaseen käyttöön, jätteen minimointiin, kiertotalouden edistämiseen sekä ympäristöystävällisiin ruokavalintoihin. Samalla sen tavoitteena on turvata ihmisten terveys ja ravitsemus (FAO, 2018; Willett ym., 2019).

EAT-Lancet-komission vuonna 2019 raportti painottaa ruokavalion muutosten merkitystä kestävästä ruoankulutuksesta edistämiseksi. Raportin mukaan kestävästä ruokavalion kulmakiviä ovat kasvipohjaisten ruokien osuuden lisääminen ja eläinperäisen ruoan kulutuksen vähentäminen. Vihannesten, hedelmien, täysjyväviljan, palkokasvien ja pähkinöiden suosiminen voi merkittävästi vähentää ruoantuotannon ympäristövaikutuksia, ja erityisesti linssit ja herneet ovat kestäviä proteiini-lähteitä. Samalla eläinperäisten tuotteiden kulutuksen vähentäminen voi

pienentää kasvihuonekaasupäästöjä, vedenkulutusta ja maankäyttöä sekä tukea terveellisempiä ruokavalintoja. (Willett ym., 2019.)

EAT-Lancet-komission määrittelemä planetaarinen ruokavalio toimii esimerkkinä kestävä kehityksen periaatteiden soveltamisesta ruokajärjestelmään. Willett ym. (2019) kuvaavat planetaarista ruokavaliota tieteellisesti määriteltynä viiteruokavaliona, jonka tavoitteena on edistää sekä ihmisten terveyttä että ympäristön kestävyttä. Se perustuu pääasiassa kasviperäisiin elintarvikkeisiin, joiden lisäksi ruokavalioon sisältyy vain vähäinen tai kohtuullinen määrä kalaa ja siipikarjaa. Punaisen ja prosessoidun lihan, lisätyn sokerin, puhdistettujen viljojen ja tärkkelyspitoisten kasvien kulutus puolestaan on hyvin vähäistä tai olematonta. (Willett ym., 2019.)

Planetaarisen ruokavalion noudattaminen maailmanlaajuisesti voisi Willett ym., (2019) mukaan merkittävästi vähentää kokonaiskuolleisuutta ja edistää kansanterveyttä vähentämällä kroonisten sairauksien, kuten sydän- ja verisuonitautien, esiintyvyyttä. Sen lisäksi ruokavalio tukee ympäristön kestävyttä, sillä ruoantuotannon ympäristövaikutukset, kuten maankäyttö, biologisen monimuotoisuuden väheneminen, veden kulutus, kasvihuonekaasupäästöt sekä typen ja fosforin aiheuttama saastuminen, voidaan pitää ekologisten rajojen puitteissa. (Willett ym., 2019.)

Siirtyminen planetaariseen ruokavalioon edellyttää Willett ym. (2019) mukaan merkittäviä muutoksia ruokajärjestelmissä ja ruokapolitiikassa. Kasvipohjaisten ruokien kulutusta on lisättävä ja eläinperäisten tuotteiden kulutusta vähennettävä merkittävästi. Tämä siirtymä vaatii laajamittaista kansanterveystiedotusta, kestävyteen liittyvän koulutuksen vahvistamista sekä tiivistä yhteistyötä terveys- ja ympäristöministeriöiden välillä. Planetaarisen ruokavalion laajempi käyttöönotto edellyttää lisäksi ruokapoliittisia toimia, jotka ohjaavat kulutuskäyttäytymistä terveellisempään ja ympäristön kannalta kestävämpään suuntaan. (Willett ym., 2019.)

Lisäksi premium-ruokalehdet voivat olla merkittävässä roolissa tämän muutoksen tukemisessa. Ne voivat toimia tiedonvälittäjinä ja inspiraation lähteinä, jotka esittelevät planetaarisen ruokavalion herkullisuutta ja monipuolisuutta houkuttelevalla ja saavutettavalla tavalla. Laadukkaat ruokalehdet voivat tarjota

reseptejä, ruoanvalmistusvinkkejä ja syvällisiä artikkeleita, jotka valaisevat kestävän ruokavalion vaikutuksia terveyteen ja ympäristöön. Lisäksi ruokalehdet voivat tuoda esiin tarinoita ruoantuottajista, jotka edistävät kestävästä kehitystä, ja siten lisätä tietoisuutta ruokajärjestelmämme vaikutuksista.

Kun premium-ruokalehdet omaksuvat planetaarisen ruokavalion periaatteet ja tekevät niistä houkuttelevia suurelle yleisölle, ne voivat merkittävästi edistää muutosta kohti kestävämpää ruokakulttuuria.

2.4 Tutkimuskysymykset

Tämän pro gradu -tutkielman tavoitteena on tutkia, millaisia kestävän kehityksen teemoja suomalaiset premium-ruokalehdet käsittelevät sisällöissään. Tutkimuksessa tarkastellaan kestävyden kolmea keskeistä ulottuvuutta: ekologista, sosiaalista ja taloudellista kestävyttä. Lisäksi aihetta lähestytään ihmisten terveyden ja planeetan ekologisen kestävyden yhdistävän planetaarisen ruokavalion näkökulmasta. Tämä rajaus auttaa täsmentämään tutkimusasetelmaa ja antaa sille konkreettiset tavoitteet, tarjoten samalla aineiston kautta monipuolisia näkökulmia mediavälitteiseen ruokakulttuuriin.

Tutkimus nojaa käsitykseen, jonka mukaan kestävyys siirtymä on merkittävä yhteiskunnallinen prosessi, jossa yksilöiden ja yhteisöjen arvot, asenteet ja käytännöt muuttuvat kohti kestävämpiä toimintatapoja. Ruokajärjestelmän kontekstissa tämä voisi tarkoittaa vastuullisten ruokavalintojen, kuten kasvipohjaisten tuotteiden suosimisen, ruokahävikin vähentämisen ja resurssitehokkaiden tuotantotapojen tukemista. Lähdän siitä ajatuksesta, että siirtymä ei ole pelkästään rakenteellinen, vaan myös kulttuurinen muutos, jossa kestävyden teemat sulautuvat osaksi arkipäivän päätöksentekoa ja mediassa esiintyviä ruokadiskursseja, ja haen vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Millaisia ekologisen, sosiaalisen sekä taloudellisen kestävyden teemoja premium-ruokalehdet käsittelevät sisällöissään ja miten nämä teemat kytkeytyvät planetaarisen ruokavalion periaatteisiin?
2. Millaisia kestävyys siirtymää edistäviä tai hidastavia teemoja premium-ruokalehtien sisällöistä nousee esiin?

Tämä lähestymistapa yhdistää ruokamedian tutkimuksen ja kestävyden teemat, tuottaen uutta tietoa ruokamedian roolista ruokakulttuurin kestävyys siirtymässä.

3 Tutkielman teoreettinen viitekehys ja konteksti

Ruoan merkitys yhteiskunnallisena, kulttuurisena ja poliittisena ilmiönä on viime vuosikymmeninä kasvanut merkittävästi. Tiusanen (2023) korostaa, että ruoka ei ole enää vain arkisen ravitsemuksen väline, vaan keskeinen osa yhteiskunnallisten ja kulttuuristen ilmiöiden käsittelyä. Warden (2016) mukaan siihen liittyy merkittäviä arvoja, identiteettejä ja valintoja, ja esimerkiksi kasvisruokavalioiden suosiminen on noussut merkittäväksi osaksi ilmastokeskustelua. Mikulak (2013) taasen on todennut ruoan kietoutuvan moniulotteiseen valta- ja tiedon diskurssien verkostoon, joka yhdistää eri tieteenaloja ja tiedon muotoja. Tämän moniulotteisuutensa ansiosta ruoka tarjoaa ainutlaatuisen tutkimuskohteen, jossa kulttuuriset, sosiaaliset, ekologiset ja identiteettiin liittyvät näkökulmat risteävät. Voidaankin sanoa, että ruoka ei ainoastaan heijasta yksilöiden mieltymyksiä ja arvomaailmoja, vaan sillä on myös merkittävä rooli identiteetin rakentumisessa ja kulttuurisen pääoman välittämisessä. Tässä valossa ei ole yllättävää, että ruoankulutuksen ja ruokavalintojen tarkastelu on noussut keskeiseksi teemaksi sosiologian ja kulutustutkimuksen aloilla (esim. De Solier, 2013; Gronow, 1997; Johnston & Baumann, 2015; Niva & Jallinoja, 2018; Warde, 2014; 2016).

3.1 Kulutustottumusten sekä kulttuurisen pääoman muotoutuminen

Ruokatuotanto ja ruoankulutus vaihtelevat maailmassa suuresti, ja niihin vaikuttavat monet maantieteelliset, taloudelliset ja sosiaaliset tekijät. Ruoka ei ole vain henkilökohtainen valinta, vaan myös yhteisöllinen ilmiö (Brulotte & Di Giovine, 2014).

Ruoka on myös enemmän kuin pelkkä ravinnonlähde – se on myös merkittävä sosiaalinen ja kulttuurinen ilmiö, joka heijastaa yksilön arvoja, elämäntapaa ja yhteiskunnallista asemaa. Luptonin (1996) mukaan ruoka on tiiviisti sidoksissa identiteettiin ja ruumiillisuuteen, sillä se toimii itseilmaisun välineenä ja heijastaa sitä, miten ihmiset kokevat itsensä ja kehonsa. Ruokavalinnat eivät ole neutraaleja, vaan ne rakentavat ja vahvistavat käsitystä itsestä suhteessa muihin. Tässä kontekstissa premium-ruokalehdet voivat muokata kuluttajien identiteettiä tarjoamalla normeja ja ideaaleja, jotka liittyvät esimerkiksi laatuun, eettisyyteen ja esteettisyyteen. Nämä arvot eivät ole vain ruokaan liittyviä, vaan ne toimivat osana yksilöiden elämäntyylin ja identiteetin ilmaisua.

Identiteetin rakentumisen lisäksi ruoka toimii myös keskeisenä symbolina, joka viestii yksilön sosiaalista asemaa ja arvoja. Tämä liittyy laajemmin Bourdieun (2010) kulttuurisen pääoman teoriaan, jonka mukaan kulutustottumukset – mukaan lukien ruokailutottumukset – voivat toimia merkkeinä sosiaalisesta asemasta.

Ruokailutottumukset eivät ole pelkästään henkilökohtaisia mieltymyksiä, vaan ne toimivat symbolisina markkereina, jotka viestivät sosiaalisesta asemasta ja kulttuurisesta pääomasta. Ruokaan liittyvä tieto – kuten gastronomisten käytäntöjen tuntemus tai eettisten kysymysten ymmärrys – on osa tätä pääomaa.

Premium-ruokalehdet ovat merkittävä osa tätä kulttuurista prosessia. Ne eivät ainoastaan tarjoa gastronomista inspiraatiota, vaan myös välittävät käsityksiä siitä, millainen ruoka on arvokasta, esteettistä ja sosiaalisesti hyväksyttyä. Johnston ja Baumann (2015) ovat tutkineet, miten ruokamedia vahvistaa tiettyjä maku- ja kulutustottumuksia, jotka usein kytkeytyvät keskiluokkisiin ja yläluokkisiin arvomaailmoihin. Tämä näkyy erityisesti siinä, miten premium-ruokalehdet korostavat esimerkiksi lähiruokaa, artesaanituotteita ja ekologisesti kestäväää ruokaa – valintoja, jotka eivät ole kaikille taloudellisesti saavutettavissa, mutta jotka toimivat sosiaalisina statussymboleina.

Warde (2016) puolestaan painottaa, että ruokatottumukset ovat kollektiivisia käytäntöjä, joita ohjaavat yhteiskunnalliset normit ja instituutiot. Premium-ruokalehdet eivät vain heijasta olemassa olevia ruokakulttuurin normeja, vaan myös muokkaavat niitä aktiivisesti – esimerkiksi normalisoimalla kestävyysajattelua ja ohjaamalla kuluttajia tiettyjen ruokatuotteiden ja -trendien pariin. Tämä tekee niistä vaikuttajia, jotka voivat joko edistää kestäväää kehitystä tai vahvistaa luksusruoan eksklusiivisuutta. Premium-ruokalehdet asettavat riman sille, mitä pidetään tavoiteltavana ruoan ja ruokakulttuurin osalta. Näin ne voivat ohjata kuluttajia paitsi valitsemaan tiettyjä ruokia myös omaksumaän niihin liittyviä arvomaailmoja ja käytäntöjä, mikä tekee ruoasta tehokkaan kulttuurisen ja sosiaalisen viestinnän

Vaikka ympäristö vaikuttaa voimakkaasti yksilön valintoihin, yksilöillä on myös aktiivinen rooli ympäristön muokkaamisessa. Ortner (2006) käsittelee tätä suhdetta käytäntöteorian näkökulmasta, jonka mukaan yksilö ja ympäristö vaikuttavat toisiinsa jatkuvasti. Tämä ajattelutapa korostaa sitä, että yhteiskunta ja elinympäristö muokkaavat ihmisten kulutuskäyttäytymistä ja ruokavalintoja, mutta samalla kuluttajat muovaavat yhteiskuntaa ja sen normeja. Premium-ruokalehdet voivat tässä

yhteydessä toimia kestävämmän ruokakulttuurin rakentajina, sillä ne tekevät kestävästä ruokavalinnoista houkuttelevia ja haluttavia esittämällä ne arjen luksuksena. Tämä linkittyy siihen, että taloudelliset tekijät vaikuttavat ruokavalintoihin: premium-ruokalehdet vetoavat usein kuluttajiin, joilla on enemmän ostovoimaa ja kiinnostusta panostaa laatuun ja elämyksellisyyteen ruoassa (De Solier, 2013).

Lisäksi ruokalehdet vaikuttavat siihen, miten kestävyys normalisoituu kuluttajakäyttäytymisessä. Niiden kautta esimerkiksi kasvipohjaisista ruokavalinnoista voidaan tehdä trendikkäitä ja tavoiteltavia, mikä tukee ajatusta siitä, että yksilöt eivät ainoastaan sopeudu ympäristöönsä, vaan myös aktiivisesti muokkaavat sitä. Vaikka premium-ruokalehdet eivät ole poliittisia toimijoita, ne voivat epäsuorasti vaikuttaa yhteiskunnalliseen keskusteluun kestävästä ruoasta ja tukea poliittisia tavoitteita kestävämpien ruokavalintojen edistämiseksi.

