

Artikkeli



VERTAISARVIOITU
KOLLEGIALT GRANSKAD
PEER-REVIEWED
www.tsv.fi/tunnus

Ihannoitu ja henkiin herätetty menneisyys

Autenttisuus ja nostalgia sanomalehden luomu- ja lähiruokateksteissä

Artikkeli pureutuu luomu- ja lähiruokaa legitimoiviin diskursseihin Helsingin Sanomissa. Hyödynnän aineiston tekstien tutkimuksessa aiempaa ruokajournalismin ja kulttuurisen maun tutkimusta sekä autenttisuuden ja nostalgian käsitteisiin liittyviä teoretisointeja. Selvitän, minkälaisin diskursiivisin keinoin ruoka määritellään luomu- ja lähiruokateksteissä kulttuurista arvostusta ansaitsevaksi, ja miten erityisesti autenttisuuden ja nostalgian diskurssit kietoutuvat aineiston teksteissä kulttuuriseen pääomaan. Käytän aineiston analyysissa kriittisen diskurssianalyysin työkaluja. Analyysin perusteella Helsingin Sanomien tekstit nojaavat luomu- ja lähiruokaa ja siihen kytkeytyviä merkityksiä legitimoیدessaan 1) autenttisuuden kontekstissa perinteeseen, historiaan, käsityöhön, henkilökohtaisuuteen ja yksinkertaisuuteen sekä 2) nostalgian kontekstissa menneisyyden henkiin herättämiseen ja ylellisyyteen. Lisäksi lehtitekstien näkökulmat kietoutuvat hyvään makuun sekä kulttuuriseen pääomaan, jossa ruuan ja kuluttamisen poliittisuus jää oletetun hyväosaisuuden ja rahan näkymättömäksi tekevien puhetapojen varjoon.

AVAINSANAT: diskurssianalyysi, journalismi, ruokakulttuuri, autenttisuus, nostalgia

Ruuan kuluttaminen on sekä universaalia ja arkista että sosiaalisesti merkityksellistä kuulumista ja erottautumista (Warde 1997, 180). Ruuan kulttuurin tutkimuksessa ei olla kiinnostuneita ainoastaan siitä, mitä syödään vaan myös siitä, miten ruuasta puhutaan ja kirjoitetaan, miten ruokaan liittyviä merkityksiä hyödynnetään julkisessa keskustelussa ja miten sosiaalisia kytköksiä muodostetaan ruuan kautta (Johnston & Baumann 2015, 30). Käsillä oleva artikkeli pureutuu ruuan ja kielten merkityksiin ruokakulttuurin ja journalististen tekstien analyysin avulla. Tarkaste-

len niitä diskursiivisia muodostelmia, joiden avulla luomu- ja lähiruuan merkityksiä legitimoidaan kuluttamisen ja maun journalistisissa konteksteissa. Pohdin, minkälaisia kulttuurisen luokittelun strategioita ruokajournalismi käyttää hyväkseen ja milloisten aikaan, paikkaan, kuulumiseen ja menneisyyteen kietoutuvien merkitysten avulla ruoka määritellään arvostusta ansaitsevaksi (kulttuuri)tuotteeksi. Artikkelin aineisto koostuu Helsingin Sanomien luomu- ja lähiruokateksteistä.

Tässä artikkelissa pyrin kriittistä diskurssianalyysia hyödyntäen vastaamaan kahden kysymyksen: Millaisin diskurssein luomu- ja lähiruoka legitimoidaan aineiston teksteissä, ja miten aineistossa hyödynnetään erityisesti autenttisuuden ja nostalgiaan nojaavia puhetapoja?

Journalismi, ruokakulttuuri ja maku

2000-luvulla ruuan yhteiskunnalliset ja kulttuuriset merkitykset ovat nousseet tärkeiksi kulttuurintutkimuksen ja monitieteisen ruokatutkimuksen aiheiksi. Suomessa ruokakulttuuria on tutkittu viime vuosikymmeninä kohtalaisen runsaasti sosiologian (esim. Purhonen ym. 2014; Lindblom & Mustonen 2015) ja kirjallisuudentutkimuksen (esim. Kainulainen & Parente-Čapková 2006) aloilla. Kattavimmat ruoka- tai ravintodiskurssien tutkimukset ovat käsitelleet niin sanotun rasvakeskustelun kriittisiä puhetapoja ja kulttuurisesti määräytyviä merkityksiä suomalaisen median teksteissä (Jauho 2013; Syrjäläinen, Ryyänen, Heinonen, Jauho & Jallinoja 2016) sekä ravinnon geenimuuntelua käsittelevien media-aineistojen kehystyksiä (Väliverronen 2007). Lisäksi ruuan merkityksiä mediassa on 2000-luvulla tutkittu ravitsemusymmärryksen julkisen tuottamisen (Huovila 2016), naistenlehtien ekodiskurssien (Lundahl 2014), kausiruuan, ekologisuuden ja verkkosisältöjen (Lindqvist 2014), Sotilaskotilehden ruoka- ja terveystieteiden (Jallinoja & Suihko 2007) sekä lehtitekstien hyvän ruuan tunnusmerkkien (Aarva, Pakarinen ja Vartiainen 2006) näkökulmista.

Tämän artikkelin tarkoituksena on laajentaa ja päivittää suomalaista ruokamedian tutkimusta analysoimalla Suomen suurimman ja luetuimman lehden ruokatekstien puhetapoja. Journalismin tutkimus kaipaa tuoretta analyysia ruokaan liittyvistä vakiintuneista diskursseista ja niistä tekstuaalisista käytännöistä, joissa tietyt ruuan merkitykset määritellään kulttuurisesti legitimeiksi. Ruokakulttuuria ja ruokajournalismia on 2010-luvun kansainvälisissä tutkimuksissa käsitelty monipuolisista näkökulmista. Tämän artikkelin viitekehys koostuu ennen kaikkea legitimiä makua, kaikkiruokaisuutta ja luonnonmukaisuutta käsittelevistä nykykulttuurin analyyseista. Näitä teemoja on viime vuosina tutkittu muun muassa kaikkiruokaisuuden ideaalin sisäisten ristiriitojen (Johnston & Baumann 2007; 2015), korkean kulttuurisen pääoman ja ”ekohabituksen” (Carfagna ym. 2014), ruuan tarinallistettujen politiikoiden (Mikulak 2013) sekä keskiluokan muuttuvien ruokamakujen (Zimmerman 2015) näkökulmista.

Ruokasivut ovat olleet osa sanomalehteä yli sadan vuoden ajan (Voss 2014, 1), milloin kotiäidin arjen apulaisen ja milloin ruokahuijauksia selvittävän tutkivan jour-

nalismien roolissa. Menneiden vuosikymmenien resepteistä tai ”nousevien trendien” luetteloista koostunut ruokajournalismi on muuttunut 2000-luvulla arvostetuksi journalismin osa-alueeksi, jonka hienostuneiden ja ajankohtaisten reportaasien luomiseen lehdet ja journalistit näkevät vaivaa (Brown 2004, 50). Ruokajournalismilla on merkittävä rooli kulinaaristen trendien paikantamisessa sekä niissä prosesseissa, joissa jonkin ruoka määritetään kiinnostavaksi tai kulttuurista arvostusta ansaitseväksi (Johnston & Baumann 2007, 170). Ruokamedia kehystää ja monin paikoin myös sanelee sitä, minkälaisia ruuan kuluttamisen ympäristöt ja käytännöt voivat olla, minkälaisia niiden tulisi olla ja keitä varten ne ovat ylipäättään olemassa. Ruuan mediasisällöt luovat ymmärryksiä hyvästä ruuasta ja kelvollisista kuluttajista tai kotikokeista. (Johnston & Goodman 2015, 209.)