3.2 Ruokavalinnat identiteetin ja sosiaalisten tekijöiden ilmentäjänä

Yksilön ruokavalintoihin ja mieltymyksiin vaikuttavat monet tekijät, kuten esimerkiksi ikä, sukupuoli, koulutustausta, tulotaso, terveydentila, ravitsemustietoisuus sekä ruoanlaittotaidot (Brug, 2008). Psykologiset tekijät, kuten asenteet ruokaa ja terveyttä kohtaan, motivaatiotekijät, arvot sekä kannustimet, muovaavat myös yksilön ruokavalintoja (Riet ym., 2011). Lisäksi sosiaaliset ja kulttuuriset seikat, kuten perheen ja yhteisön normit sekä sosiaalinen paine, vaikuttavat siihen, millaisia ruokavalintoja yksilö tekee (Anderson, 2014; Warde (2016).

Bourdieu (2010) mukaan yksilö rakentaa identiteettiään valintojensa kautta, vahvistaen samalla omaa käsitystään siitä, mihin yhteiskuntaluokkaan tai ryhmään hän kuuluu. Nämä valinnat perustuvat niin sanottuun makuun (taste), joka tarkoittaa henkilökohtaisia, kulttuurisia ja esteettisiä mieltymyksiä. Yksilö mukauttaa käytöstään ja toimintaansa vastaamaan sen ryhmän tapoja ja normeja, johon hän kokee kuuluvansa. (Bourdieu, 2010.) Tätä teoriaa tukee Brulotten ja Di Giovinen (2014) havainto, jonka mukaan ruokavalinnat ovat monien tekijöiden summa, joissa yhdistyvät asuinpaikka, yksilölliset piirteet sekä ympäristön taloudelliset ja sosiaaliset olosuhteet.

Vaikka ruokavalinnat ilmentävät yksilöllistä minäkuva, identiteetti ei muodostu ainoastaan yksilön omasta näkökulmasta, vaan myös suhteessa muihin ihmisiin. Woodwardin (2000) mukaan identiteetin rakentumisessa on keskeistä samanlaisuuden ja erilaisuuden käsite: ihmiset peilaavat itseään muihin ja määrittelevät itsensä joko osaksi tiettyä ryhmää tai erilliseksi siitä. Identiteetti ei ole yksiselitteinen, vaan se voi vaihdella eri tilanteissa ja eri ihmisten seurassa. Se muodostuu henkilökohtaisten ihanteiden, ulkoisten odotusten sekä yksilön omien mahdollisuuksien ja paineiden vuorovaikutuksessa. (Woodward, 2000.)

Ruokavalinnat ovat yksi tapa ilmaista identiteettiä. Fischlerin (2011) mukaan ihmiset viestivät ruokavalinnoillaan kuulumistaan tiettyyn kulttuuriin tai ryhmään. Stajic (2013) puolestaan kuvaa ruokailua kommunikaation keinona – sanattomana viestintänä, jonka avulla ihmiset jakavat merkityksiä keskenään. Syömällä samaa ruokaa muiden kanssa ihmiset vahvistavat sosiaalisia suhteitaan, mutta samalla ruokailutavat voivat myös erottaa eri ryhmiä toisistaan (Anderson, 2014).

3.3 Kestävästä ruoankulutuksesta ja sen haasteista

Ruokavalinnoilla ja ruoan tuotannolla on merkittävä vaikutus ilmastonmuutokseen, ja ilmastonmuutos puolestaan vaikuttaa ruoantuotannon prosesseihin. Yli kolmasosa ihmisten tuottamista kasvihuonekaasupäästöistä liittyy ruokaan, ja valtaosa näistä päästöistä (yli 70 %) aiheutuu maataloudesta ja maankäytön muutoksista, kun taas loput syntyvät toimitusketjusta (Crippa ym., 2021). Poore ja Nemecek (2018) korostavat, että yksilölliset ruokavalinnat ovat keskeinen keino kasvihuonekaasupäästöjen vähentämisessä, ja Virtanen ym. (2011) arvioivat, että siirtyminen kestävään ruokavalioon voi vähentää ruokavalion ilmastovaikutuksia noin kymmenellä prosentilla.

Kestävä ruoankulutus ei kuitenkaan ole vain ympäristökysymys, vaan siihen vaikuttavat myös kulttuuriset ja sosiaaliset tekijät. Pfeiffer ym. (2017) havaitsivat, että ruokailuympäristöstä riippumatta kuluttajien rutiinit ja tottumukset vaikeuttavat kestävien valintojen tekemistä. Vaikka esimerkiksi ravintolassa syödessä ympäristö poikkeaa kotioiloista, tämä ei merkittävästi vaikuta kuluttajien päätöksiin, sillä ruokavalinnat perustuvat usein tottumuksiin. Tästä syystä kestävien valintojen tekemistä voitaisiin helpottaa tarjoamalla ravintoloissa tuttuja ruokalajeja muistuttavia, mutta ympäristöystävällisempiä vaihtoehtoja. Samalla on tärkeää, että

kestävien ruokavalintojen tekeminen ei rajoitu vain erikoistilanteisiin, vaan kuluttajia tulisi rohkaista muuttamaan myös päivittäisiä ruokailutottumuksiaan.

Siirtyminen kestävämpään ruokavalioon edellyttää laaja-alaisen kulttuurisen arvomuutoksen koko yhteiskunnassa (Reipurth ym., 2019; Pohjolainen ym., 2015). Pohjolainen ym. (2015) huomauttavat, että esimerkiksi lihan kulutukseen liittyvät arvot, kuten maskuliinisuus ja perinteisyys, ovat syvälle juurtuneita ja hidastavat erityisesti miesten siirtymistä kasvipohjaisempaan ruokavalioon.

Kestävän ruoankulutuksen edistämiseksi tarvitaan sekä yksilöllisiä että rakenteellisia muutoksia. Burlingame (2010) toteaa, että kestävä ruokavalion määritelmä vaihtelee alueittain ja riippuu kuluttajien kulttuurista, taloudellisista resursseista ja käytännöllisyydestä. Kuitenkin yhteistä kestäväälle ruokavaliolle ovat biodiversiteetin ja ekosysteemien kunnioittaminen, alhainen ympäristökuormitus sekä ruokaturvan ja hyvinvoinnin varmistaminen tuleville sukupolville. Garnett (2014) puolestaan korostaa, että kestävät ruokavaliot voivat torjua aliravitsemusta, ravintoaineiden puutoksia ja ylipainoa sekä samalla auttaa ratkaisemaan ekologisia ongelmia, kuten ilmastonmuutosta, biodiversiteetin vähenemistä ja maaperän köyhtymistä.

3.4 Eettinen, poliittinen ja vastuullinen ruoankulutus

Kestävästä ruoankulutuksesta keskusteltaessa törmää usein myös termeihin eettinen, poliittinen ja vastuullinen kuluttaminen, jotka liittyvät käsitteinä läheisesti toisiinsa. Ne menevät limittäin myös kestävyuden käsitteen kanssa. Eettisellä ruoankulutuksella viitataan yleensä sellaisiin ruoan valinta- ja kulutustapoihin, jotka perustuvat erilaisten eettisten periaatteiden tukemiseen. Kuluttajat, joita ohjaa eettinen motivaatio, pyrkivät vaikuttamaan ympäröivään maailmaan ja käyttämään kulutusvalintojaan välineenä saavuttaakseen yhteiskunnallista muutosta. (Esim. Halkier & Holm, 2008; Huddart Kennedy ym., 2019; Lewis & Potter, 2011.)

Eettinen ruoankulutus sisältää tavallisesti kasvissyönnin, luomutuotteiden ja lähellä tuotetun ruoan sekä esimerkiksi reilun kaupan tuotteiden valinnan, mutta myös niiden tuotteiden suosimisen, jotka on tuotettu noudattaen sosiaalisesti vastuullisia ja inhimillisiä periaatteita (Beagan ym., 2015; Johnston & Baumann, 2015). Esimerkiksi paikallisesti tuotetun ruoan kuluttamista pidetään eettisenä valintana, koska se alentaa ruoan kuljetuksesta aiheutuvia hiilidioksidipäästöjä ja tukee paikallisten tuottajien sekä yhteisön hyvinvointia (Megicks ym., 2012).

Eettiseen ruoankulutukseen liittyy siis tyypillisesti sekä ympäristöllisiä että sosiaalisen vastuun näkökohtia korostavia piirteitä, mutta ruoan kulutuksen tutkimuskentässä keskustellaan yhä lisääntyvästi myös poliittisen kuluttamisen merkityksestä. Ajatuksena on, että kuluttajat voivat omilla ruokavalinnoillaan ottaa kantaa ja vaikuttaa laajempiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin (esim. Halkier & Holm, 2008; Johnston & Baumann, 2015; Niva & Jallinoja, 2018.) Halkier ja Holmin (2008) mukaan nykypäivän kuluttajat kokevat yhä enemmän painetta ottaa kantaa ja osallistua keskusteluun aiheista, jotka liittyvät ruoan eettisyyden lisäksi myös ruoan turvallisuuteen, terveellisyyteen ja sen ympäristövaikutuksiin. Niva ja Jallinoja (2018) toteavat, että poliittinen kulutuskäyttäytyminen näkyy valitsemalla tai hylkäämällä erityisiä tuotteita, mikä on tapa, jolla kuluttajat ilmaisevat kantansa ruoan kulutukseen liittyvissä eettisissä, poliittisissa tai ympäristöllisissä kysymyksissä. Sassatelli (2004) taasen liittyy yhteen poliittisen kuluttamisen sekä vaihtoehtoisten kulutuskäytäntöjen ja -diskurssien yleistymisen. Hänen mukaansa tällaiset vaihtoehtoiset ruoankulutustavat ovat kehittyneet vastauksena kapitalistisen massatuotannon epäeettisiksi koettuihin menetelmiin. Nämä tavat ottavat huomioon esimerkiksi ruoantuotannon ympäristövaikutukset, eläinten oikeudet ja ihmisoikeudet (Sassatelli, 2004).

3.5 Gourmet-ruokakulttuuri

Tutkimukseni sijoittuu gourmet-ruokakulttuurin kontekstiin. Gourmet-ruokakulttuuri on perinteisesti keskittynyt ruoan laatuun, makuun ja esteettisyyteen. Se on arvostanut hienostuneisuutta, taidokasta valmistustapaa ja visuaalista esillepanoa, joiden avulla luodaan erottautuvia ja nautinnollisia ruokaelämyksiä. Tämän perinteisen näkemyksen mukaan gourmet-ruokakulttuuri on siis painottanut enemmän aistillisia ja esteettisiä kokemuksia kuin ruoan alkuperää, tuotantotapaa tai sen vaikutusta ympäristöön ja yhteiskuntaan. (Johnston & Baumann, 2015.)

Viime vuosikymmeninä on kuitenkin tapahtunut merkittävä muutos siinä, miten gourmet-ruokakulttuuria ymmärretään ja arvostetaan. Nykypäivänä ruoan alkuperä, kestävä tuotantotapa ja eettiset näkökulmat ovat yhä tärkeämpiä tekijöitä myös gourmet-ruokakulttuurissa. Tämä johtuu osittain kuluttajien kasvaneesta tietoisuudesta ja arvojen muutoksesta: yhä useammat ihmiset arvostavat ruokaa, joka on tuotettu eettisesti, kestävästi ja vastuullisesti, tunnustaen samalla ruoantuotannon ympäristövaikutukset. (Johnston & Baumann, 2015.)

Tässä kontekstissa gourmet-ruokakulttuuri on siis laajentanut fokustaan perinteisistä esteettisistä arvoista kohti kokonaisvaltaisempaa näkemystä, joka sisältää ruoan eettiset ja ympäristölliset ulottuvuudet. Ruoan alkuperästä ja tuotantotavasta on tullut merkittäviä arvoja itsessään, ja monet huippuravintolat ja ruoan ammattilaiset korostavat paikallisten, luomu- ja lähiruokien käyttöä sekä kestävän kehityksen mukaisia käytäntöjä. (Johnston & Baumann, 2015.) Näin ollen, vaikka gourmet-ruokakulttuurin juuret ovat vahvasti esteettisyydessä ja makunautinnoissa, nykyinen gourmet-kulttuuri tunnustaa ja integroi yhä enemmän ruoan eettiset ja kestävyysnäkökohdat osaksi kulinaarista arvomaailmaa, minkä vuoksi olen valinnut sen tämän pro gradu -tutkielman viitekehikseksi. Gourmet-ruokapuheeseen liittyy kuitenkin ristiriitoja, erityisesti avoimen demokraattisen populismin ja sosiaalisen etäisyyden ja erottuvuuden saavuttamisen välillä. Voidaan ajatella, että gourmet-ruokakulttuuri on ikään kuin risteymäkohta, jossa yksilöiden makumieltymykset, kulttuurinen erottautuminen, henkilökohtainen identiteetti ja kulutusvalinnat kohtaavat laajemmat yhteiskunnalliset ja ekologiset kysymykset ruoan tuotannosta, kulutuksesta ja sen eettisistä ulottuvuuksista. Gourmet-ruokakulttuuri voidaan siis nähdä sekä yhteiskunnallisen statuksen ilmaisuna että keinona edistää ruokavalintojen kautta ympäristön kestävyttä, eläinten hyvinvointia, reilua kauppaa ja terveellisiä elämäntapoja.

3.6 Premium-ruokalehdet ja kestävä kehitys

Premium-ruokalehdet ovat laadukkaita, visuaalisesti vaikuttavia julkaisuja, joilla on keskeinen rooli gourmet-ruokakulttuurissa. Perinteisesti ne ovat korostaneet laatua, hienostuneisuutta ja kulinaarista osaamista, mutta viime vuosina niiden sisältö on laajentunut kattamaan myös kestävyden, eettisyyden ja vastuullisuuden (Johnston & Baumann, 2015; Garnett, 2013.)

Näillä lehdillä on kaksijakoinen rooli: ne voivat vahvistaa perinteisiä luksuskäsityksiä mutta myös edistää kestävämpää kulutusta. Niiden vaikutus näkyy kuluttajien makutottumuksissa ja arvoissa, erityisesti silloin, kun ne nostavat esiin kasvipohjaisia vaihtoehtoja, lähiruokaa ja vastuullista kalastusta (Garnett, 2013). Näiden teemojen esilletuonti lisää kuluttajien tietoisuutta ruokavalintojensa vaikutuksista ympäristöön ja yhteiskuntaan.

Premium-ruokamedia toimii myös trendien luojana ja ruokakäsitysten muokkaajana. Se tuo esiin vastuullisia tuottajia ja kestävyyskysymyksiä tavalla, joka resonoi kuluttajien kanssa emotionaalisella tasolla (Johnston & Baumann, 2015). Samalla se vetoaa erityisesti ylemmän keskiluokan ja yläluokan kuluttajiin, joilla on kulttuurista ja taloudellista pääomaa hyödyntää ruokakulttuuria osana identiteettiään (De Solier, 2013).

Vaikka premium-ruokalehdet edistävät kestävästä kulutuksesta, niiden tapa käsitellä aihetta on usein selektiivinen. Ne saattavat korostaa ekologisia arvoja, kuten luomutuotantoa ja lähiruokaa, mutta jättää huomioimatta saavutettavuuden ja hinnan kaltaiset kestävyysaasteet. Tämä voi luoda mielikuvaa siitä, että vastuullinen kuluttaminen on luksusta, johon kaikilla ei ole varaa (Johnston & Baumann, 2015).

Viime vuosina premium-ruokalehdet ovat alkaneet kehystää ruokaa uusilla tavoilla, joissa kestävyys ja eettiset valinnat ovat yhä keskeisemmässä asemassa (Garnett, 2013). Ne voivat normalisoida kasvipohjaisia ruokavalioita, korostaa ruokahävikin vähentämistä ja nostaa esiin innovatiivisia kestävästä kehityksen ratkaisuja.

Näiden julkaisujen vaikutus ruokakulttuuriin on merkittävä. Ne eivät ainoastaan lisää tietoisuutta kestävästä ruokavalinnoista, vaan myös määrittävät, mitkä teemat nousevat osaksi julkista keskustelua (Johnston & Goodman, 2015). Siksi niillä on valta paitsi edistää kestävästä kehitystä myös rajata sitä koskevaa diskurssia tietyille alueille.

4 Aineisto ja analyysi

Tässä luvussa kuvataan tutkimuksen aineiston valintaa ja keruuprosessia sekä analyysimenetelmiä. Alaluvussa 4.1 esitellään aineiston rajausta sekä perustellaan valitun aineiston soveltuvuus tutkimuskysymyksiin. Alaluvussa 4.2 käsitellään tutkimusasetelmaa ja laadullisen sisällönanalyysin ja teemoittelun käyttöä kestävyyttä koskevien teemojen tunnistamisessa. Alaluvussa 4.3 esitellään tarkemmin analyysin kohteena oleva aineisto ja sen tausta. Luku päättyy alalukuun 4.4, jossa tarkennetaan tutkimuksen ajallinen ja kulttuurinen konteksti.

4.1 Aineiston keruu

Tässä tutkimuksessa aineistona toimivat Glorian Ruoka & Viini -lehden pääkirjoitukset ja trendiartikkelit, jotka on julkaistu tammikuussa vuosina 2014–2024, ja joista kerron lisää alaluvussa 4.3. Tämä valinta perustuu lehden korkealaatuiseen sisältöön ja sen rooliin merkittävänä ruokakulttuurin vaikuttajana Suomessa.

Alun perin tutkimuksen tarkoituksena oli tarkastella kokonaisia lehtiä vuosilta 2014–2024. Tämä olisi tarjonnut kattavan kuvan lehden linjasta ja sen muutoksista ajan mittaan. Aineiston laajuus ja sen moninaisuus osoittautuivat kuitenkin liian suuriksi, mikä teki tutkimuksesta metodologisesti ja ajankäytöllisesti liian raskaan toteuttaa tässä laajuudessa. Tästä syystä rajasin tutkimuksen seuraavassa vaiheessa vain pääkirjoituksiin, sillä niiden voidaan ajatella tarjoavan olennaisen näkökulman lehden linjaan ja arvomaailmaan.

Analyysini alkuvaiheessa huomasin hyvin pian, että pelkät pääkirjoitukset olivat sekä määrältään että sisällöltään riittämättömiä kattavaan tutkimukseen ja syvällisen analyysin tekemiseen lehden linjasta valitulta ajanjaksolta. Pääkirjoitusten sisältö oli usein yleisluontoista, mikä jätti analyysiin aukkoja esimerkiksi lehden konkreettisten suositusten ja käytännön viestien osalta. Tästä syystä päätin seuraavaksi laajentaa aineistoani sisällyttämällä mukaan myös lehden vuosittaiset trendiartikkelit.

Trendiartikkelit, jotka julkaistaan aina kalenterivuoden alussa tammikuun numeroissa, tarjoavat käytännönläheisemmän ja yksityiskohtaisemman näkökulman lehden arvoihin ja viesteihin. Näissä artikkeleissa lehti paitsi asettaa agendaa tulevalle vuodelle, myös määrittelee konkreettisia teemoja ja ilmiöitä, joita se haluaa

korostaa. Tämä ratkaisu tukee pyrkimystäni ymmärtää paremmin, miten premium-ruokalehti viestii arvojaan ja määrittää suuntaa suomalaisessa ruokakulttuurissa.

4.2 Tutkimusasetelma

Laadullista tutkimusta voidaan tehdä osallistuvan havainnoin kautta, jolloin tutkija on mukana tutkimuskohteensa arjessa ja seuraa tapahtumia luonnollisessa ympäristössä. Toinen lähestymistapa on tarkastella valmiita aineistoja, kuten aikaisempia tutkimuksia, tilastotietoja, televisio-ohjelmia, elokuvia tai lehtiartikkeleita. (Eskola & Suoranta, 1998.)

Koska tutkimukseni keskiössä on kirjoitettu kieli, tutkimukseni perustuu laadulliseen sisällönanalyysiin, jota ohjaa systemaattinen teemoitteluprosessi. Tämä mahdollistaa aineistosta nousevien kestävyteen liittyvien teemojen tunnistamisen. Analyysin apuna on käytetty Atlas.ti -ohjelmaa.

Ensimmäisessä vaiheessa jaottelin aineiston laaja-alaisiin teemoihin, jotka vastaavat tutkimuskysymyksiini. Tämän jälkeen syvensin analyysiä tarkastelemalla, miten nämä teemat ilmenevät lehtiartikkeleissa konkreettisten esimerkkien ja diskurssien kautta. Laadullinen sisällönanalyysi mahdollistaa sekä manifestin (selkeästi ilmaistun) että latentin (piilossa olevan ja tulkinnanvaraisen) sisällön tarkastelun. Tämä lähestymistapa ei ainoastaan tarkastele, mitä ruokalehdissä sanotaan, vaan myös miten asiat esitetään ja millaisia merkityksiä ja vaikutuksia näillä diskursseilla voi olla laajemmin ruokakulttuurille.

Analyysini seuraavassa vaiheessa kehitin koodaamisen kehikon, joka mahdollisti premium-ruokalehtien sisällön tarkastelun kestäväen kehityksen teemojen näkökulmasta. Kävin aineiston läpi ja tunnistin keskeisiä kestävyteen liittyviä teemoja, jotka ohjasivat koodaustani. Ekologisen kestävyden osalta esiin nousivat aiheet, kuten ympäristönsuojelu, biodiversiteetti, vastuullinen hankinta ja ilmastonmuutoksen vaikutukset. Näitä käsittelevissä artikkeleissa korostettiin muun muassa sesongin mukaista ruokaa, lähituotantoa ja ilmastoystävällisiä valintoja. Sosiaalisen kestävyden teemoissa käsiteltiin yhteisöjen osallistamista, sosiaalista oikeudenmukaisuutta, terveyttä ja ruokakulttuurien monimuotoisuutta. Esimerkkeinä olivat artikkelit, jotka esittelivät paikallisten tuottajien työtä tai terveellisten ruokavalioiden merkitystä hyvinvoinnille.

Taloudellisen kestävyys-teemoissa tunnistin sisältöjä, jotka käsittelivät reilua kauppaa, paikallistalouden tukemista ja kestävien liiketoimintamallien merkitystä. Näissä artikkeleissa painotettiin vastuullista kuluttamista ja kestävä kehityksen mukaista yrittäjyyttä. Planetaarisen ruokavalion periaatteisiin liittyvissä sisällöissä nousivat esiin kasvipohjaiset ruokavaliot, ruokahävikin vähentäminen ja vastuullinen proteiinintuotanto, jotka tukevat sekä ihmisten terveyttä että ympäristön hyvinvointia.

Analyysin aikana jaoin havaintoni kestävyys siirtymää edistäviin ja hidastaviin tekijöihin. Mahdollistajina tunnistin sisältöjä, joissa korostettiin innovaatioiden, kuluttajien tietoisuuden, poliittisen tuen ja sidosryhmien välisen yhteistyön merkitystä kestävyys edistämiseksi. Vastaavasti hidasteiksi nousivat haasteet, kuten muutosvastarinta, taloudelliset rajoitteet, tietoisuuden puute sekä ruoantuotanto- ja jakelujärjestelmien jäykkyys.

Näiden teemojen ja havaintojen pohjalta kehitin yksityiskohtaiset koodit, joita sovelsin systemaattisesti lehden artikkeleihin. Merkitsin tekstiosuuksia, jotka ilmensivät eri kestävyysteemojen sekä kestävyys siirtymän mahdollistajien tai hidasteiden esiintymistä.

Tutkimusasetelman vahvuutena on laadullisen sisällönanalyysin kyky tuottaa syvällistä ymmärrystä siitä, miten kestävyysteemoja kehystetään pääkirjoituksissa ja trendiartikkeleissa. Tämä metodologia mahdollistaa aineiston analysoinnin tarjoten samalla syvällisen näkemyksen diskurssien taustalla olevista arvoista ja tavoitteista. Menetelmä sopii erityisen hyvin tutkimukseni tavoitteisiin, sillä se jäsentää aineistosta nousevia merkityksiä ja tunnistaa toistuvia diskursseja ja arvoja, jotka liittyvät kestävyys eri ulottuvuuksiin.

Tutkimusasetelmaan liittyy myös haasteita. Yhden aineistolähteen analyysi voi rajoittaa tulosten yleistettävyyttä muihin medioihin ja konteksteihin. Lisäksi laadullisen analyysin subjektiivisuus voi vaikuttaa tulkintoihin, ja tutkimus saattaa heijastaa omia näkemyksiäni kestävyysdestä. Näistä rajoitteista huolimatta teemoitteluprosessi tarjoaa systemaattisen ja jäsenneilyn lähestymistavan aineiston käsittelyyn ja väitän, että tutkimusasetelma tarjosi vankan pohjan ymmärtää, miten kestävyysteemoja käsitellään suomalaisessa premium-ruokamediassa.

Menetelmäni tukeutuu laadullisen teemoittelun teoreettiseen perustaan, jota muun muassa Braun ja Clarke (2022) sekä Nowell ym. (2017) ovat kehittäneet. Nämä lähestymistavat korostavat analyysin luotettavuuden ja systemaattisuuden merkitystä, mikä vahvistaa tulosten uskottavuutta. Lisäksi Guest ym. (2012) tarjoavat käytännöllisiä työkaluja teemoittelun toteuttamiseen ja aineiston luokitteluun. Tämä viitekehys antaa tutkimukselle selkeät metodologiset raamit ja tukee sen tavoitteiden saavuttamista.

4.3 Aineiston esittely

Tarkastelen tutkimuksessani Glorian Ruoka & Viini -lehden pääkirjoituksia (11 kpl) ja trendiartikkeleita (11 kpl), jotka on julkaistu tammikuussa vuosina 2014 - 2024. Nämä artikkelit edustavat kunkin vuoden ensimmäistä numeroa ja tarjoavat mahdollisuuden heijastaa lehden vuosittaisia näkökulmia ja painotuksia.

Glorian Ruoka & Viini on suomalainen ruokaan, viineihin ja gastronomiaan keskittyvä lehti. Se tarjoaa lukijoilleen reseptejä, vinkkejä ja inspiraatiota sekä koti-että ulkomaisten ruokakulttuurien parista. Lehti sisältää myös arvosteluja ja suosituksia eri viineistä, ravintoloista ja ruokatuotteista. Glorian Ruoka & Viini on tunnettu korkealaatuisesta sisällöstään, joka vetoaa niin amatöörikokkeihin kuin ruoka- ja viiniasiantuntijoihinkin. Lehti julkaisee artikkeleita, jotka käsittelevät uusimpia trendejä ruoka- ja viinimaailmassa, tarjoaa tietoa erilaisista raaka-aineista ja niiden käyttötavoista sekä esittelee luovia ja innovatiivisia tapoja nauttia ruoasta ja juomasta. (Sanoma Media Finland Oy, 2024.)

Sanoma Media Finland Oy (2024) kuvailee Glorian Ruoka & Viini -julkaisunsa olevan kohdennettu etenkin lukijoille, jotka omaavat ostovoimaa ja ovat sekä uteliaita että innokkaita kokeilemaan uusia ruokaelämyksiä, olipa kyse sitten uusista resepteistä tai elämäntyyliin liittyvistä trendeistä. Glorian Ruoka & Viini onkin erinomainen kanava tavoittaa ne kuluttajat, jotka ovat ruoan ja viinin vaikuttajia eli niin sanottuja foodieita ja jotka vaikuttavat merkittävästi ruokatrendeihin ja ruoankulutustottumuksiin Suomessa (Sanoma Media Finland Oy, 2024).

Glorian Ruoka & Viini ilmestyy kymmenen kertaa vuodessa ja vuonna 2024 lehti vietti 25-vuotisjuhlavuottaan. Lehden lukijamäärä on 157 200, kokonaistavoittavuus 218 000, lukukerrat 2,8 ja lukuminuutit 58 minuuttia. Lehteä voi lukea joko perinteisesti painettuna aikakauslehtenä tai vaihtoehtoisesti digitaalisena

verkkolehdenä ja sen sisältöjä voi seurata myös useissa eri sosiaalisen median kanavissa (esim. Facebook, X, Instagram). Lehden reseptit löytyvät lisäksi koottuna lehden verkkosivuilta. (Sanoma Media Finland Oy, 2024.)

4.4 Tutkimuksen ajankohta ja konteksti

Tutkimus toteutettiin syksyllä 2024 ja se keskittyi suomalaisen gourmet-ruokakulttuurin kontekstiin, tarkastellen, miten kestävyiden eri ulottuvuudet ilmenevät premium-ruokalehtien, kuten Glorian Ruoka & Viini -lehden, välittämässä sisällöissä. Käytetyt teoreettiset viitekehykset voivat kuitenkin tarjota laajempia näkökulmia myös kansainväliseen ruokamedia-analyysiin. Tämä tutkimus on kertaluontoinen aineistonkeruu- ja analyysiprosessi, eikä siihen sisälly jatkoseurantaa.