Lifestyle-journalismi, johon kuuluvaksi merkittävä osa tämän analyysin aineistosta luokituu, on määritelty usein ”pehmeäksi uutisoinniksi”, journalismiksi, joka näkee yleisön ensisijaisesti kuluttajina ja tarjoaa lukijoilleen arkipäivän neuvoja viihdyttäväksi paketeiksi muotoiltuina (Hanusch 2013, 1). Siinä missä perinteisen journalismin määritelmät korostavat journalismin roolia yhteiskunnan portinvartijana, lifestyle-journalismin tehtävänä on toimia ”maun kulttuurien” välittäjänä: makuarvostelmien muodostajana ja niiden tarjoajana lukijakunnalle (Fürsich 2013, 12).

Kulttuurisen maun muovautuminen ja makuarvostelmien kamppailu hegemonisesta asemasta ovat sosiologian ja kulttuurintutkimuksen kentillä runsaasti analysoituja, teoretisoituja ja kiisteltyjä aiheita. Ruokakulttuurin analyyseihin ovat vaikuttaneet muun muassa Zygmunt Baumanin ja Anthony Giddensin näkemykset elämäntyylien yksilöllisestä valinnasta sekä erityisesti Pierre Bourdieun teoria distinktioista ja pääomakategorioista (ks. Potter & Westall 2013, 156). Kulttuurisen maun tutkimukset ovat vuosikausia – ja tänäkin päivänä – pohjautuneet Bourdieun ajatukseen makuhierarkioista yhteiskunnallisen luokittelun ja erottautumisen välineinä: maun kautta luokittelemme muita, ja tulemme samalla itsekin luokitelluiksi (Bourdieu 1984, 6, 1–2).

Bourdieun makuteoriat ovat viime vuosina saaneet rinnalleen ajatuksen kaikkiruokaisuudesta kulttuurin ja kuluttamisen kentällä. Kaikkiruokainen maku – avoimuus ja monenlaisen kulttuurin arvostaminen vastakohtana ulossulkevalle snobistiselle makukäsitykselle – on tärkeä etenkin koulutettujen keskiluokkien keskuudessa, missä kulttuurinen kompetenssi osoitetaan jäykkien luokitteluiden sijaan taitotiedon ja avarakatseisen arvostamisen avulla (Bennett ym. 2009, 177–178). Legitiimi maku on perinteisesti liitetty eliittiin ja sen omi(sta)maan kulttuuriseen pääomaan, jonka kautta kyseisellä yhteiskuntaluokalla on valtaa määritellä se, mikä on hyvää ja mikä huonoa makua (Fornäs 1998, 121). Kaikkiruokainen maku ei merkitse sitä, että kaikki kulttuurin tuotteet olisivat samanarvoisia: kaikkiruokaisuudessa *korkea ja matala* korvautuvat niitä monimutkaisemmalla *legitiimin ja epälegitiimin* hierarkialla, jossa hyvän ja huonon määritelmät muuttuvat aiempaa nopeammassa tahdissa.

Maun lisäksi analyysini kytkeytyy luonnollisuuden ja luonnon kulttuurisiin merkityksiin, jotka toimivat vahvana diskursiivisena taustana suuressa osassa ruoka-

journalismia. Luomuruoka viittaa suomen kielessä säänneltyyn luonnonmukaiseen tuotantoon¹. Luomun ja lähiruuan kulttuuriset merkitykset ulottuvat kuitenkin tuotantomenetelmiä ja sertifikaatteja laajemmalle, ja Helsingin Sanomissa erityisesti lifestyle-teksteissä luomun ja lähiruuan käsitteitä hyödynnetään viitattaessa yleisemmin luonnonmukaisuuden, ekokulutuksen ja luonnollisuuden merkitysulottuvuuksiin.² Luptonin mukaan keinotekoisien ja luonnollisen ruuan vastakkainasettelu ymmärretään kulttuurintutkimuksessa kuluttajien reaktioksi globaalien ruokateollisuuden aiheuttamaan epävarmuuteen. Luonnonmukaiseen syömiseen kietoutuu ajatus oman ympäristön ja kehon kontrollin palauttamisesta kuluttajalle, ja luomu- ja lähiruoka liittyvät siten laajaan kulttuuristen ymmärrysten järjestelmään, jonka tärkeimpiä arvoja ovat luonnollisuus, terveellisyys ja henkisyys. (Lupton 1996, 87–89.) Alun perin vastakulttuurina suosiota kerännyt luonnollisen ruuan liike (ks. esim. Gusfield 1992) määrittynyt nykyään vahvasti myös trendikkyyden kautta. Useissa tutkimuksissa on – sekä Suomessa että kansainvälisesti – havaittu korrelaatio korkean koulutuksen, tulojen ja sosiaalisen statuksen sekä ekologista ruokaa kohtaan esiin tuotujen myönteisten asenteiden välillä (Klintman & Boström 2006; Cairns ym., 2013; Niva ym. 2014; Atkinson & Deeming 2015).

Ruoka on yksi lifestyle-journalismin tärkeimmistä aiheista, ja ruuan tarinat kytkeytyvät aiempaa voimakkaammin laajoihin yhteiskunnallisiin, esteettisiin ja symbolisiin näkökulmiin (Nørgaard, Kristensen & From 2013, 33). Ruokakulttuuriin kietoutuvien mediatekstien analyysi kiinnittää huomion makuarvostelmien ja elämäntyyllisten merkkien lisäksi kulttuuriseen ja yhteiskunnalliseen valtaan: analyysi auttaa ymmärtämään eriarvoisuuden monia muotoja ja läsnäoloa arkisissa kohtaamisissa ja median sisällöissä (ks. Johnston & Baumann 2015, viii). Ruoka on poliittista – pullollaan vallan ja etuoikeuksien kytköksiä ja merkityksiä. 2010-luvun mediasisällöissä ruuan trendit, ilmiöt ja elämäntavat kiinnittyvät siten yhteiskunnallisessa keskustelussa osiksi niin kovia kuin pehmeitäkin aiheita koskevia kulttuurisia neuvotte-luita ja määrittäviä sitä, miten ruokaa arvotamme ja minkälaisen ruuan yhteisöihin itsemme paikannamme.

Aineisto

Artikkelin aineisto koostuu Helsingin Sanomissa vuosina 2011–2013 ja 2016–2017³ julkaistuista teksteistä tai tekstikokonaisuuksista, joissa ”luomu” ja/tai ”lähiruoka”⁴ (erilaisine taivutusmuotoineen) mainitaan. Aineiston ulkopuolelle olen jättänyt radion ja television ohjelmatiedot, kulttuurisivujen levy- tai kirja-arvostelut ja ruokareseptit; tekstit, joissa esimerkiksi ”luomu” mainitaan ainoastaan osana tittelä tai ammattinimikettä (luomuviljelijä Nokialta tai Luomuliiton edustaja) ja tekstit, joissa ”luomu” mainitaan jossakin muussa kuin ruokaan liittyvässä kontekstissa (”rastani ovat täysin luomut”). Aineisto on kerätty Helsingin Sanomien digitaalisesta sanomalehtiarkistosta sekä osittain lehden verkkosivujen näköislehtien kokoelmasta. Kokonaisuutena aineisto koostuu 414 lehtitekstistä.

Helsingin Sanomat on Suomen laajalevikkisin sanomalehti noin 322 000 kokonaislevikillään⁵. Valtakunnallisena sanomalehtenä Helsingin Sanomat edustaa valtajulkisuutta sekä journalismia, jolla voi katsoa olevan määrittelyvaltaa puhuttaessa nyky-yhteiskuntamme tärkeistä ilmiöistä (Lounasmeri 2006, 3). Periaatelinjassaan lehti korostaa puolustavansa moniarvoista yhteiskuntaa, kansanvaltaisuutta ja yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta⁶.

Helsingin Sanomien aineistossa luomu- ja/tai lähiruoka on useammin keuhuttua ja arvostettua kuin ivailtua tai kritisoitua. Kokonaiskuvassa luomun ja lähiruuan myönteiset ominaisuudet ja niiden symboloimat positiiviset elämänarvot nousevat soraääninä selkeämmin esiin: luomu- ja/tai lähiruoka on hyvä asia 21 prosentissa teksteistä ja huono tai naureskeltava asia 11 prosentissa jutuista. Tutkimusartikkelin keskittyessä nimenomaan luomu- ja lähiruokaa legitimoiviin journalistisiin diskursseihin olen rajannut artikkelini analyysin niihin kokonaisaineiston teksteihin, joissa luomulle ja/tai lähiruualle tuotetaan myönteistä julkisuutta.⁷ Myönteisellä julkisuudella tarkoitan tässä yhteydessä sitä, että lehtiteksteissä luomu- ja/tai lähiruokaa kehystetään positiivisin sanavalinnoin, teksteissä hyödynnetään myönteisiä konteksteja ja lukija kutsutaan näkemään tekstin kohteena oleva luomu- ja/tai lähiruoka myönteisessä valossa. Näin kohdistan analyysin teksteihin, joissa luomu- ja/tai lähiruoka määritellään *hyväksi* ja arvostusta ansaitsevaksi, legitimiiksi. Myönteisiä tekstejä on kokonaisaineistossa 89 kappaletta, ja artikkelin analyysi pohjautuu näihin teksteihin.

Kriittinen diskurssianalyysi

Aineiston myönteisten luomu- ja lähiruokatekstien analyysi perustuu kielellisesti rakentuneen todellisuuden analysoimiseen ja kriittisen kulttuurintutkimuksen käsitukseen merkitysten tuottamisen laajoista historiallisista ja poliittisista konteksteista. Analyysin pääasiallinen metodi on kriittinen diskurssianalyysi, joka on pelkän kielenkäytön pintatason sijaan kiinnostunut sosiaalisten ja kulttuuristen erottautumisen prosessien saamista kielellisistä muodoista (Machin & Mayr 2012, 4). Kriittinen diskurssianalyysi olettaa, että kulttuurista valtaa jaetaan ja käytetään diskurssien kautta (emt.). Diskurssianalyysi on usein nähty hedelmälliseksi mediatekstien tulkinnan tavaksi (esim. Fairclough 1999; Valtonen 1998), sillä median hyödyntämät diskurssit vaikuttavat merkittävin tavoin yhteiskunnan asenteisiin ja puhekulttuuriin. Aineiston diskurssianalyysi ja analyysin tulokset perustuvat myönteisten lehtitekstien lähilukuun. Analyysin tulokset on tuotettu aineiston lähiluvun ja diskursiivisten aineiden analyysin kehämäisessä prosessissa siten, että aineiston teksteihin on palattu tutkimusprosessissa useita kertoja mahdollisimman yksityiskohtaisen kuvan muodostamiseksi.

Kiinnitän analyysissäni huomiota lehtitekstien olettamiin ja hyväksikäyttämiin kulttuurisiin konteksteihin (minkälaisiin arvoihin ja elämäntapaan luomu- ja lähiruoka liitetään?), kielellisiin valintoihin (mitä sanoja luomu- ja lähiruusta kirjoitettaessa käytetään?) sekä tekstin mahdollistamiin identifikaation paikkoihin (minkälaiselle lukijalle tekstin voi ajatella olevan kirjoitettu?). Artikkelin analyysi ei rajaudu ainoastaan

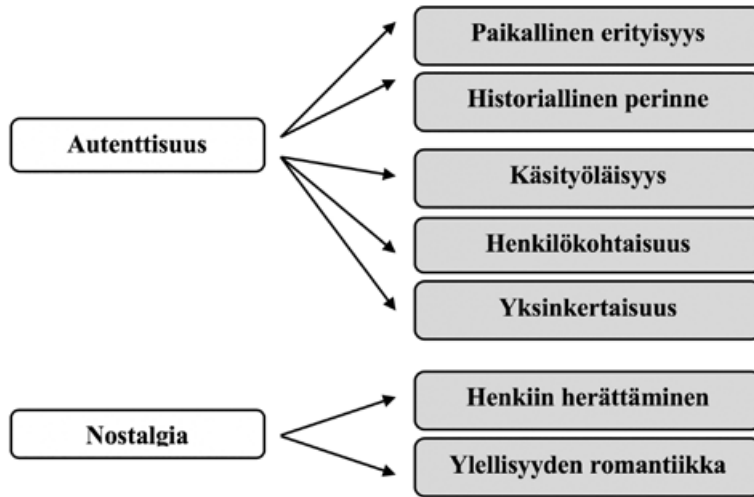
aineiston tekstien luomu- ja lähiruokamainintoihin vaan tutkin artikkeleita kokonaisuuksina: osa aineiston teksteistä keskittyy nimenomaisesti luomu- ja/tai lähiruokaan artikkelin aiheena, osassa jutuista luomu- ja lähiruokamaininnat näyttelevät sivuroolia. Luomuruoka ja lähiruoka toimivat siis enemmän aineiston kokoamisen välineinä – ikään kuin ikkunana tiettyyn ruokakulttuurin tekstien ulottuvuuteen – kuin tarkoina tekstuaalisten löydösten rajaajina.

Luomua ja lähiruokaa myönteisestä näkökulmasta käsittelevät tekstit perustuvat kokemuksiin, arvoihin ja mielipiteisiin ”kovien” uutisten tai kylmien faktojen sijasta (ja sijoittuvat siten pääosin osaksi edellä mainittua lifestyle-journalismin perinnettä). Huomattava osa luomua ja lähiruokaa myönteisesti käsittelevistä artikkeleista sijoittuu Helsingin Sanomien juttuluokituksessa ruoka-, matkailu- tai esimerkiksi Elämä-osioihin sekä kolumneihin. Esimerkiksi matkailureportaaseissa lukija kuljetetaan kuvailevan kirjoitustyylin avulla ikään kuin ”paikan päälle”, ja hyödyllisen informaation (missä on parasta yöpyä, mikä on ruuan hintataso) sijaan keskitytään tunnelmien ja aistinautintojen välittämiseen lukijalle.

Luomu- ja lähiruuan legitimointi kulttuurisen pääoman ja kaikkiruokaisen kuluttamisen piirissä nojaa aineistossa neljään puhetapaan. Luomu- ja lähiruokaa myönteisin tavoin käsittelevät tekstit hyödyntävät 1) *trendikkyiden* diskurssia, jossa käsitellyn aiheen suhteellinen uutuusarvo oikeuttaa myönteisen näkökulman. Helsingin Sanomien luomuartikkeleissa trendikkyys artikuloituu erikoisuuden, kosmopoliittisuuden ja uusien makujen nopean omaksumisen teemojen kautta. Trendikkyteen kytkeytyvää, luomu- ja lähiruokaa legitimoivaa puhetapaa hyödynnetään 20 prosentissa aineiston myönteisistä teksteistä. Lisäksi ruuan oletettu 2) *puhtaus* – luonnollisuus ja turmeltumattomuus – näkyy myönteisten tekstien puhetapana ja luomu- ja lähiruuan arvostuksen oikeuttamisen kriteerinä, tosin trendikkyyttä vähäisemmässä määrin (9 prosenttia myönteisistä teksteistä).