5 Kestävyys Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä

Tässä luvussa esittelen analyysin tulokset ja tarkastelen, miten eri kestävyysnäkökulmat ilmenevät Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä. Ensiksi käsittelen koodien määrällistä jakautumista ja niiden suhdetta kestävyys siirtymään. Sen jälkeen analysoin koodien yhteyksiä kestävyden ekologisiin, sosiaalisiin ja taloudellisiin ulottuvuuksiin sekä niiden välisiä jännitteitä.

5.1 Koodien ryhmittely ja jakautuminen

Glorian Ruoka & Viini -lehden artikkelianalyysi osoitti, että ruokakulttuuri on muuttunut tarkastellulla ajanjaksolla 2014–2024, ja että kestävyys on tänä aikana noussut yhdeksi keskeiseksi teemaksi lehden sisällöissä. Kestävyden eri ulottuvuudet painottuvat sisällöissä kuitenkin eri tavoin: ekologinen kestävyys hallitsee diskurssia, kun taas sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys saavat suhteellisesti vähemmän huomiota.

Tunnistin analyysissäni yhteensä 603 yksittäistä koodia – sanoja, termejä, käsitteitä, tekijöitä tai ilmiöitä - jotka liittyvät kestävään ruokakulttuuriin ja syömiseen (Taulukko 1). Ryhmittelin samankaltaiset koodit yhteen, jolloin tarkasteltavaksi jäi lopulta 58 koodia. Yhdistin analyysissäni esimerkiksi koodit *ilmastokräisi*, *ilmastonmuutos* ja *ilmastopahis* yhdeksi kokonaisuudeksi, jota kutsuin termillä *ilmastonmuutos*. Vastaavasti positiivisävytteisemmät koodit kuten *ilmastoruoka* ja *ilmastotoimi* yhdistyivät yhden kokonaisuuden alle, josta käytin termiä *ilmastotoimi*, ja niin edelleen.

Taulukko 1. Koodien kokonaismäärä ja suhde kestävyys siirtymään

Koodien lkm		Kestävyys siirtymään vaikuttavat koodit, lkm	
Yhteensä	Yhdistelyn jälkeen	Edistävät	Hidastavat
603	58	49	28

Jaottelin koodit edelleen kahteen pääryhmään: kestävyys siirtymää edistäviin (49 kpl) ja kestävyys siirtymää hidastaviin (28 kpl) koodeihin (Taulukko 1). Koska sama koodi voi asiayhteydestä riippuen joko edistää tai hidastaa kestävyys siirtymää, edistävien ja hidastavien koodien yhteenlaskettu määrä on suurempi kuin yksittäisten koodien lukumäärä.

Edellä esitetyn ryhmittelyn jälkeen jaottelin koodit edelleen kestävyiden eri ulottuvuuksien mukaan, jolloin 56 koodia liittyi ekologiseen kestävyteen, 26 sosiaaliseen kestävyteen ja 31 taloudelliseen kestävyteen (Taulukko 2). Myös tässä luokittelussa monet koodit sijoittuvat useampaan ryhmään, mikä osoittaa, että kestävyiden eri ulottuvuudet ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa.

Kuten Taulukosta 2 nähdään, koodien linkittyminen kestävyiden eri ulottuvuuksiin vaihtelee. Neljä koodia liittyy sekä ekologiseen että sosiaaliseen kestävyteen, kun taas yhdeksän koodia yhdistää ekologisen ja taloudellisen näkökulman. Sosiaalisen ja taloudellisen kestävyiden yhdistäviä koodeja on vain kaksi. Laajimman kattavuuden omaavat 20 koodia, jotka liittyvät samanaikaisesti sekä ekologiseen, taloudelliseen että sosiaaliseen kestävyteen. Loput 23 koodia liittyvät vain yhteen kestävyiden ulottuvuuteen. Tämä jaottelu havainnollistaa kestävyys siirtymään vaikuttavien tekijöiden monimuotoisuutta ja niiden eri kestävyiden ulottuvuuksiin kohdistuvia vaikutuksia.

Taulukko 2. Koodien jakautuminen kestävyiden eri ulottuvuuksiin ja niiden keskinäiset linkitykset

Koodien jakautuminen kestävyiden eri ulottuvuuksiin, lkm			Koodien linkittyminen kestävyiden eri ulottuvuuksien välillä, lkm				
Ekologinen	Sosiaalinen	Taloudellinen	Yksi ulottuvuus	Ekologinen & sosiaalinen	Ekologinen & taloudellinen	Sosiaalinen & taloudellinen	Ekologinen, taloudellinen & sosiaalinen
56	26	31	23	4	9	2	20

Taulukoissa 3 ja 4 esitetään tarkempi erittely koodien ryhmittelystä kestävyiden eri ulottuvuuksien mukaan sekä niiden limittymisestä eri näkökulmien kesken. Taulukko 3 näyttää koodit jaoteltuna ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen, kun taas Taulukko 4 havainnollistaa kestävyys siirtymää edistävien ja hidastavien teemojen jakautumista.

Taulukko 3. Koodit kestävyiden eri ulottovuuksien mukaan jaoteltuna, lkm

Teema	Koodit	Koodien lkm
Ekologinen kestävyys	Biodiversiteetti, Eettisyys, Ekologisuus, Eläinperäinen, Energiankulutus, Energiatehokkuus, Fleksaus, Hankinnat, Hiilijalanjälki, Hinta, Hävikkiajattelu, Ilmastomuutos, Ilmastotoimet, Influensserit, Innovaatiot, Jäljitettävyyys, Kala ja merenelävät, Kasvikset, Kasvipohjainen, Kasvisruoka, Kestävyys, Kiertotalous, Kotimainen tuotanto, Kotimaiset raaka-aineet, Kulttuuri ja perinteet, Lihankorvikkeet, Liharuoka, Lihat (nauta, porsas, kana, poro, lammas), Lihattomuus, Lihan (punaisen) vähentäminen, Luksustuotteet, Luomu, Lähiaruoka, Maidottomuus, Maitotuotteet, Omavaraisuus, Paikallinen tuotanto, Paikalliset tuotteet, Planetaarinen, Raaka-aineet, Reilu kauppa, Ruoantuotanto, Ruoanvalmistus, Ruokapula, Ruokavaliot, Sesongit, Terveellisyys, Trendit, Tuontituotteet, Vastuullisuus, Vegaaninen, Vegetaarinen, Vesijalanjälki, Yhteiskunnallinen vaikuttaminen, Yhteisöllisyys, Ympäristötoimet	56
Sosiaalinen kestävyys	Eettisyys, Ekologisuus, Hankinnat, Hinta, Hävikkiajattelu, Ilmastotoimet, Innovaatiot, Jäljitettävyyys, Kestävyys, Kotimainen tuotanto, Kotimaiset raaka-aineet, Kriisit ja resilienssi, Korkeat kustannukset, Kulttuuri ja perinteet, Luksustuotteet, Lähiaruoka, Omavaraisuus, Paikallinen tuotanto, Paikalliset tuotteet, Reilu kauppa, Ruokapula, Tuontituotteet, Vastuullisuus, Yhteiskunnallinen vaikuttaminen, Yhteisöllisyys, Ympäristötoimet	26
Taloudellinen kestävyys	Eettisyys, Ekologisuus, Energiankulutus, Energiatehokkuus, Hankinnat, Hinta, Hävikkiajattelu, Ilmastotoimet, Innovaatiot, Jäljitettävyyys, Kala ja merenelävät, Kasvipohjainen, Kasvisruoka, Kestävyys, Kiertotalous, Korkeat kustannukset, Kotimainen tuotanto, Kotimaiset raaka-aineet, Kriisit ja resilienssi, Luksustuotteet, Luomu, Lähiaruoka, Omavaraisuus, Paikallinen tuotanto, Paikalliset tuotteet, Ruoantuotanto, Ruokapula, Terveellisyys, Vastuullisuus, Yhteiskunnallinen vaikuttaminen, Ympäristötoimet	31

Taulukko 4. Kestävyys siirtymää edistävät ja hidastavat teemat

Teema	Teemaan liittyvä koodi	Koodien lkm
Edistävät	Biodiversiteetti, Eettisyys, Ekologisuus, Energiatehokkuus, Fleksaus, Hankinnat, Hiilijalanjälki, Hävikkiajattelu, Ilmastotoimet, Influensserit, Innovaatiot, Jäljitettävyyys, Kala ja merenelävät, Kasvikset, Kasvipohjainen, Kasvisruoka, Kestävyys, Kiertotalous, Kotimainen tuotanto, Kotimaiset raaka-aineet, Kriisit ja resilienssi, Kulttuuri ja perinteet, Lihankorvikkeet, Lihattomuus, Lihan (punaisen) vähentäminen, Luomu, Lähiaruoka, Maidottomuus, Maitotuotteet, Omavaraisuus, Paikallinen tuotanto, Paikalliset tuotteet, Planetaarinen, Raaka-aineet, Reilu kauppa, Ruoantuotanto, Ruoanvalmistus, Ruokapula, Ruokavaliot, Sesongit, Terveellisyys, Trendit, Vastuullisuus, Vegaaninen, Vegetaarinen, Vesijalanjälki, Yhteiskunnallinen vaikuttaminen, Yhteisöllisyys, Ympäristötoimet	49
Hidastavat	Eettisyys, Ekologisuus, Eläinperäinen, Energiankulutus, Hankinnat, Hiilijalanjälki, Hinta, Ilmastomuutos, Kala ja merenelävät, Kestävyys, Korkeat kustannukset, Kriisit ja resilienssi, Kulttuuri ja perinteet, Liharuoka, Lihat (nauta, porsas, kana, poro, lammas), Luksustuotteet, Luomu, Lähiaruoka, Maitotuotteet, Omavaraisuus, Paikallinen tuotanto, Paikalliset tuotteet, Raaka-aineet, Ruokapula, Ruokavaliot, Trendit, Tuontituotteet, Vastuullisuus	28

linjassa keskenään. Vaikka moni analysoiduista koodeista tukee kestävyys siirtymää, niiden välillä ilmenee myös ristiriitaisuuksia.

Analyysin perusteella 64 prosenttia tunnistetuista koodeista tukee kestävyys siirtymää, kun taas 36 prosenttia toimii sitä hidastavana tekijänä, eikä aina ole yksiselitteistä kumpaan ryhmään koodit kuuluvat. Tämä viittaa siihen, että kestävyys siirtymä on monitahoinen ilmiö, jossa eri näkökulmat ja intressit kietoutuvat toisiinsa.

5.2 Kestävyysnarratiivit ja kestävyys siirtymä

Glorian Ruoka & Viini -lehti tukee kestävyys siirtymää erityisesti positiivisen viestinnän kautta. Lehden trendikatsaukset nostavat esiin muun muassa kasvisruokaa ja ruokahävikin vähentämistä osana nykyaikaisia kulutustottumuksia. Esimerkiksi vuoden 2021 trendiartikkelissa ruokahävikin vähentäminen esitetään sekä ympäristöystävällisenä että taloudellisesti kannattavana:

”Hävikin vähentäminen on kasvava trendi ja hävikkiruoosta valmistettujen tuotteiden ostaminen ilmastoteko. K-ruokakaupoista voi jo bongata esimerkiksi vegaanista ylijäämäbanaanijäätelöä, hävikkihedelmiä, -vihanneksista ja -marjoista valmistettua hävikkimehua sekä lappeenrantalaisen Jävla Sås Bolagin hävikkitomaattikastiketta, joka on tehty myytäväksi kelpaamattomista tomaateista.”

Tämä esimerkki havainnollistaa, kuinka lehti pyrkii popularisoimaan ruokahävikin hyödyntämistä ja tekemään siitä helpommin lähestyttävää esittelemällä markkinoilla olevia tuotteita. Hävikkiruokaratkaisut tuodaan esille ilmastotekona, mikä voi madaltaa kuluttajien kynnystä tehdä vastuullisempia valintoja ja samalla kannustaa yrityksiä kehittämään kestävämpiä tuotteita. Positiivinen viestintä lisää kuluttajien kiinnostusta, mikä puolestaan ohjaa yrityksiä vastuullisempaan suuntaan. Tässä yhdistyvät sekä ekologinen että taloudellinen näkökulma.

5.2.1 Kasvisruoka ja ruokakulttuurin muutos

Lehden analyysi osoittaa, että ekologinen kestävyys on keskeinen näkökulma kestävyys siirtymään liittyvissä sisällöissä. Monet siirtymää edistävät teemat, joita lehdessä käsitellään, liittyvät suoraan ympäristön hyvinvointiin, kuten biodiversiteetin säilyttämiseen, energiankulutuksen vähentämiseen, kiertotalouden ratkaisuihin ja kasvipohjaisiin ruokavalintoihin. Jo vuoden 2016 trendiartikkelissa kasvikset nostettiin keskiöön:

”Kasvikset tyrkkäävät lautasella lihan sivuun, ellei peräti ulos, sillä ne heijastavat vuodenaikoja vivahteikkaammin kuin liha.”.

Samassa yhteydessä korostettiin sesonginmukaisuuden merkitystä:

”Liha on lisuke ja ankara sesonginnoudattaminen se juttu.”.

Näissä esimerkeissä kasvipohjainen ruokavalio kuvataan dynaamisena ja luontevana vaihtoehtona lihalle. Lehti ei ainoastaan raportoi kasvisruoan suosion kasvusta, vaan kehystää sen houkuttelevaksi osaksi muuttuvaa ruokakulttuuria. Esimerkiksi vuonna 2017 kasvisruoka esitettiin statussymbolina:

“Kasvisruoka onkin todellista statusruokaa, terveellistä ja vastuullista.”.

Tämän kaltaiset narratiivit tekevät kestävästä ruokavalinnoista houkuttelevampia ja edistävät siirtymää.

Samassa yhteydessä lehdessä nostettiin esiin myös perinteisten reseptien ja ”*retroruokien*” arvostus. Kulttuuriset ja perinteisiin liittyvät tekijät voivat sekä edistää että hidastaa ruokailutottumusten muutosta. Vaikka kasvisruoan suosio kasvaa, perinteiset lihaherkut säilyttävät asemansa ja lehdessä esiteltiin esimerkiksi uusia tapoja valmistaa savustettua porsaankylkeä ja naudan sisäfilettä.

5.2.2 Ilmastoruoka ja gastronomiset innovaatiot

Vuoden 2019 trendikatsauksessa ilmastoruoka nousi vahvasti esiin, ja siinä esiteltiin uusi termi ”*klimataari*”, joka viittaa henkilöön, jonka ensisijaisena tavoitteena on ilmastomuutoksen pysäyttäminen:

“Lihan, erityisesti punaisen lihan kulutuksen vähentäminen on isoin asia.”.

“Lihaa ei kannata korvata juustolla, vaan kasviksilla ja kestävästi pyydetyllä kalalla.”.

Tämä heijastaa laajempaa suuntausta, jossa kasvipohjaiset ruokavaliot saavat enemmän jalansijaa, mutta samalla ruokavalintojen ekologinen vaikutus huomioidaan kokonaisvaltaisemmin.

Vuoden 2020 julkaisussa kasvipohjainen ruokavalio nähdään jo osana gastronomisia innovaatioita eikä vain lihan korvikkeena. Trendilistojen kärjessä mainitaan muun muassa uudet kasviproteiinit, jotka eivät ainoastaan jäljittele lihaa, vaan tarjoavat täysin uudenlaisia makuelämyksiä.

“Lihaa imitoivista kasviperäisistä elintarvikkeista on tulossa kaiken kansan ruokaa. Lihaa muistuttavia vegetuotteita löytyy marketeista lukuisia, ja jopa Burger King tarjoaa lihaisaa kasviburgeria. Kesäkuussa Ikea lanseeraa vegepullan, jonka pitäisi maistua aivan lihalta.”

Vuonna 2020 lehti käsitteli ilmastoruokaa laajemminkin ja muun muassa totesi sen muuttuneen erikoisuudesta osaksi ravintoloiden arkea kasvipohjaisten proteiinien, kiertotalouden ratkaisujen ja hiilineutraaliuden ollessa yhä näkyvämmiin esillä ravintoloiden ruokalistoilla. Tämä osoittaa, kuinka keittiömestarit voivat toimia esikuvina kuluttajille ruokavalintojen kestävydessä.

Lehti pyrkii siis normalisoimaan ilmastoruokaa, mutta sen viestinnässä esiintyy myös ristiriitaisuuksia. Vuonna 2022 kasvipohjaisuutta ylistettiin, mutta samaan aikaan liharuokia kuvattiin trendikkäinä:

"Toscanalainen jättipihvi bistecca alla fiorentina esiteltiin mitä muodikkaimpana annoksena."

Tämä osoittaa, kuinka lehti ei tee jyrkkää linjanvetoa kestävien ja perinteisten ruokavalintojen välille. Samalla, kun kasvis- ja ilmastoruoka saavat näkyvyyttä, lihasta puhutaan edelleen houkuttelevana ja trendikkäänä vaihtoehtona, mikä voi hämmentää kuluttajia, vähentää kasvipohjaisten ruokavalintojen houkuttelevuutta ja viivästyttää kestävyysmuutosta.

Taloudellisen kestävyuden näkökulmasta lehti käsittelee muun muassa hävikkiruoan kaupallistamista ja uusia liiketoimintamalleja, kuten haamukeittiöitä, jotka mahdollistavat kustannustehokkaamman ravintolatoiminnan. Ekologisen mutta myös taloudellisen kestävyuden edistämiseen liittyy myös lähiruoan arvostuksen kasvu, joka näkyi esimerkiksi lehden vuoden 2016 trendiartikkelissa REKO-renkaiden esiin nostamisena ja korostamalla lähituottajien merkitystä ja paikallisen ruoantuotannon tukemista osana kestävyys siirtymää.

"Tuusulan torilla käy kuhina. Koreihin ja kasseihin pakataan lyhyen matkan päästä tuotua ruokaa."

Vuonna 2020 kotimaisuustrendi vahvistui entisestään:

"Ilmastokriisi ja halu kotimaisen ruoan tukemiseen vie lähiruoan trendiä vaiheeseen, jossa jopa eksoottiset ainekset halutaan kotimaisina."

Siinä missä lähituottajien ja reilun kaupan tuotteiden esiin nostaminen edistää kestävyys siirtymää, myös eettinen kuluttaminen on yleistynyt. Siihen liittyy kuitenkin edelleen taloudellisia esteitä kuten vuoden 2022 trendiartikkelissakin todetaan:

”Eettinen kuluttaminen kiinnostaa enemmän kuin koskaan. Reilun kaupan tuotteet ja paikallisten tuottajien tukeminen nähdään vastuullisena valintana, mutta samalla hintakysymys mietityttää monia.”

Vuonna 2020 sisältöihin nousi mukaan myös laajempi yhteiskunnallisen vaikuttamisen näkökulma:

”1995 jälkeen syntynyt Z-sukupolvi haluaa toimia paremman huomisen puolesta. Ruotsalainen trenditoimisto Food & Friends pitää merkittävänä sitä, että nuorista peräti kaksi kolmesta on valmis boikotoimaan yrityksiä, jotka eivät toimi nuorten ihanteiden mukaisesti.”

Teknologiapohjaiset kestävä kehityksen ratkaisut ja innovaatiot ovat nekin keskeisessä roolissa kestävyys siirtymässä. Ne voivat parantaa ruoantuotannon tehokkuutta ja vähentää ympäristövaikutuksia. Vuoden 2022 trendikatsauksessa esiteltiin esimerkiksi bioreaktorissa kasvatettu proteiini ja 3D-tulostetut hampurilaispihvit, jotka osoittavat, kuinka ruokateollisuus etsii uusia ratkaisuja ilmastotietoisien kuluttajien tarpeisiin:

”Los Angelesissa toimii kioski, jossa jäätelöiden käärepaperit ovat syötäviä.”

”Israelissa toimii hampurilaisravintola, jonka pihvit syntyvät 3D-tulostimella asiakkaan toiveen mukaiseen kokoon, rasvapitoisuuteen ja kypsyyteen.”

Näissä esimerkeissä lehti esittelee tulevaisuuden ruokainnovaatioita, mutta vaikka tämäntyyppiset innovaatiot voivat mullistaa ruokateollisuutta, niiden korkea hinta ja kuluttajien epäluulot voivat hidastaa niiden laajempaa omaksumista ja käyttöönottoa.

Myös muovittomat pakkaukset ja kiertotalous nousevat esiin lehden sisällöissä:

”Muovittomat pakkaukset ja syötävät kääreet ovat yleistymässä, mutta vielä on matkaa siihen, että ne syrjäyttävät perinteiset muovimateriaalit.

Sosiaalinen kestävyys nousee lehden sisällöissä harvemmin esiin kuin ekologinen tai taloudellinen näkökulma, mutta sillä on merkittävä rooli kestävyys siirtymässä.

Sosiaalisen kestävyys kannalta tärkeitä teemoja ovat esimerkiksi ruokakulttuurin

monimuotoisuuden arvostus, saavutettavuus, eettisyys, hankinnat, omavaraisuus, paikallinen tuotanto, reilu kauppa ja yhteisöllisyys, jotka heijastavat kestävyys siirtymän inhimillistä ja yhteiskunnallista ulottuvuutta. Nämä teemat näkyvät esimerkiksi vuoden 2017 trendiartikkelissa, jossa tuodaan esiin yhdessä syömisen merkitystä:

“Yhdessä syöminen on itsenäisyyden juhluvuoden teemoja. Se on trendikästäkin.”

Samalla artikkelissa todetaan, että:

”Terveellisyys on ruoassa vahvistuva megatrendi ja se ulottuu lautaselta osaksi laajempaa vastuullista kuluttamista ja kokonaisvaltaista hyvinvointia.”

”Gluteeniton, lihaton, maidoton tai muu ton-ton-tuokavalio on yhä useammin vapaaehtoinen valinta. Terveellistä ruokavaliota ei koeta luopumisena, vaan se on entistä enemmän saavuttamista ja vaikuttamista.”

Terveellisuuden ohella hyvän omantunnon merkitys ruoasta nauttimisessa korostuu – vastuullisuus ei ole vain rationaalinen valinta, vaan se on osa makukokemusta ja ruokakulttuuria, kuten esimerkiksi vuonna 2017:

”Terveellisen ruoan tärkeimmät e-koodit ovat eettisyys ja ekologisuus, ja niiden myötä hyvästä omasta tunnosta on tullut osa makua.”

Vuoden 2022 trendiartikkelissa käsiteltiin puolestaan ruokakulttuurin terminologiaa ja moninaisuuden huomioimista:

”Etninen sana on asetettu kyseenalaiseksi, koska sitä on käytetty yksipuolisesti vain länsimaisen maailman ulkopuolisiin keittiöihin. Ongelmaksi katsotaan esimerkiksi se, että ”etnoravintoloihin” kohdistuu epäreiluja odotuksia, kuten oletus muita ravintoloita edullisemmista hinnoista.”

Näin tarkasteluna kestävyys siirtymä liittyy paitsi ympäristön muutokseen myös ihmisten hyvinvointiin, oikeudenmukaisuuteen ja yhteiskunnalliseen osallistumiseen ja vaikuttamiseen. Todettakoon kuitenkin, että vaikka lehti tuo esiin ruokakulttuurin moninaisuutta, se ei ole ollut erityisen aktiivinen sosiaalisen kestävyys ajankohtaisissa kysymyksissä, kuten ruoan saavutettavuudessa eri tuloluokille tai eettisen ruoanvalinnan käytännön esteissä.

5.2.3 Luksus, saavutettavuus ja kestävyys

Lehti antaa runsaasti tilaa luksusnarratiiveille, joissa kestävyys kytkeytyy premium-luonteeseen. Luksustuotteita, kuten kaviaaria, esitellään osana populaaria ruokakulttuuria. Esimerkiksi vuonna 2022 lehti kuvasi kaviaarin aseman vahvistumista ravintoloissa:

"Kaviaarin nousu ravintoloissa jatkuu. Klassisesti kaviaaria tarjotaan esimerkiksi Finlandia Caviar -ravintolassa, jossa voi tilata neljän erilaisen venäläisen kaviaarin lajitelman."

Samalla ylelliset raaka-aineet, kuten tryffelit ja Wagyu-naudanliha, ovat usein kytköksissä kestävämpään tuotantoon, pitkiin toimitusketjuihin ja eksklusiivisuuteen – ne ovat vain harvojen saatavilla olevia nautintoja. Vuoden 2021 trendiartikkelissa lehti kuitenkin esitteli uudenlaista suhtautumista luksukseen:

"Pröystäilyn sijaan kaviaaria tarjoillaan nykyisin ranskalaisten perunoiden tai pastan lisukkeena."

Tämä kuvastaa laajempaa muutosta, jossa luksus ei ole enää pelkästään statussymboli, vaan se sulautuu arkisempiin kulutustottumuksiin. Vaikka luksuselementtejä voidaan sovittaa vastuullisempaan kulutukseen, harvoin ne kuitenkaan muuttuvat aidosti ekologisiksi tai eettisiksi.

Lehden tapa esitellä ekologisia ratkaisuja rinnakkain luksustuotteiden kanssa voi ylläpitää käsitystä siitä, että kestävä kuluttaminen on vain varakkaiden etuoikeus. Vaikka luksuksen demokratisoituminen on nähtävissä, sen korostaminen voi tehdä kestävästä valinnoista eksklusiivisia ja hidastaa laajempaa siirtymää kohti kestävämpiä ruokailutottumuksia.

Toisaalta lehti madaltaa kynnystä kulutustottumusten muutokseen esittämällä kestävä ruoan esteettisesti houkuttelevana ja kulinaristisesti kiinnostavana. Vuonna 2022 se nosti esiin kasvipohjaisten vaihtoehtojen nousun fine dining -ympäristöissä:

"Fine dining -maailma kohahti viime keväänä, kun newyorkilainen kolmen Michelin-tähden Eleven Madison Park kertoi jättävänsä eläinperäiset raaka-aineet ja siirtyvänsä vegaaniseen tarjontaan."

Vaikka kestävyys siirtymä on edennyt, siihen liittyy edelleen myös haasteita. Luksus ja saavutettavuus ovat edelleen kytköksissä toisiinsa, ja esimerkiksi huippuravintoloiden ilmastoruoka on usein hintavaa, mikä voi rajoittaa sen

vaikutusta laajempaan kuluttajakuntaan. Samalla luksuksen uudelleenmäärittely näkyy osassa artikkeleista.

Luksustuotteet voivat vahvistaa kuluttajien ruokaidentiteettiä ja edistää erikoistuotemarkkinoita, mutta ne saattavat myös olla ristiriidassa kestävyyspyrkimysten kanssa. Ne voivat lisätä resurssien kulutusta ja vahvistaa sosioekonomisia eroja. Tämä herättää kysymyksen siitä, missä määrin luksuksen normalisoiminen voi edistää vastuullista kulutusta – ja missä kohtaa luksus on luksusta juuri siksi, että se on harvinaista ja poikkeuksellista.

5.2.4 Glorian Ruoka & Viini kestävyys siirtymän peilinä

Glorian Ruoka & Viini -lehti käsittelee kestävyys siirtymää monipuolisesti, mutta samalla se ylläpitää perinteisiä gastronomisia hierarkioita ja ristiriitaisia ruokakulttuurisia narratiiveja. Se toimii ruokakulttuurin keskustelualustana ja nostaa esiin kestävyysaiheita, mutta ei aktiivisesti ohjaa lukijoita kohti kestävämpiä valintoja. Lehden analyysi osoittaa, että kestävyys siirtymään vaikuttavat teemat ovat monin tavoin kaksijakoisia – niiden merkitys riippuu kontekstista ja käytännön soveltamisesta.

Jotta kestävyysteema olisi lehden sisällöissä johdonmukaisempi, sen tulisi linjata ekologiset, taloudelliset ja sosiaaliset tavoitteet selkeämmin sekä ottaa aktiivisempi rooli kuluttajien ja alan toimijoiden ohjaamisessa kohti vastuullisempaa kulutusta.

5.2.5 Kestävyttä tukevat ja hidastavat teemat

Lehti edistää kestävyys siirtymää erityisesti positiivisella viestinnällä kestävästä ruoasta. Se esittelee ekologisia vaihtoehtoja esteettisesti ja kulinaristisesti houkuttelevina, mikä madaltaa kynnystä muuttaa kulutustottumuksia. Lisäksi lähituottajien ja reilun kaupan tuotteiden esiin nostaminen tukee vastuullista kulutusta, vaikka nämä aiheet jäävät usein ekologisen kestävyden varjoon.

Samalla lehti kuitenkin yhdistää kestävyden vahvasti premium-luonteeseen, mikä voi tehdä siitä taloudellisesti vähemmän saavutettavaa. Esimerkiksi ruokahävikin vähentämiseen kiinnitetään vain vähän huomiota, vaikka se on yksi ruokajärjestelmän merkittävimmistä kestävyys haasteista. Myös luksustuotteiden keskeinen asema lehden sisällöissä voi tehdä vastuullisesta kulutuksesta eksklusiivista ja siten hidastaa siirtymää kohti laajemmin saavutettavaa kestävyttä.