Tämän artikkelin analyysin kohteena ovat 3) autenttisuuden ja 4) nostalgian diskurssit, jotka esiintyvät 58 prosentissa myönteisistä teksteistä, ja ne muodostavat siten luomu- ja lähiruokaa legitimoivien tekstien sisällä määrällisesti merkittävimmän diskursiivisen ulottuvuuden. Autenttisuus ja nostalgia toimivat saman – luontoon, aitouteen ja menneisyyteen kytkeytyvän – diskursiivisen merkitysulottuvuuden puitteissa, ja yhdessä ne muodostavat loogisen kokonaisuuden luomu- ja lähiruokaan liittyvien merkitysten tulkinnassa. Olen rajannut tämän tutkimusartikkelin ulkopuolelle trendikkyiden ja puhtauden puhettavat. Syitä tähän on kolme. Ensinnäkin pyrkimyksenäni on liittää artikkeli viime vuosien ruokakulttuurin tutkimuksen keskusteluihin (esim. Paddock 2014; Johnston & Baumann 2015; Phillipov 2016), joissa painopiste on ennen kaikkea autenttisuuden ja perinteen merkityksissä. Toiseksi autenttisuuden ja nostalgian puhetapojen prosentuaalisesti merkittävä osuus kohottaa ne aineistossa diskursiiviseen valta-asemaan. Kolmanneksi tutkimusartikkelin laajuuden puitteissa kaikkien diskurssien kokonaisvaltainen käsittely ei ole mielekäästä. Analyysini polttopisteessä ovat siten autenttisuuden ja nostalgian diskurssit, joiden kautta lehtiartikkeleissa legitimoidaan luonnonmukaista ruokaa sekä kehystetään luomu- ja lähiruuan suomia elämyksiä ja hyvää elämää.

Kuvio 1. Autenttisuuden ja nostalgian diskurssit Helsingin Sanomissa (aladiskursseineen).



Autenttisuuden diskurssi

Autenttisuus rinnastetaan usein aitouden, lahjomattomuuden, todenmukaisuuden tai uskottavuuden kaltaisiin termeihin. Autenttisuus viittaa ”koskemattomiin” ja ”oikeisiin” asioihin tai objekteihin, ja ainakin teoreetikot ja tieteilijät ennen postmodernia aikakautta ovat ajatelleet autenttisuuden olevan todellinen ja mitattavissa oleva kriteeri, jonka avulla esimerkiksi kulttuurisia artefakteja on mahdollista arvioida (Reisinger & Steiner 2006, 68). Nykykäsityksen mukaan autenttisuus on pikemminkin sosiaalisesti rakentunut arvottamisen keino kuin johonkin objektiin sisältyvä ominaisuus (Peterson 2005, 1086). Kenties suhteellisuutensa vuoksi autenttisuudesta on viime aikoina tullut määre, jolla viitataan alkuperän sijasta *tyyliin* (ks. Zukin 2010, 2), ja käsite on liukunut ihmisten ja esineiden arvottamisesta myös kokemusten arvottamisen apuvälineeksi (emt., 21).

Kulttuurintutkimuksessa autenttisuuden kiinnostavuus perustuu sen rooliin kulttuurisen vallankäytön välineenä. Yhteiskunnassa symbolista valtaa pitää käsissään useimmiten se ihmisjoukko, joka on onnistunut vakuuttamaan muut omien makukäsitystensä autenttisuudesta. (Zukin 2010, 2–3.) Vanninin ja Williamsin (2009, 3) mukaan autenttisuus on ennemminkin tiettyjen representaatiokäytäntöjen symbolista vahvistamista kuin jokin pysyvä olemisen tila – toisin sanoen, autenttisuus viittaa sellaiseen ominaisuuksien kokonaisuuteen, jonka tietyn aikakauden ihmiset ovat hyväksyneet *ideaalia* tai *esimerkillistä* kuvaavaksi. Postmodernin ajan autenttisuus on esteettinen määre, jonka avulla arvioimme, onko jokin tarpeeksi kiinnostavaa tai hiomatonta (Zukin 2010, 20).

Ruokakulttuurin kohdalla autenttisuus määrittynyt kohteensa ulkopuolelta, ja käsite kytketty useimmiten maaseudun ruokakulttuurien urbaaneihin määriksi ja arvos-

telmiin (Weiss 2011, 74–76). Ruokajournalistit vetoavat autenttisuuteen esittäessään tiettyjä ruokia legitimeiksi ruokakulttuurin osiksi. Josée Johnston ja Shyon Baumann toteavat teoksessaan *Foodies – Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape* (2015), että yksittäisen ja kaikkeen soveltuvan määritelmän sijaan ruokajournalismissa viitataan useampiin keskeisiin autenttisuuden ulottuvuuksiin, jotka kokonaisuutena muodostavat autenttisen ruuan merkityskimpun. Helsingin Sanomien teksteissä hyödynnetyt autenttisuuden ulottuvuudet olen jaotellut kahteen analyttiseen kategoriaan. Ensimmäinen kategoria käsittää ne luomu- ja lähiruuan puhetavat, joissa alkuperäisyys kytkeytyy 1) perinteisiin ja historiaan, ja toiseen kategoriaan kuuluvat puhetavat, jotka hyödyntävät 2) käsityön, henkilökohtaisuuden ja yksinkertaisuuden esiin tuomisen kautta vilpittömyyteen ja yhteisöllisyyteen viittaavia aitouden ulottuvuuksia.

1) Autenttisuus ajassa ja tilassa – paikallinen erityisyys ja historiallinen perinne

Miten määritellä artefakti tai kulttuurinen tapa aidoksi ja alkuperäiseksi? Yksi objektiivisuutta henkivä keino on todistaa artefaktin tai tavan olevan *kotoisin jostakin*: pohjautuvan tarkasti määriteltyyn maaperään⁸, tietyn suvun tapoihin tai vuosisatoja vanhoihin perinteisiin. Allen Weissin mukaan gastronominen autenttisuus on ajallisesti synonyymi perinteisyydelle ja tilallisesti maantieteelliselle ja kulttuuriselle alkuperäisyydelle (Weiss 2011, 74–76). Autenttisella ruualla on määriteltävissä olevat, ajalliset ja/ tai paikalliset juuret, jotka ovat säilyneet mahdollisimman muuttumattomina ympäröivän yhteiskunnan liikkeistä huolimatta.

Johnstonin ja Baumannin mukaan sekä ruokaharrastajat että ruokajournalistit arvostavat ruokia, jotka valmistetaan ja kulutetaan tietyissä, *erityisissä paikoissa* (2015, 65). Helsingin Sanomien Porvoon-matkailujutussa (12.7.2012) kaupungin ”tasokkaimman ravintolan”, Bistro Sinnen, lähiruokaan panostavalla ruokalistalla on ”Bosgårdin tilan lihaa, monia Malmgårdin herkkuja” sekä ”Pellingin kalastajien siikaa”. Ruuan tai raaka-aineen alkuperän nimeäminen toimii todisteena ruuan autenttisuudesta. Koska vähiten statusarvoa myönnetään ”paikattomille” ruuille (emt., 66), autenttinen ruoka erotetaan niistä tarkkuuden ja merkkietoisuuden keinoin: Käpylän koulutetun keskiluokan ruokailutapoja esittelevässä artikkelissa (22.1.2012) toimittaja mainitsee esimerkiksi leivän olevan ”Pyymäen kakkoa” ja ”Aallon ruisleipää” eikä ”mitään muovipussiviipaleita”, kaupasta ostetaan ”Patros-fetaa”, pöytäsuolana suositaan ”harmaata merisuola Bis-kajanlahdelta”, ja kahvi on ”tummaa Löfbergs lilaa”. Maantieteellisen sijainnin argumentin voi siten laajentaa koskemaan sellaisia ruokia, jotka yleisemminkin määritetään vastakohtiksi nimettömille ja mistä tahansa ostettavissa oleville syötäville.