5.2.6 Kestävyyden ristiriidat ja saavutettavuuden haasteet

Analyysi paljastaa myös kestävyys siirtymän sisäisiä ristiriitoja. Luomuviljely tukee biodiversiteettiä, vähentää kemikaalien käyttöä ja edistää kestävästä maankäyttöä, mutta sen korkeammat tuotantokustannukset voivat heikentää taloudellista saavutettavuutta ja lisätä sosiaalista epätasa-arvoa. Paikallisten tuotteiden suosiminen vähentää kuljetuspäästöjä ja tukee alueellista taloutta, mutta pientuottajien korkeammat hinnat voivat tehdä niistä vaikeasti kilpailukykyisiä suhteessa massatuotettuihin vaihtoehtoihin.

Lihan kulutuksen vähentäminen on yksi tehokkaimmista keinoista pienentää hiilijalanjälkeä, mutta muutos ei ole yksinkertainen. Liha on monissa kulttuureissa syvään juurtunut osa identiteettiä ja perinteitä, ja sen vähentäminen voi herättää vastustusta, erityisesti siellä, missä se symboloi yhteisöllisyyttä ja vaurautta. Lisäksi lihantuotannon väheneminen voi horjuttaa maataloudesta riippuvaisten alueiden taloutta.

Teknologiapohjaiset innovaatiot, kuten tarkkuusviljely ja laboratoriossa kasvatettu liha, voivat parantaa ruoantuotannon resurssitehokkuutta ja vähentää ympäristövaikutuksia. Korkeat kehitys- ja toteutuskustannukset voivat kuitenkin rajoittaa niiden saavutettavuutta, erityisesti pienviljelijöille. Teknologian omaksuminen voi myös lisätä eriarvoisuutta niiden välillä, joilla on pääsy innovaatioihin, ja niiden, joilla ei ole.

Glorian Ruoka & Viini -lehti käsittelee kestävyys siirtymää monipuolisesti ja tekee kestävästä ruoasta houkuttelevaa, mutta sen sisältöihin kietoutuvat myös luksusnarratiivit ja perinteiset gastronomiset hierarkiat, jotka voivat rajoittaa kestävyys siirtymän saavutettavuutta. Vaikka lehti edistää ekologisia ruokavalintoja ja ruokainnovaatioita, sen premium-painotus ja ristiriitaiset ruokakulttuuriset viestit voivat hidastaa laajempaa kestävyys siirtymää.

6 Johtopäätökset ja arviointi

Tämä tutkielma pyrki tarkastelemaan kestävyiden eri ulottuvuuksien ilmenemistä suomalaisen premium-ruokalehden sisällöissä sekä sitä, millaisia kestävyys siirtymää mahdollisesti edistäviä tai hidastavia teemoja sisällöistä nousee esiin. Planetaarinen ruokavalio tarjosi analyysille viitekehyksen, jonka kautta lehden sisältöjä tarkasteltiin.

Kestävyys siirtymä ruokakulttuurissa tarkoittaa siirtymää kohti ekologisesti, taloudellisesti ja sosiaalisesti kestävämpiä valintoja, mikä edellyttää kulutustottumusten muutoksia, ruoantuotannon innovaatioita sekä vastuullisuusnäkökulmien yhdistämistä ruokaviestinnässä ja markkinoinnissa.

Glorian Ruoka & Viini -lehden vuosien 2014–2024 tammikuun numeroiden pääkirjoitusten ja trendiartikkelien analyysi paljasti keskeisiä havaintoja kestävyiden eri ulottuvuuksien eli ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen kestävyiden esiintymisestä lehden sisällöissä. Lehti pyrkii tasapainottamaan perinteisen gourmet-ruokakulttuurin arvot ja nykypäivän kestävyysvaatimukset, mutta tämä tasapaino ei ole ongelmaton.

6.1 Kestävyiden eri ulottuvuudet Glorian Ruoka & Viini -lehden sisällöissä

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että Glorian Ruoka & Viini -lehti käsittelee kestävyttä pääasiassa ekologisesta näkökulmasta ja erityisesti heikon kestävyiden mukaisesti. Lehti edistää ekologistia ruokavalintoja, mutta sen sisältö ei laajemmin kyseenalaista kulutuskulttuuria tai ruokajärjestelmän rakenteellisia haasteita. Sosiaalinen ja taloudellinen kestävyys jäävät lehden sisällöissä vähemmälle huomiolle. Tämä havainto on linjassa aikaisempien tutkimusten kanssa, joiden mukaan premium-ruokalehdet keskittyvät ensisijaisesti ympäristövastuuseen, mutta eivät haasta kulutuskäytäntöjä syvemmin (Garnett, 2013; Johnston & Baumann, 2015).

Lehti tuo esille useita ekologiseen kestävyteen liittyviä teemoja, kuten paikallisten ja sesonkituotteiden käytön sekä kasvisruokien suosimisen. Nämä teemat heijastavat planetaarisen ruokavalion periaatteita, jotka painottavat ympäristön kantokyvyn huomioimista ruoan tuotannossa ja kulutuksessa. Kasvispainotteiset reseptit ja

juuresten hyödyntäminen kokonaan ovat esimerkkejä käytännöistä, jotka tukevat ruokavalion ilmastoystävällisyyttä.

Samaan aikaan lehdessä korostetaan kuitenkin luksusraaka-aineita, jotka voivat olla ristiriidassa planetaarisen ruokavalion periaatteiden kanssa. Esimerkiksi harvinaiset tai kaukaa tuodut raaka-aineet, joiden tuotanto on resurssi-intensiivistä ja kuljetuksesta aiheutuvat päästöt ovat suuria, eivät edistä ekologisesti kestävästä ruokailusta. Planetaarisen ruokavalion periaatteiden mukaisesti lehti voisi entistä enemmän painottaa paikallisia ja helposti saatavilla olevia kotimaisia vaihtoehtoja, kuten härkäpapua ja kauraa, jotka vähentävät tuotannosta ja kuljetuksista aiheutuvia ympäristövaikutuksia.

Lehti tukee taloudellista kestävyttä korostamalla paikallisten ja pientuottajien merkitystä. Tämä on linjassa planetaarisen ruokavalion kanssa, sillä paikallisesti tuotetut elintarvikkeet vähentävät pitkien kuljetusketjujen ympäristökuormitusta ja vahvistavat paikallista taloutta. Lisäksi laadukkaiden ja kestävästi tuotettujen raaka-aineiden esille nostaminen voi edistää resurssitehokkuutta.

Taloudellisen kestävyuden haasteeksi muodostuu kuitenkin lehden kohderyhmä ja sisältöjen painotus luksukseen. Planetaarinen ruokavalio korostaa kaikkien kuluttajien mahdollisuutta osallistua kestäväan ruokakulttuuriin, kun taas premium-lehti saattaa rajata viestinsä vain ostovoimaisille kuluttajille. Tämä vähentää ruokavalion periaatteiden saavutettavuutta ja estää sen laajempaa omaksumista. Planetaarisen ruokavalion näkökulmasta lehti voisi madaltaa kynnystä taloudellisesti kestäviin valintoihin esittelemällä esimerkiksi edullisia, paikallisista raaka-aineista valmistettuja kasvisruokareseptejä ja keinoja ruokahävikin vähentämiseksi.

Lehti on onnistunut nostamaan esiin ruoan sosiaalisia ja kulttuurisia merkityksiä, erityisesti korostaen perinteisen suomalaisen ruokakulttuurin vaalimista. Planetaarisen ruokavalion näkökulmasta tällaiset artikkelit voivat edistää kulttuurisesti kestäviä ruokavalintoja, jotka ottavat huomioon paikalliset perinteet ja yhteisön arvot.

Lehden elitistinen ote gourmet-ruokaan haastaa kuitenkin sosiaalisen kestävyuden tavoitetta. Planetaarinen ruokavalio painottaa tasapuolisuutta ja kaikkien mahdollisuutta osallistua kestäväan ruokakulttuuriin. Tämä ulottuvuus jää lehden sisällöissä vajaaksi, sillä marginaaliryhmien, kuten vähävaraisempien kuluttajien,

ääniä ei juuri tuoda esiin. Planetaarisen ruokavalion näkökulmasta lehti voisi tuoda enemmän esille reseptejä ja tarinoita, jotka liittyvät kulttuurisesti inklusiivisiin käytäntöihin, kuten edullisiin ja helppokäyttöisiin kotiruokiin eri kulttuureista.

Planetaarinen ruokavalio tarjoaa mielenkiintoisen näkökulman, jonka avulla Glorian Ruoka & Viini voisi laajentaa kestävyiden käsittelyään ja siten edistää vastuullisempaa ruokakulttuuria. Tämän lähestymistavan integroiminen lehden sisältöön syvällisemmin voisi toteutua useilla eri tavoilla. Esimerkiksi kasvipohjaisen ruokavalion edistäminen voisi olla keskiössä, ja lehti voisi esitellä entistä enemmän reseptejä, jotka tukevat ympäristöystävällisiä ruokavalintoja.

Myös paikallisuuden ja sesonkituotteiden syventäminen olisi tärkeä osa kestävästä ruokakulttuurin edistämisestä. Lehti voisi nostaa esille vähemmän hyödynnettyjä kotimaisia raaka-aineita, kuten järvikalaa ja villivihanneksia. Tällaiset tuotteet paitsi tukevat paikallista taloutta myös vähentävät ruokaketjun ympäristövaikutuksia.

Edelleen ruokahävikin vähentämiseen liittyvät konkreettiset vinkit olisivat arvokkaita lukijoille. Lehti voisi kehittää sisältöä, kuten ideoita tähteiden hyödyntämiseen nykyistä enemmän.

Myös kulutustottumusten demokratisointi on tärkeä keino kannustaa kaikkia lukijoita kestäviin valintoihin riippumatta heidän taloudellisesta asemastaan. Lehti voisi tarjota reseptejä ja vinkkejä, jotka ovat helposti toteutettavissa erilaisilla budjeteilla. Samoin kulttuurinen inklusiivisuus voisi rikastuttaa lehden sisältöä, vaikka lehdessä toki esitelläänkin varsin usein ns. maailman makuja, toisin sanoen tuotteita ja ruokia, joihin kirjoittajat ovat matkoillaan tutustuneet. Kuitenkin monipuolisempien tarinoiden ja reseptien tuominen eri yhteiskuntaryhmien ja kulttuurien näkökulmista avaisi uusia ulottuvuuksia lukijoiden käsitykseen ruoasta. Samalla se korostaisi ruokakulttuurin monimuotoisuutta ja sen arvoa yhteiskunnassa.

Edelleen yhteistyö asiantuntijoiden kanssa voisi syventää lehden lähestymistapaa kestävyteen. Aliarvioimatta toimittajien ammatillista pätevyyttä ja gourmet-ruoan osaamista, planetaarisen ruokavalion asiantuntijoiden mukanaolo sisällöntuotannossa toisi lisää syvyyttä ja uskottavuutta kestävyteen liittyviin aiheisiin, tarjoten samalla sekä toimittajille että lukijoille mahdollisuuden oppia uutta.

Näiden elementtien avulla Glorian Ruoka & Viini voisi entistä paremmin palvella lukijoitaan tarjoamalla inspiraatiota, tietoa ja konkreettisia keinoja edistää vastuullisempaa ja kestävämpää ruokakulttuuria.

Glorian Ruoka & Viini -lehti toimii mielestäni esimerkkinä siitä, kuinka vaikeaa ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen kestävyuden integroiminen osaksi perinteistä gourmet-kulttuuria on. Planetaarisen ruokavalion periaatteet tarjoavat kuitenkin käytännönläheisiä ratkaisuja, joiden avulla lehti voisi tasapainottaa ”luksusbrändinsä” ja kestävä kehityksen tavoitteet. Keskittymällä ekologiseen ja sosiaaliseen saavutettavuuteen lehti voi toimia suunnannäyttäjänä niin gourmet-kulttuurissa kuin kestävässä ruokavalinnoissa.

Planetaarinen ruokavalio on kestävä ruoankulutuksen keskeinen viitekehys ja se kytkeytyy tiiviisti kestävyuden kolmeen ulottuvuuteen: ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen. Glorian Ruoka & Viini -lehdessä käsitellyt kestävyteen liittyvät teemat tarjoavat osittain yhtymäkohtia planetaarisen ruokavalion periaatteisiin, mutta kytkös ei ole aina selkeä, ja joitakin keskeisiä näkökulmia jää varjoon.

Ekologisen kestävyuden osalta lehti käsittelee sesonkiruokaa, lähituotantoa ja ekologisesti kestäviä raaka-aineita, kuten luomutuotteita. Nämä teemat ovat linjassa planetaarisen ruokavalion kanssa, sillä ruokavalion peruseriaatteena on ympäristökuormituksen vähentäminen lisäämällä kasvipohjaisen ruoan osuutta ja vähentämällä eläinperäisten tuotteiden kulutusta.

Lehti kuitenkin harvoin liittää kasvipohjaiset ruokavaliot suoraan ilmastonmuutoksen hillintään tai luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseen. Esimerkiksi planetaarisen ruokavalion painottamat proteiinikasvit, kuten palkokasvit ja pähkinät, eivät ole lehden sisällöissä keskeisessä roolissa. Vaikka lehdessä esiintyy kasvipohjaisia reseptejä, ne usein kehystetään kulinarismin tai trendikkyiden kautta eikä osana laajempaa kestävyys siirtymää.

Planetaarisen ruokavalion ekologiset hyödyt tulisi kytkeä suuremmin ilmastovaikutusten pienentämiseen ja luonnon monimuotoisuuden turvaamiseen. Tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi selkeämpiä yhteyksiä kasvipohjaisen ruokavalion ja ruoantuotannon hiilijalanjäljen välillä sekä ruokainnovaatioiden, kuten vastuullisten proteiini lähteiden kuten palkokasvien, merilevien ja pähkinöiden esilletuontia.

Sosiaalisen kestävyuden näkökulmasta Glorian Ruoka & Viini -lehti tuo esiin ruokakulttuurin merkitystä, yhteisöllisyyttä ja ruokailun elämyksellisyyttä. Tämä resonoi planetaarisen ruokavalion tavoitteisiin siinä mielessä, että ruokajärjestelmien oikeudenmukaisuus ja ruoan saavutettavuus ovat osa kestävästä siirtymästä. Kuitenkin ruokalehdissä painotus on usein esteettisessä ja nautinnollisessa ruokapuheessa, jolloin ruokaturvan ja saavutettavuuden kysymykset jäävät vähemmälle huomiolle.

Planetaarinen ruokavalio pyrkii edistämään kestävästä ruoantuotantoa, joka turvaa ravitsemukselliset tarpeet myös globaalisti ja tukee alueellista ruokaturvaa. Glorian Ruoka & Viini -lehti kuitenkin viestii kestävydestä usein luksuksen ja eksklusiivisuuden kautta, mikä voi tehdä planetaarisen ruokavalion periaatteista etäisiä laajemmalle kuluttajakunnalle.

Planetaarisen ruokavalion sosiaalinen kestävyys voitaisiin tuoda esiin esimerkiksi käsittelemällä ruokajärjestelmien oikeudenmukaisuutta ja terveellisen, ilmastoystävällisen ruoan saavutettavuutta kaikille. Tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi kasvipohjaisten ruokavalioiden roolia kansanterveydessä ja ruokaturvassa tai reilun kaupan ja vastuullisen ruoantuotannon esilletuontia saavutettavina ratkaisuin.

Glorian Ruoka & Viini -lehti painottaa taloudellisen kestävyuden osalta erityisesti pientuottajien tukemista, artesaaniruokia ja laadukkaita raaka-aineita. Tämä tukee planetaarisen ruokavalion periaatteita siinä mielessä, että paikallisesti tuotettu ja vastuullisesti hankittu ruoka on osa kestävästä ruoantuotantojärjestelmästä.

Kuitenkin taloudellisen kestävyuden haasteena on se, että premium-ruokalehdet liittävät kestävyuden usein korkealaatuisiin ja kalliisiin tuotteisiin. Tämä voi luoda mielikuvan, että kestävä ruokavalinta on vain varakkaiden kuluttajien ulottuvilla, vaikka planetaarisen ruokavalion perimmäisenä tavoitteena on tehdä kestävästä ruoasta saavutettavaa kaikille.

Glorian Ruoka & Viini voisi viestiä planetaarisen ruokavalion saavutettavuudesta myös edullisempien kasvipohjaisten ruokavalintojen kautta. Tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi edullisia ja ravitsevia kasvipohjaisia reseptejä, ruokahävikin vähentämisen roolia taloudellisessa kestävyudessa ja resurssiviisaita ruokainnovaatioita, kuten kiertotalouteen perustuvia elintarvikkeita ja ratkaisuja.

Planetaarinen ruokavalio tarjoaa kokonaisvaltaisen lähestymistavan kestäväan ruoankulutukseen, mutta sen kytkentä Glorian Ruoka & Viini -lehden sisältöihin jää osittain pinnalliseksi. Vaikka lehdissä käsitellään ekologisesti kestäviä teemoja, kuten lähiruokaa ja kausiruokaa, ei niiden yhteyttä planetaarisen ruokavalion periaatteisiin aina eksplisiittisesti tuoda esiin. Sosiaalisen kestävyuden näkökulmasta ruokalehdet keskittyvät kulinarismiin ja eksklusiivisuuteen, jolloin ruokaturvan ja saavutettavuuden kysymykset jäävät vähälle huomiolle. Taloudellisen kestävyuden osalta premium-ruokalehdet voivat osaltaan edistää vastuullista kuluttamista, mutta niiden luksuspainotteinen lähestymistapa voi rajoittaa kestävien ruokavalintojen valtavirtaistumista.

Glorian Ruoka & Viini -lehtien sisällöissä on paljon elementtejä, jotka tukevat kestäväa kehitystä, mutta planetaarisen ruokavalion kytkös ei aina ole selkeä. Ekologisen kestävyuden osalta kasvipohjaisen ruokavalion ilmastohyödyt jäävät usein taka-alalle, sosiaalisen kestävyuden näkökulmasta ruokaturvaa ja saavutettavuutta ei käsitellä kattavasti, ja taloudellisen kestävyuden osalta planetaarinen ruokavalio voi näyttäytyä luksusvalintana. Premium-ruokalehdet ovat tärkeitä toimijoita ruokakulttuurin muokkaajina, ja niiden rooli kestävien ruokavalintojen valtavirtaistamisessa on merkittävä. Premium-ruokalehdet voisivatkin ottaa aktiivisemmän roolin planetaarisen ruokavalion viestinnässä ja tehdä kestävästä ruoasta houkuttelevampaa ja saavutettavampaa laajemmalle yleisölle. Kun planetaarisen ruokavalion periaatteet integroidaan osaksi ruokamediaa, voidaan edistää sekä ympäristöllisesti että sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävämpää ruokajärjestelmää. Tämä edistäisi ruokakulttuurin kestävyys siirtymää ja tekisi planetaarisesta ruokavaliosta osan arkipäiväisiä ruokavalintoja.

6.2 Kestävyys siirtymään vaikuttavat teemat

Analyysissä ilmeni, että Glorian Ruoka & Viini -lehti pyrkii yhdistämään gourmet-ruokakulttuurin ja kestäväan kehityksen periaatteet, mutta tämän yhdistelmän syvällisyys ja kattavuus jäävät rajoitetuiksi. Vaikka lehti osoittaa potentiaalia tasapainottaa luksusbrändinsä ja planetaarisen ruokavalion periaatteet, se ei täysin hyödynnä asemaansa kestäväan ruokakulttuurin suunnannäyttäjänä. Tämä herättää kysymyksen siitä, missä määrin premium-ruokalehdet voivat olla vastuullisuuden edelläkävijöitä ja samalla ylläpitää houkuttelevaa imagoaan "foodie"-kohderyhmänsä silmissä. Gourmet-ruokalehden esittämät arvot eivät ole pelkästään

käytännönläheisiä ruokavalintoja, vaan myös tapa viestiä identiteetistä ja sosiaalisesta asemasta. Premium-lehden linjaukset vahvistavat tietynlaista kulutuskulttuuria, jossa kestävyys voi ilmetä trendikkäänä mutta ei välttämättä syvällisenä sitoutumisena. Johnston ja Baumann (2015) ovat todenneet, että premium-ruokajulkaisut usein korostavat vastuullisuutta elämäntapavalintana, mutta eivät käsittele sen rakenteellisia ulottuvuuksia.

Lehti voisi ottaa vahvemman roolin vastuullisuustrendien määrittäjänä esimerkiksi suosimalla paikallisia raaka-aineita, kuten kotimaisia metsämarjoja chian siementen sijaan. Tämä lähestymistapa korostaisi kulttuurista monimuotoisuutta ja ekologisesti kestävästä ajattelusta, samalla lisäten uskottavuutta kestävästä kehityksen kentällä. Nykyiset trendiartikkelit kuitenkin osoittavat, että lehti kehystää vastuullisuuden ennemminkin luksusbrändin kautta kuin aidosti planetaarisen ruokavalion periaatteiden mukaisesti.

Toimittajakunnan sukupuolijakauma nousi analyysissä esiin mahdollisena rajoitteena. Aiemmat tutkimukset (Huddart Kennedy et al., 2019) ovat osoittaneet, että yksipuolinen näkökulma voi estää kestävyys siirtymän edistymistä, koska monimuotoisuus ja eri yhteiskuntaryhmien näkökulmat jäävät paitsioon. Tämä näkyy myös Glorian Ruoka & Viini -lehdessä, jossa marginaaliryhmien ääni jää vähälle huomiolle. Jos kaikki toimittajat ovat naisia, kuten tarkasteltujen artikkelien osalta on, viestinnässä voi ilmetä homogeenisuutta, joka kaventaa diskurssien ja näkökulmien laajuutta. Miesten mahdolliset (ja oletettavat) painotukset esimerkiksi taloudellisessa tai yhteiskunnallisessa kestävyudessa voivat jäädä huomioimatta. Tämä sukupuolittunut näkökulma heijastaa myös laajempia kulttuurisia ja rakenteellisia kysymyksiä, jotka liittyvät viestinnän ja median monimuotoisuuteen.

Päätoimittajan ja keskeisten toimittajien pysyvyys vaikuttaa myös siihen, miten lehti käsittelee kestävyysteemoja ja ajankohtaisia trendejä. Sama toimituksellinen näkökulma voi vahvistaa lehden brändiä ja jatkuvuutta, mutta se voi myös johtaa näkökulmien urautumiseen. Tämä korostaa tarvetta tarkastella, miten toimituksellinen monimuotoisuus ja vaihtelu voivat rikastaa lehden sisältöä ja lisätä sen ajankohtaisuutta.

Analyysin perusteella vastuullisuus ja kestävyys eivät nouse lehden sisällössä erityisen vahvasti esille, mikä on ristiriidassa lehden kohderyhmän odotusten kanssa

ja myös pettymys minulle henkilökohtaisesti. Ruokakulttuurin tutkimuksen (esim. Tiusanen, 2023) perusteella voidaan todeta, että kestävyyskysymykset ovat kuitenkin yhä keskeisempiä ruoan kulutuksen yhteiskunnallisessa ja taloudellisessa kontekstissa. Tässä suhteessa lehti alisuoriutuu mahdollisuuksissaan toimia kestävä ruokakulttuurin edistäjänä. Kuten Lupton (1996) ja Warde (2016) korostavat, ruoka ei ole pelkästään ravinnon lähde, vaan myös väline, jonka kautta yksilöt ja yhteisöt viestivät arvoistaan ja identiteetistään. Gourmet-lehden sisältö voi näin ollen ohjata kuluttajia kestävämpiin valintoihin, mutta tämän edellytyksenä on, että kestävyys nostetaan selkeämmin lehden agendalle.

Kestävyys siirtymän tarkastelussa nousee esiin useita keskeisiä teemoja, jotka vaikuttavat siihen, kuinka siirtymä etenee ja millaisia haasteita siihen liittyy. Kasvipohjaisen ja kasvisruoan asema kestävyys siirtymässä on merkittävä, sillä ne tukevat erityisesti ekologista ja taloudellista kestävyttä. Vastaavasti ilmastotoimet ja kiertotalous ovat vahvoja siirtymää vauhdittavia tekijöitä, jotka kytkeytyvät sekä ekologiseen että taloudelliseen ulottuvuuteen. Paikallisen tuotannon ja lähiruoan rooli on huomionarvoinen, sillä ne yhdistävät ekologiset, taloudelliset ja sosiaaliset kestävyden näkökulmat. Lisäksi eettisyyden ja vastuullisuuden merkitys siirtymässä on keskeinen, mutta niiden vaikutus ei ole yksiselitteinen, sillä niihin voi liittyä myös taloudellisia tai logistisia haasteita, jotka hidastavat niiden toteutumista laajemmassa mittakaavassa.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Glorian Ruoka & Viini -lehti toimii esimerkkinä siitä, kuinka vaikeaa ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen kestävyden integroiminen osaksi perinteistä gourmet-kulttuuria on. Planetaarisen ruokavalion periaatteet tarjoavat kuitenkin käytännönläheisiä ratkaisuja, joiden avulla lehti voisi tasapainottaa ”luksusbrändinsä” ja kestävä kehityksen tavoitteet. Keskittymällä ekologiseen ja sosiaaliseen saavutettavuuteen lehti voi toimia suunnannäyttäjänä niin gourmet-kulttuurissa kuin kestävässä ruokavalinnoissa.

6.3 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen rajoitukset, kuten aineiston rajaus vuoden alun trendiartikkeleihin, saattavat vaikuttaa siihen, kuinka kattava kuva lehden linjasta ja arvoista muodostuu. Kestävyysteemojen vähäinen näkyvyys voi heijastaa paitsi toimituksellisia valintoja myös luksusruokalehtien kentän laajempaa problematiikkaa. Näin ollen voidaan

kysyä, olisiko Glorian Ruoka & Viini -lehdellä potentiaalia haastaa vakiintuneita käsityksiä gourmet-ruokakulttuurista ja ottaa edelläkävijän rooli myös kestävyys siirtymässä?

Tämän tutkimuksen vahvuutena, mutta samalla myös heikkoutena, on keskittyminen Glorian Ruoka & Viini -lehteen, joka on arvostettu ruokalehti ja merkittävä vaikuttaja suomalaisessa ruokakulttuurissa. Tämä valinta tuo tutkimukseen uskottavuutta ja mahdollistaa syvällisen analyysin kyseisen lehden arvoista ja linjauksista.

Tutkimuksessa saattaa kuitenkin esiintyä harhaa siitä syystä, että analyysi on kohdistunut vain yhden lehden tammikuun pääkirjoituksiin ja trendiartikkeleihin. Tämä ei välttämättä heijasta koko suomalaista ruokakulttuuria tai kaikkia kestävyysdiskursseja ja voi jättää huomiotta myös muita merkittäviä näkökulmia ja ääniä, jotka ovat läsnä ruokamediassa laajemmin. Kuitenkin, koska tarkastelun kohteena oli nimenomaan premium-ruokalehtien rooli suomalaisen ruokakulttuurin kestävyysmurroksessa, ja koska Glorian Ruoka & Viini on ainoa saatavilla oleva premium-ruokalehti, muita vertailukelpoisia julkaisuja, joita olisi voinut sisällyttää analyysiin, ei ollut käytettävissä. Aineiston valinnassa voi myös esiintyä valikoimisharhaa, jos valitut pääkirjoitukset ja trendiartikkelit vahvistavat liian läheisesti tutkimushypoteesiani. Lisäksi omat henkilökohtaiset näkemykseni kestävydestä ovat voineet vaikuttaa siihen, millaisia teemoja korostan analyysissä. Valmiiden koodauskehysten käyttö kuitenkin vähentää harhan riskiä ja parantaa analyysin johdonmukaisuutta.

Toisena vahvuutena on johdonmukainen näytteenotto, sillä tutkimuksessa on analysoitu tammikuun pääkirjoituksia ja trendiartikkeleita kymmenen vuoden ajanjaksolta, mikä mahdollistaa vuosittaisten kestävyysviestien arvioinnin. Kymmenen vuoden ajalta kertyneet aineistot mahdollistavat myös trendien analysoinnin. Temaattinen analyysi mahdollistaa myös piilevien kestävyysteemoihin liittyvien merkitysten tunnistamisen, joita kvantitatiiviset menetelmät eivät välttämättä tavoittaisi. Kuitenkin keskittyminen vain tammikuun numeroihin voi jättää huomioimatta tärkeää sisältöä muista vuoden numeroista, ja pienempi otoskoko (yksi numero vuodessa) ei välttämättä tavoita koko lehden kestävyysviestintää.