Erityisesti aineiston matkailujutuissa paikalliset, vuosikymmeniä tai -satoja muuttumattomina säilyneet ruuanlaiton tavat toimivat hyvin vahvoina legitimiteetin takajina. Ruoka määritetään autenttiseksi kiinnittämällä se johonkin *historialliseen perinteeseen*. Esimerkiksi Italian-matkailujutussa (8.10.2016) perinteet menevät nykyhetken villitysten edelle, ja historiallisuus on trendikkyyttä voimakkaampi matkailuvallti: Marchen alueella ”raaka-aineiden tuoreus on itsestäänselvyys, ja luomua ja lähiruokaa on tarjottu vuosisatoja ennen kuin niistä tuli muotia”. Ranskan Calvadosissa (16.7.2016)

puolestaan ”siideriperinne ulottuu keskiajalle”, ja Lyonissa (23.3.2012) viinitilan Beaujolais Nouveau’ta ”on tehty jo renessanssin ajoilta”. Aineiston suomalaisissa konteksteissa historia tuodaan esiin muun muassa korostamalla vanhojen vehnäajikkeiden ylivoimaisuutta uusiin verrattuna (*Himoleipuri hakee jauhot ja hiivan Tanskasta*, 28.2.2013) ja mainitsemalla, miten ristiinalaista 1700-luvun sukutilaa pyöritetään nyt jo kymmenessä sukupolvessa (*360 kilometriä Saimaan rannoilla*, 23.7.2016). Ruuan ja perinteen yhteys todistaa sekä ruuan ajattomuutta että sen kykyä pysyä uskollisena omille juurilleen (Johnston & Baumann 2015, 78), ja jonkin käytännön toteaminen perinteiseksi osoittaa sen ajallisen jatkuvuuden ja siten moraalisen ja esteettisen ylivoimaisuuden (Warde 1997, 64). Historiallisuus on sinnikkyyttä, ihmisyiden ja olemassaolon jatkuvuuden todiste.

Autenttisuuden subjektiivisten kokemusten on usein todettu olevan monivivahteisia sekä vahvasti kontekstistaan riippuvaisia (Vannini & Williams 2009, 6–7). Helsingin Sanomissa ajalliseksi autenttisuudeksi ja historiallisuudeksi kelpaavat sekä Keski-Euroopan keskiaikaiset perinteet että Ruotsin Jämtlandin 1950-luvulla rakennettu hirsihuvila (16.2.2013). Se, mikä on aineiston artikkeleissa kulloinkin tarpeeksi paikallista, vaihtelee niin ikään suuresti kulloisenkin aiheen ja kontekstin mukaan. Lähiruuksi määritellään sekä takapihan vihannekset, kattopuutarhan chilit, lähitilojen liha että jopa ylipäätään suomalainen tuotanto – samaan aikaan myös italialaiselta torilta voi saada aitoa lähiruokaa, ja hunaja-aiheisessa ruokakolumnissa tuliaisina tuotu eteläosetialainen hunaja on ”täydellistä lähiruokaa”, jonka vuoksi matkakohteeseen tulee hankittua uudelleen vielä ennen lumia (20.9.2012). Lähiruoka voi viitata artikkelien konteksteissa tuotantopaikkoihin hyvinkin laveasti, ja usein tuotantopaikan ja kulutuspaikan lyhyen välimatkan vaade (tai ruuan ekologinen tarkoituksenmukaisuus) väistyy mielikuvien luomisen tieltä valittuja diskursiivisia strategioita hyödynnettäessä.

2) Pieni on kaunista – käsityö, henkilökohtaisuus ja yksinkertaisuus

Paikallisen erityisyyden ja historiallisen jatkuvuuden lisäksi autenttisuus määrittyy teksteissä *vilpittömyyden* muotoina: käsityön, henkilökohtaisuuden ja yksinkertaisuuden teemojen kautta. Autenttisuus todistetaan tekemällä selkeä ero ylikansallisten ja teollisten tuotteiden sekä artikkeleissa kulloinkin esiin tuotujen, jollain lailla ”rakkaudella valmistettujen” ja arvostettujen ruokien välillä. Autenttisissa ruuissa ja ruuanlaiton tavoissa teollisten tuotteiden monimutkaisuus korvautuu yksinkertaisuudella ja määrällä laadulla.

Aineiston teksteissä luomuun ja lähiruokaan liittyy ruuan kerääminen ja valmistaminen itse sekä erityinen vaivannäkö. Esimerkiksi edellä mainitun Porvoon-matkailujutun Bistro Sinnessä jälkiruokien ”sadat vadelma- ja ahomansikkalitrat [ravintoloitsija Kai] Kallio on poiminut omin kätösin appensa kesäpaikan lähitöltä”, kun taas ”ketunleipiä, maitohorsmia ja kuusenkerkkiä ravintolaan on kerännyt Kallion isä”. Autenttisuus *käsityöläisyytenä* viittaa artesaaniruokiin ja konstailemattomaan ateriaan, joka muovautuu ainutlaatuisiksi tekijänsä käsissä (Johnston & Baumann 2007, 182).

Massatuotantoon ja varsinkin ”kauppoihin” suhtaudutaan autenttisuuden diskursissa hyvin usein epäluuloisesti: kaupan tuotteet turmelevat syntymättömiä vauvoja

(*Luomun ystävä arvostaa itse tehtyä*, 10.5.2012) tai niiden valikoimat koostuvat aidon englantilaissiiderin sijaan ”hiilihapolla ja vedellä jatketusta litkusta”, jota siiderinä kaupitellaan (kolumni *Kuplajuoman kuusi vuosikertaa*, 13.9.2012). Kaupunkiviljelyä harrastavista perheistä kertovassa jutussa myös lapset pohtivat kaupassa käydessään, että ”missähän tuokin on tuotettu” (4.8.2013). Käsityö merkitsee aineistossa työn ja tuotannon läpinäkyvyyttä: tuotteen identiteettiä ei ole ainoastaan painettu etikettiin, vaan se tulee ilmi valmistamisen prosessissa sekä tuottajan arvomaailmassa. Mikäli ”kaupaksi” määritelty taho haluaa hyödyntää käsin tekemisen myönteistä kehystä, tulee sen nähdä erityistä vaivaa: esimerkiksi Altian tuotteista kertovassa jutussa yrityksen toimitusjohtaja korostaa, miten uutuusluomulikööriin ”kelpaavat vain Kainuun metsämustikat ja luomuohra” (5.3.2016). Kauppa ja markkinavoimat asettuvat symbolisesti aidon välittämisen ja rehellisen moraalin vastapariksi, ja luomu- ja lähiruuan avulla asemoidutaan kaupan oletettuja kierouden ja hyväksikäytön normeja vastaan (ks. Shugart 2014).

Ruokavalintojen *henkilökohtaisuutta* korostetaan ruokajournalismissa linkittämällä ruoka tiettyihin yksilöihin ja sukuihin tai luoviin persoonallisuuksiin (Johnston & Baumann 2007, 184). Jutussa *Hiihtäen halki piirakkamaan* (16.12.2011) yksilöllisyys liittyy yhteen maalaismaisen tuttavallisuuden kanssa, kun ”kulinaarisen hiihtovaelluksen” taustajoukot tuodaan artikkelin valokeilaan. Tekstissä ”emäntä Anni Korhonen kantaa pöytään kuhan”, kun puolestaan ”nuori emäntä Henna Nevalainen paimentaa meidät saunaan” ja viimeisessä kohteessa ”emännöi Minna Murtonen, jolla on keittiössä jo hiivaleipäaikina kohonnut”. Artikkelissa *Moskova on uusi Brooklyn* (4.8.2013) lähiruokaa määrittää se, että asiakas saa netissä tilausta tehdessään tietää viljelijän nimen.

Myös ”autenttisia lomakokemuksia” tarjoavasta Gidsy-palvelusta kertovassa artikkelissa (26.10.2012) autenttisuus rakentuu henkilökohtaisen suhteen myötä. Amsterdamin kanaaliajelussa aitous vertautuu epäaitoon juuri yksilöllisyyden ja kasvotomuuden vastinparin avulla.

Ohitamme lasikattoisia turistipaatteja, joissa selostus tulee nelikielisenä nauhalta. Olen varma, että Stromin veneessä on parempi tunnelma.

Tässä istuu kaksi ihmistä, ei etäinen opas ja maksava yleisö.

Sitten Strom kurvaa laituriin. Hän haluaa tarjota luomuoluen paikallispanimon terassilla.

Autenttisuus on siis paikallisuuden, historiallisuuden ja käsityöläisyyden lisäksi inhimillisyyttä: yhteisöllisyyttä etäisyyden sijasta. Autenttinen ruoka on symbolisesti koskematonta ja ikuista – ja kuitenkin aitoa myös juuri sen vuoksi, että elävät ihmiset ja ympäristö ovat aikojen saatossa jättäneet siihen jälkensä. Journalismin yhteyksissä henkilökohtaisuus on välittömyyttä ja sympatiaa tuntemattomien kesken. Koska toimittajan ja muukalaisen vuorovaikutussuhteen voi lähtökohtaisesti tulkita etäiseksi ja muodolliseksi, tätä seikkaa pyritään teksteissä häivyttämään esimerkiksi emännän kaltaisina termein tai tuttavallisuutta muutoin vakuuttelemalla.

Yksinkertaisen ja ”selkeän ruuan” tai ”perinteisen Suomi-ruuan” filosofia yhdistää monia aineiston tekstejä. Yksinkertainen ruoka on edellä mainittujen kehysten tapaan autenttista viestittämänsä vilpittömyyden vuoksi. Yksinkertaisuuden kehyksessä ruuan tai sen puitteiden nuhjuisuus ei välttämättä ole epätoivottavaa vaan merkki autenttisuudesta (Zukin 2008, 727): esimerkiksi keskisuomalaisen luomukaupan kahvituvassa ”kupit on kerätty kirpputoreilta ja saatu lahjoituksina” (6.7.2012), ja Turun saariston illallisravintolassa ”annokset tarjoillaan keramiikkalautasilta, jotka [ravintolan isäntä] Smeds on näperrellyt pihapajassaan” (*Majatalot valvovat Nauvossa talvellakin*, 21.12.2012).

Yksinkertaisuus voi näkyä ruuassa itsessään, ruuan valmistamisen prosessissa, ruuan tekijöiden elämäntavoissa ja käytännöissä, ruuan esillepanossa sekä ruokailukokemuksen miljöössä (Johnston & Baumann 2015, 68). Usein rustiikkisuus tai valkoisten pöytäliinojen poissaolo antaa kullekin ravintolalle aidomman identiteetin. Yksinkertainen estetiikka muistuttaa ”vanhan ajan” tavernoista, joihin saavuttiin kuluttamisen tai ostamisen sijasta jutustelemaan tuntemattomien kanssa tai kuulemaan kaukomatkalaisten tuomia uutisia maailmalta (ks. myös Friedman 2012, 17). Edellä mainittuja Turun saariston itse tehtyjä keramiikkalautasia voi ihastella ravintola L’Escalessa, joka on saanut inspiraationsa lähiruokaa suosivista ”ranskalaisista nurkkapatrioottisista ravintoloista”.

Yksinkertaisuuden pinnan alla

Pelkkä yksinkertaisuus vaatii rinnalleen jotakin, jonka avulla ero hyvällä tavalla kansanomaisen sekä tavallisuudessaan tymeän ruuan välillä tehdään. Jessica Paddockin mukaan muutamien strategioiden avulla yksinkertaiset ruuat siirtyvät tavanomaisuuden alueelta distinktion piiriin. Maalaismaiseksi ja mutkattomaksi ristitty ruoka on samalla sekä ”perinteistä kotiruokaa” että osa eksklusiivista ruokakulttuuria. (2014, 37.) Konstailemattomuuden ja erikoisuuden yhdistely näkyy Helsingin Sanomien aineistossa selvästi. Pelkkä ”tavallinen ruoka” nostetaan jutuissa usein suureen arvoon, vaikka lopulta se harvoin kelpaa sellaisenaan ravintoloitsijoille tai edes kotikokeille. Jutussa *Ruokabloggari rakastaa kermaa* (22.7.2012) bloggari Jaakko Kujanpää kertoo oman lapsiperheensä ruokarutiineista. Kaikkiruokaisen maun (ks. yllä) yhtäaikainen autenttisuus ja trendikkyys, yksinkertaisuus ja erikoisuus sekä demokraattisuus ja distinktiot liittyvät bloggarin kommentteissa saumattomasti yhteen. Autenttisuus tuodaan näkyvästi esille aitojen makujen, luonnollisuuden ja nostalgian kautta: ”Kujanpään perheessä suositaan luomua ja perinteistä kotiruokaa”, ja ”kevyttuotteita ei heidän jääkaapistaan löydy, vaan leipä voidellaan voilla ja jäätelö tehdään kermasta”.

Jutussa yksinkertainen ja rehellinen suomalainen ruoka (”näin kesäaikaan pöytää koristaa usein kala, salaatti ja uudet perunat”) tarvitsee vastinparikseen erikoisen ja trendikkään ruuan: luomun, toffeejäätelön, gin tonic -sorbetin, lammastikkarit ja myslieksit. Lisäksi artikkelin asiantuntijakommenttien kautta ero legitiimin yksinkertaisuuden ja *vain tavallisen* ruuan välillä ei jää epäselväksi:

*Kotitalousopettajien liiton puheenjohtaja Anneli Rantamäki kertoo, että makaronilaa-
tikko ja lihapullat perunamuusilla pitävät edelleen pintansa suomalaisissa perheissä.*

*”Olen huomannut kaksi kulttuuria. Toiset harrastavat luomu- ja lähiruokaa ja toisille on
yhdentekevää mitä lautasella on, kunhan se on ruokaa”.*

Yksinkertainen muuttuu legitiimiksi joko edellä kuvattujen trendiruokien parina tai yhdistettynä korkealuokkaisuuden vakuutteluihin. Italian-matkailuljutussa yksinkertaisuus kietoutuu laatuun: ”ulkoapäin ei arvaisi, että vaatimattomassa rantaparakissa sijaitsee yksi seudun parhaista kalaravintoloista”. Johnstonin ja Baumannin mukaan yksinkertaisuus tuodaan usein esille silloinkin, kun itse ruoka vaikuttaa hyvinkin monimutkaiselta tavallisen kuluttajan tai lukijan näkökulmasta (2015, 68). Lyonin-matkailuljutun perinteisen paikallisen ravintolan keittiössä ”voita ei ole säästely”, ja ruoka ”maistuu konstailemattomalta, niin kuin bouchonissa kuuluukin”. Toimittajan näkemys bouchonin ruuan – ”Quenelle eli kämmenen kokoinen haukipyörykkä béchamel-kastikkeessaan höyryää vuoassa” ja ”menun kruunaa nougatjäädyke vadelma-kastikkeella” – konstailemattomuudesta osoittaa, miten yksinkertaisuus on ruuasta puhuttaessa hyvinkin liukuva käsite.

Sosiologisessa kirjallisuudessa käsitykset autenttisuuden luomisen, ”autenttisuustyön”, tärkeydestä ja funktiosta vaihtelevat. Richard Petersonin (2005, 1083) mukaan autenttisuuden määrittelykysymykset ja tarkoituksellinen autenttisuustyö tulevat kulttuurin diskursseissa ajankohtaisiksi vasta silloin, kun kohteen autenttisuus on asetettu kyseenalaiseksi. Jaber Gumbiumin ja James Holsteinin (2009, 123) mukaan autenttisuustyö taas on ennen kaikkea tarkoituksellista ja käsityönomaista: se nojaa viestintätyökalujen taidokkaaseen hyödyntämiseen, ja esitettyjen kyseenalaistusten torjumisen sijaan se on alituista autenttisuuden kehyksen luomista ja ylläpitämistä erilaisin diskursiivisin keinoin.