7 Mahdolliset jatkotutkimukset

Tutkimuksen tulokset tukevat Johnston ja Baumannin (2015) näkemystä siitä, että ruokamedia toimii makuhierarkioiden ja kulutuksen erontekojen rakentajana. Premium-ruokalehdet kehystävät kestävän kulutuksen osaksi luksusta, mikä rajoittaa sen saavutettavuutta laajemmille kuluttajaryhmille. Bourdieun (2010) kulttuurisen pääoman teoriaa mukaillen voidaan todeta, että kestävä ruokavalinta ei ole vain eettinen tai ekologinen teko, vaan myös sosiaalisen aseman ilmentymä. Tulevissa tutkimuksissa olisi tärkeää selvittää, miten premium-ruokajournalismi voisi haastaa ja laajentaa kestävyyskeskustelua niin, että se kattaisi myös sosiaaliset ja taloudelliset ulottuvuudet sen sijaan, että se rajautuisi yksittäisiin vastuullisuusvalintoihin.

Lisäksi olisi hyödyllistä tarkastella, miten kuluttajat itse tulkitsevat premium-ruokalehtien kestävyysviestintää ja millaisia vaikutuksia näillä viesteillä on heidän ruokavalintoihinsa. Tämä liittyy kulutussosiologian tutkimukseen siitä, miten poliittinen ja eettinen kulutus muotoutuu osana arkipäivän valintoja. Erityisesti olisi kiinnostavaa tutkia, kuinka ruokamedia voi vaikuttaa kuluttajien halukkuuteen omaksua kestäviä ruokailutottumuksia ja missä määrin nämä valinnat kytkeytyvät kulttuurisiin ja taloudellisiin resursseihin.

Jatkotutkimuksessa voisi myös analysoida tarkemmin resepti- ja raaka-ainevalintoja premium-ruokalehdissä ja verrata niitä valtaviiran ruokajulkaisuihin kuten esimerkiksi Yhteishyvään. Tällainen tutkimus voisi tuottaa lisätietoa siitä, miten kestävyden ja luksuksen suhde muotoutuu ja millaisia rajoituksia tai mahdollisuuksia ruokajournalismi voi luoda kestävyyssiirtymän kannalta.

Lähteet

Tutkimusaineisto

Glorian Ruoka & Viini -lehden tammikuun numeroiden pääkirjoitukset ja trendiartikkelit vuosilta 2014-2024. (8.2.2025)

<https://nakoislehti.hs.fi/2a1e56c0-c9fe-4bfa-9230-89a1653c4f38/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/eof40bcc-2331-4132-b250-4690cfcffd58/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/8c14933b-37e3-41c8-a1d9-c2e99fe66099/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/ad2a1f3d-096d-434c-92f3-d2456df7ee58/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/bde9ee5f-008a-4cod-af2f-92aaa5123150/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/bo55b26-602a-4da9-a34e-43dcdbe64a0/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/4a5a0239-7409-42ab-87cc-274eb57d6f66/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/bc9b8430-4290-4776-9021-a24e281165dc/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/29ea6d23-785d-4107-bd2f-dcec91ce420d/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/e957d528-0f55-4d30-8ce1-aa579d4c7b8d/1>

<https://nakoislehti.hs.fi/5b089a0d-5667-4ddb-b742-80cd5182219d/1>

Tutkimuskirjallisuus

- Anderson, E. N. (2014). *Everyone eats: Understanding food and culture* (Second edition). New York University Press.
- Arvola, A., Roininen, K., Mäkelä, J., Isoniemi, M., Paananen, J., & Forsman-Hugg, S. (2006). Miten lähi- ja luomuruoka erottuvat toisistaan ja muusta kotimaisesta ruoasta kuluttajan mielessä? *Suomen Maataloustieteellisen Seuran Tiedote*, 21, 1–7. <https://doi.org/10.33354/smst.75975>
- Beagan, B. L., Power, E. M., & Chapman, G. E. (2015). “Eating isn’t just swallowing food”: Food practices in the context of social class trajectory. *Canadian Food Studies / La Revue canadienne des études sur l’alimentation*, 2(1), 75–98. <https://doi.org/10.15353/cfs-rcea.v2i1.50>
- Bourdieu, P. (2010). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Routledge.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publication Ltd.
- Brug, J. (2008). Determinants of healthy eating: Motivation, abilities and environmental opportunities. *Family Practice*, 25(Supplement 1), i50–i55. <https://doi.org/10.1093/fampra/cmn063>
- Brulotte, R. L., & Di Giovine, M. A. (2014). Food and Foodways as Cultural Heritage. Teoksessa *Edible identities: Food as cultural heritage*. (Toim.). Farnham: Routledge.
- Burlingame, B. (2010). Preface. Teoksessa B. A. Burlingame & S. Dernini (Toim.), *Sustainable Diets and Biodiversity: Directions and Solutions for Policy, Research and Action*. FAO.
- Crippa, M., Solazzo, E., Guizzardi, D., Monforti-Ferrario, F., Tubiello, F. N., & Leip, A. (2021). Food systems are responsible for a third of global anthropogenic GHG emissions. *Nature Food*, 2(3), 198–209. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00225-9>
- De Solier, I. (2013). Making the Self in a Material World: Food and Moralities of Consumption. *Cultural Studies Review*, 19(1). <https://doi.org/10.5130/csr.v19i1.3079>
- Dunbar, R. I. M. (2017). Breaking Bread: The Functions of Social Eating. *Adaptive Human Behavior and Physiology*, 3(3), 198–211. <https://doi.org/10.1007/s40750-017-0061-4>
- Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino. <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789517685047>
- FAO. (2018). *Sustainable food systems: Concept and Framework*. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/b620989c-407b-4caf-a152-f790f55fec71/content>
- Fischler, C. (2011). Commensality, society and culture. *Social Science Information*, 50(3–4), 528–548. <https://doi.org/10.1177/0539018411413963>
- Forssell, S., & Lankoski, L. (2015). The sustainability promise of alternative food networks: An examination through “alternative” characteristics. *Agriculture and Human Values*, 32(1), 63–75. <https://doi.org/10.1007/s10460-014-9516-4>

- Fox, N., & Ward, K. (2008). Health, ethics and environment: A qualitative study of vegetarian motivations. *Appetite*, 50(2–3), 422–429. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.09.007>
- Frilander, J. (2020, helmikuuta 24). Toimittajalta: Ahdistaako ilmastonmuutos? Niin minuakin -siksi etsin 8 tapaa muuttaa ilmastoahdistus ilmastoteoiksi. 24.2.2020. <https://yle.fi/a/3-11177160>
- Fürsich, E. (2012). LIFESTYLE JOURNALISM AS POPULAR JOURNALISM: Strategies for evaluating its public role. *Journalism Practice*, 6(1), 12–25. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.622894>
- Garnett, T. (2013). Food sustainability: Problems, perspectives and solutions. *Proceedings of the Nutrition Society*, 72(1), 29–39. <https://doi.org/10.1017/S0029665112002947>
- Garnett, T. (2014). *What is a sustainable healthy diet?* (Food Climate Research Network) [A discussion paper]. https://tabledebates.org/sites/default/files/2020-10/fcrn_what_is_a_sustainable_healthy_diet_final.pdf
- Giddings, B., Hopwood, B., & O'Brien, G. (2002). Environment, economy and society: Fitting them together into sustainable development. *Sustainable Development*, 10(4), 187–196. <https://doi.org/10.1002/sd.199>
- Gronow, J. (1997). *The Sociology Of Taste* (1st ed). Taylor and Francis.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). *Applied thematic analysis*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483384436>
- Halkier, B., & Holm, L. (2008). Food consumption and political agency: On concerns and practices among Danish consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 32(6), 667–674. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2008.00695.x>
- Heikkurinen, P. (2014). Kestävyyden käsitteen ulottuvuudet. 2014, 32(4). <https://journal.fi/tt/article/view/46149>
- Helsingin Sanomat. (2025). *Ravitsemus*. <https://www.hs.fi/aihe/ravitsemus/>
- Huddart Kennedy, E., Baumann, S., & Johnston, J. (2019). Eating for Taste and Eating for Change: Ethical Consumption as a High-Status Practice. *Social Forces*, 98(1), 381–402. <https://doi.org/10.1093/sf/soy113>
- Jallinoja, P., Mäkelä, J., & Niva, M. (2018). Ruuan yltäkylläisyys ja rajat -sosiologisia havaintoja Suomesta. *Duodecim*, 2018(15), 1501–1507. <https://www.duodecimlehti.fi/duo14432>
- Johnston, J., & Baumann, S. (2015). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape* (2. ed). Routledge.
- Johnston, J., & Goodman, M. K. (2015). Spectacular Foodscapes: Food Celebrities and the Politics of Lifestyle Mediation in an Age of Inequality. *Food, Culture & Society*, 18(2), 205–222. <https://doi.org/10.2752/175174415X14180391604369>
- Lewis, T., & Potter, E. (2011). *Ethical Consumption: A Critical Introduction*. Taylor and Francis.
- Lupton, D. (1996). *Food, the body, and the self*. Sage Publications.
- Maa- ja metsätalousministeriö. (2017). *Ruoka2030. Suomi-ruokaa meille ja maailmalle. Valtioneuvoston selonteko ruokapolitiikasta.*

- <https://mmm.fi/documents/1410837/1923148/Ruokapoliittinen+selonteko+Ruoka2030/d576b315-41fe-4e9d-9d02-8462c5ae5895/Ruokapoliittinen+selonteko+Ruoka2030.pdf?t=1486504109000>
- Megicks, P., Memery, J., & Angell, R. J. (2012). Understanding local food shopping: Unpacking the ethical dimension. *Journal of Marketing Management*, 28(3–4), 264–289. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2012.658838>
- Mikulak, M. (2013). *The politics of the pantry: Stories, food, and social change*. McGill-Queen's University Press.
- Munier, N. (2005). *Introduction to sustainability: Road to a better future*. Springer.
- Nelson, M. E., Hamm, M. W., Hu, F. B., Abrams, S. A., & Griffin, T. S. (2016). Alignment of Healthy Dietary Patterns and Environmental Sustainability: A Systematic Review. *Advances in Nutrition*, 7(6), 1005–1025. <https://doi.org/10.3945/an.116.012567>
- Niva, M., & Jallinoja, P. (2018). Taking a Stand through Food Choices? Characteristics of Political Food Consumption and Consumers in Finland. *Ecological Economics*, 154, 349–360. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.08.013>
- Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic Analysis: Striving to Meet the Trustworthiness Criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 1609406917733847. <https://doi.org/10.1177/1609406917733847>
- Ortner, S. B. (2006). *Anthropology and social theory: Culture, power, and the acting subject*. Duke University Press.
- Pelenc, J., & Ballet, J. (2015). Strong sustainability, critical natural capital and the capability approach. *Ecological Economics*, 112, 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.02.006>
- Pesonen, M. (2022, joulukuuta 8). *Tutkimus: Kasvisruokavalio on tavallisen kuluttajan tehokkain keino pienentää hiilijalanjälkeä*. <https://yle.fi/a/74-20007526>
- Pfeiffer, C., Speck, M., & Strassner, C. (2017). What Leads to Lunch—How Social Practices Impact (Non-)Sustainable Food Consumption/Eating Habits. *Sustainability*, 9(8), 1437. <https://doi.org/10.3390/su9081437>
- Phillipov, M. (2016). Escaping to the country: Media, nostalgia, and the new food industries. *Popular Communication*, 14(2), 111–122. <https://doi.org/10.1080/15405702.2015.1084620>
- Pohjolainen, P., Vinnari, M., & Jokinen, P. (2015). Consumers' perceived barriers to following a plant-based diet. *British Food Journal*, 117(3), 1150–1167. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2013-0252>
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987–992. <https://doi.org/10.1126/science.aaq0216>
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: In search of conceptual origins. *Sustainability Science*, 14(3), 681–695. <https://doi.org/10.1007/s11625-018-0627-5>
- Reipurth, M. F. S., Hørby, L., Gregersen, C. G., Bonke, A., & Perez Cueto, F. J. A. (2019). Barriers and facilitators towards adopting a more plant-based diet in a

- sample of Danish consumers. *Food Quality and Preference*, 73, 288–292. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.10.012>
- Riet, J. V., Sijtsema, S. J., Dagevos, H., & De Bruijn, G.-J. (2011). The importance of habits in eating behaviour. An overview and recommendations for future research. *Appetite*, 57(3), 585–596. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.07.010>
- Sanoma Media Finland Oy. (2024). *Glorian Ruoka&Viini mediakortti*. <https://www.mediakortit.fi/mediakortit/glorian-ruoka-viini/460/#kmt-profiles>
- Sassatelli, R. (2004). The political morality of food: Discourses, contetation and alternative consumption. Teoksessa *Qualities of food* (ss. 176–191).
- Shaw, D., & Clarke, I. (1999). Belief formation in ethical consumer groups: An exploratory study. *Marketing Intelligence & Planning*, 17(2), 109–120. <https://doi.org/10.1108/02634509910260968>
- Stajcic, N. (2013). *Understanding Culture: Food as a Means of Communication*. 28, 77–86. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/understanding-culture-food-as-means-communication/docview/1539530315/se-2>
- Tiusanen, K. (2023). *Nice Food, Good People: Technologies of subjectivity and class distinction in media texts about the right kind of food* [Väitöskirja, Tampereen yliopisto]. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/147582>
- Virtanen, Y., Kurppa, S., Saarinen, M., Katajajuuri, J.-M., Usva, K., Mäenpää, I., Mäkelä, J., Grönroos, J., & Nissinen, A. (2011). Carbon footprint of food – approaches from national input–output statistics and a LCA of a food portion. *Journal of Cleaner Production*, 19(16), 1849–1856. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.07.001>
- Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279–303. <https://doi.org/10.1177/1469540514547828>
- Warde, A. (2016). *The practice of eating*. Polity press.
- Willett, W., Rockström, J., Loken, B., Springmann, M., Lang, T., Vermeulen, S., Garnett, T., Tilman, D., DeClerck, F., Wood, A., Jonell, M., Clark, M., Gordon, L. J., Fanzo, J., Hawkes, C., Zurayk, R., Rivera, J. A., De Vries, W., Majele Sibanda, L., ... Murray, C. J. L. (2019). Food in the Anthropocene: The EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447–492. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)
- Woodward, K. (Toim.). (2000). *Questioning identity: Gender, class and nation* (1. publ). Routledge [u.a.].
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future* (The Brundtland Report). Oxford University Press. Oxford, UK.