Helsingin Sanomien aineistossa autenttisuuden aladiskursseja käytetään teksteissä aktiivisesti hyväksi ruokia, ravintoloita, ihmisiä ja kokemuksia arvioitaessa. Ruuan tai kokemuksen toteaminen vain ”autenttiseksi” ei useinkaan riitä, vaan aitous luodaan edellä mainittujen paikallisuuden, historiallisuuden, käsityön, henkilökohtaisuuden ja yksinkertaisuuden merkityksiä hyödyntämällä. Autenttisuus syntyy aineistossa elävien narratiivien ja tarkkojen yksityiskohtien kuvauksen kautta, tunteita esiin tuoden sekä toimittajan todistajalausnon aitouteen luottaen.

Nostalgian diskurssi

Helsingin Sanomien puhetavoissa autenttisuuden ja nostalgian vivahteet limittyvät helposti keskenään, ja molempia hyödynnetään luomu- ja lähiruokaa käsittelevissä teksteissä. Merkittävin autenttisuuden ja nostalgian välinen ero liittyy kulloisenkin kohteen olemassaoloon – autenttisuuden puhetavoissa ensisijaista on perinteiden jatkuminen sekä luonnollisuuden säilyminen, nostalgian kehyksissä keskitytään kadon-

neen luonnon ja menetettyjen vanhojen hyvien aikojen teemoihin. Helsingin Sanomien ruoka-artikkeleissa maaseutunostalgia liittyy 1) menneisyyden henkiin herättämiseen sekä 2) talonpoikaisidyllin ihanoiksiin ja ikiaikaisiin maaseudun harrastuksiin.

Kirjallisuuden tutkimuksen käsitteenä nostalgia on kaipuuta, joka suuntautuu joko menetettyyn ihmiseen tai kadotettuun paikkaan (Santesso 2006, 39–40). Ruokajournalismin diskursseissa *pastoraali*, nostalginen ja idealisoitu kaipuu jo kadonneen paikan viattomuuteen ja onneen, kehystää luonnollisen ruuan tekstejä (ks. emt.). Kutsun tässä artikkelissa osittain kirjallisuuden tutkimuksen pastoraaliin rinnastuvia puhetapoja maaseutunostalgiksi tai talonpoikaisnostalgiksi.

Laura Kolben mukaan suomalaisia yhdistää edelleen emotionaalinen suhtautuminen maahan, maisemaan sekä maaseutuun. Modernin ja urbaanin elämän rinnalla maaseutu tai mökkimaisema on turvallisuuden, pysyvyyden, rauhoittumisen ja yhdessäolon paikka. (ks. 2007, 110.) Maaseutunostalgia on yleinen länsimainen reaktio modernin maailman hektisyyteen, ja talonpoikaiselämä tai paluu luontoon kytee syvällä monen kansakunnan kulttuurisessa mielikuvituksessa. Banet-Weiserin (2012) mukaan nostalgiaa tulee usein normatiivinen strategia silloin, kun muutoksen aiheuttama levottomuus halutaan naamioida joksikin muuksi. Nostalgia on kaipuuta aikaan, jolloin muuttuvaa maailmaa oli helpompi tulkita – aikaan, joka tuskin koskaan on ollut olemassakaan. (128.)

O’Grady (2003) mukaan luonnonmukaisuuden ja kestäväen elämäntavan unelman voi ajatella ”tulevaisuuden nostalgisoinniksi”. Sen keskeinen kaipuu kohdistuu juuri siihen, mitä nostalgikko halajaa – vakaa ja pysyvä maailma, joka on vapaa menetyksistä ja ajan kulusta. (O’Grady 2003, 264.) Nostalgian puhetapoja käytetään artikkeleissa hyväksi vapaa-aikaan liittyvissä tarinoissa, joissa idealisoitu ja kuviteltu ”vanha hyvä aika” joutilaisuusineen ja hemmotteluineen tekee esimerkiksi matkailukohteesta uutisen arvoisen.

1) Henkiin herätetyt perinteet

Kun autenttisuuden diskurssissa perinteiden jatkuvuus määrittää nykyisen tuotteen tai kokemuksen legitimitietin, nostalgiaassa historian jatkumo on jossain vaiheessa päässyt katkeamaan. Runouden klassisten elegian tai pastoraalin – joissa kuolleen rakastajan tai lapsuuden maisemien ei ole tarkoitukseen milloinkaan palata (ks. Santesso 2006, 27, 39) – sijaan maaseutunostalgian kehyksissä kadotetun henkiin herättäminen tekee jutun aiheesta uutisoinnin arvoisen. Artikkelissa *Saaristokauppa on kylän Facebook* (26.6.2012) pääasiallisena puhetapana hyödynnetään edellä mainittua teemaa:

Suvisaariston mutkaisen tien varrella ollut Sjöbergin kauppa on herännyt henkiin.

”Meidän on pidettävä huoli, että tämä pysyy hengissä ja kauppiaan on pidettävä huoli, että sortimentti on kunnossa.”

Jutussa kyläkauppa määritellään kylän keskukseksi (”Tämä on meidän kylän Facebook”), tunnelmalliseksi sopukaksi isoissa marketeissa asioimisen ”tekniseen suorituk-

seen” verrattuna. Nostalgian lajityypille tavanomaisen makean melankolian sijaan Facebookia edeltänyt kyläkauppa kaivetaan haudastaan sosiaalisen kanssakäymisen keskipisteeksi. Myös jämtlandilaisessa ravintolassa (16.2.2013) hirvistä valmistettujen makkaroiden kyytipoikana tarjoillaan itse tislattua viinaa, sillä myös ”entisaikaan monet ravintolat tuottivat omat viinansa”. Vanhat, kerran kadonneet tavat otetaan uuden yhteisöllisyyden ja käsityön vanavedessä innolla käyttöön. Passiivisen kaipuun sijaan Helsingin Sanomien nostalgiadiskurssiin liittyy näin aika ajoin aktiivisten ja innovatiivisten käytäntöjen myönteisiä kuvauksia.

2) Pää pähkinälehdossa – nostalgian romanttisuus ja ylellisyys

Kulttuurintutkija Michael Mikulakin mukaan länsimaisella kulttuurilla on pitkä ”maalle pakenemisen” historia. Maaseudun ja talonpoikaiselämän ihannoinnissa on pidetty arvossa viljeltyä, maalaismaista ja rauhanomaista ”puolivälin maisemaa” – paikkaa villin erämaan ja kaupungin sivilisaation välimaastossa. (2013, 98.) Helsingin Sanomien matkailujutun *Majatalot valvovat Nauvossa talvellakin* (21.12.2012) päällimmäisin teema on nostalginen kuvaus saaristosta karun mutta romanttisen elämän paikkana, luonnon ja kaupungin väliin jäävänä alueena. Artikkelin on pullollaan runollisia kuvauksia saariston talvisista maisemista: Saaristossa ”meri velloo leutona, ja kesä elää suolamarjoissa”, ”vesi väreilee kuin rypistynyt kiiltopaperi” ja lumisessa satamassa ”eläviä sieluja ei näy missään”.

Saaren reheviä laitumia pitää kasvukaudella auki lauma takkuisia Ylämaan lehmiä. Muutoin luonto on lunastamassa saaren takaisin.

Saaristolaisidyylissä karu ja villi luonto on mahdollista kokea ylellisesti ja mukavasti, kuunnellen sileiden lakanoiden välistä, ”kuinka saari kitisee ja kolisee kääntäessään kylkeä routapeiton alla”. Sharon Zukinin mukaan autenttisuuden – ja tässä yhteydessä nostalgian – viehätys perustuu lupaukseen ”vaarattomasta vaarasta”, turvallisesta paikasta jännityksen ja ylellisyyden välissä (2010, 4).

Maaseudun ilot toimivat usein urbaanin arjen tasapainottajina. Oopperalaulaja Jyrki Anttilan vapaa-ajasta kertovassa artikkelissa *Pitkäkorvaa pataan* (29.11.2012) metsästys talonpoikaisena herrasmiesten askareena toimii keinona pitää kiireen keskellä yllä yhteyttä luontoon ja päästä tekemään jotakin omin käsin. Talonpoikaiselämä tuntuu kulttuurissamme houkuttelevalta erityisesti silloin, kun maaseutu nähdään nimenomaan herrasmiesten temmelyskenttänä ja varsinainen maataloustyö pyyhkiytyy yhtälöstä pois (Mikulak 2013, 105). Luonnollisen ruuan harrastaminen liittyy muutenkin esiteollisen ruuan kaipuuseen ja puhtaan maaseudun utopiaan, jossa ruuan hankinnan aktiviteetit kehystetään työhönsä kodinhoidon sijaan miellyttäväksi ja moraalisesti hyväksi valinnoiksi (Phillipov 2016, 112). Edellä mainitussa artikkelissa metsästys kuuluu oopperalaulajan arkeen yhtäältä ”yhtä luonnollisena osana elämää[ni] kuin kalastus”, toisaalta harrastus perustuu nimenomaan vapaaehtoisuuteen ja satunnaisuuteen:

Nykyään metsästys on suurta juhlaa, koska pääsen harrastamaan sitä harvemmin työkiireitteni ja pienten lasteni tähden.

Harrastamisen lisäksi maalaisidylli yhdistyy matkailuun ja ylelliseen hemmotteluun. Viron-matkailujutussa *Hyvää lahden takana* (7.6.2012) keskiluokkainen suomalainenkin pääsee maistamaan maaseutuidyllin romantiikkaa ja ylellisyyksiä yläluokkaisessa hengessä:

Suurin osa matkoistani suuntautuu kuitenkin maaseudulle, Muhun saarelle ratsastamaan. Siellä asutaan majataloissa, jonka emännät laittavat kotiruokaa. Kun on ollut koko päivän ulkona maastossa, meritulessa ja pähkinälehdossa, ruoka maistuu.

Talonpoikaiselämän nostalgian viehätysvoima tuntuukin teksteissä olevan nimenomaan ”vanhan hyvän ajan” yhteiskunnallisissa hierarkioissa, joiden kautta hyväosaiset turistit voivat leikinomaisesti hivuttautua lähemmäksi joutilasta aateliluokkaa ja irtaantua arkisista vaatimuksista. Historioitsija Massimo Montanari (2006) toteaa, miten historiassa sivistynyt ihminen asetti itsensä luonnon ulkopuolelle, mutta luonnosta tuli samalla valveutuneiden ajattelijoiden hoivaama kuva, älyllinen kiinnostuksen ja teoretisoinnin kohde. Menneiden aikojen lisäksi tämä ajattelun tapa on voimissaan yhä edelleen. (Montanari 2006, 21.) Nostalgiasa luonto on neitseellistä, ja ihminen siitä erillään – ihminen ihannoii luontoa ja kuljeskelee sen ympäristöissä, olematta itse osa sitä.

Artikkelissa *Hippinä ja herrana Suomen suvessa* (6.7.2012) maaseutumatkailun ylellisyys ja ”vaaraton vaara” saavat kevyempiä sävyjä, kun ne yhdistetään laadukkaan luomuruuan ylellisyyteen ja aatelistelämän perinteisiin. Mustion linnassa ”jos jossain voi syödä herroiksi” luomuhärän, rapsakaksi paistetun kuhan ja oman puutarhan raparperien ansiosta. Erään kivikartanon alkuyössä ”joku liikkuu käytävällä”, ja aamulla ruokasaliin on ilmestynyt kaksi ylellisesti katettua paikkaa:

Keitetyt munat, erilaiset leikkeleet, kalalajit ja voisarvet tuovat mieleen entisajan loiston.

Kummitus osaa ainakin kokata.

Mikulakin (2013) mukaan harmonisen talonpoikaisidyllin romantisointiin liittyy usein myös yhteiskunnallisen tasa-arvon kannalta kyseenalaisia piirteitä. Maaseutunostalgian kuviteltujen maisemien ja kapitalistisen maatalouden todellisten olosuhteiden välinen ilmeinen ristiriita korvataan tarkoin valituilla mielikuville vapaasta talonpoikaiselämästä ja puhtaasta luonnosta. (Mikulak 2013, 100; 115.) Nostalgisissa diskursseissa epätasa-arvon ja yhteiskuntaluokan ongelmat on tapana sivuuttaa korostamalla juuri aitoutta ja luonnollisuutta – arvoja ja ominaisuuksia, jotka ovat näppärästi ikään kuin historian ulkopuolella. Luokkaetuoikeudet, maaperän hyödyntämisen mahdollisuudet sekä omistajuuden ja palkkatyön epätasapaino piiloutuvat puhtaaksi ja neitseelliseksi määritellyn luonnon taakse. (emt., 99.)

Yksi tutkijoiden (esim. Lynch & Giles 2013; Zimmerman 2015) kritiikin kohde on amerikkalainen ruokakirjailija ja mielipidevaikuttaja Michael Pollan, jonka vaatimukset siirtymisestä puhtaaseen ruokaan perustuvat kapeaan näkemykseen ruuantuotannon ja -kulutuksen todellisuuksista. Helsingin Sanomien artikkelissa *Se maukkain ateria* (23.2.2012) toimittaja päätyy Pollanin kanssa samoille linjoille mahdollisimman puhtaan ja omin käsin kasvatetun ruuan moraalisesta paremmuudesta ja ylivertaisesta mausta:

Pollan valmistaa aterian suoraan luonnosta: kasvattamalla, metsästämällä, kalastamalla, keräämällä. Hän kuivattaa suolaa merestä ja tekee jopa hiivaa!

Avaan pakastimeni: itse poimittuja mansikoita ja mustikoita, vihanneksia omalta maalta, kymenlaaksolaista hirveä ja Suomenlahden villikalaa. Jälleen kerran olen tyytyväinen siitä, että monet modernista maailmasta kadonneet asiat ovat meillä yhä mahdollisia, totta ja arkipäivää.

Sekä Pollanin puhutteleva ”me amerikkalaiset” että artikkelin ”me” sulkevat ulkopuolelleen suuren osan kuluttajista. Artikkelissa omavaraisuus liitetään osaksi luonnonmukaisuutta ja maanläheistä menneisyyttä vastakohtana ”modernille maailmalle”. Ruuan valinnoissa – ja välttämättömyyksissä – mahdollisuus, totuus ja arkipäiväisyys määrittyvät usein kuitenkin ensisijaisesti pääoman ja taloudellisten resurssien kautta. Luonnollinen ja autenttinen limittyvät usein vanhoihin erottautumisen tapoihin ja historiallisesti maskuliinisiin, valkoisiin ja keskiluokkaisiin makukäsityksiin (Zimmerman 2015, 46). Samaten ruokajournalismi voi samaan aikaan sekä kritisoida vallalla olevia ruokatuotannon tapoja että toimia syrjivien uusliberaalien ajatusmallien mukaisesti (Phillipov 2016, 112).

Rahan näkymättömyys

Arkinen ruuan valinta sekä heijastaa että luo uudelleen yhteiskunnan kulttuurisia valtarakenteita. Johnstonin ja Baumannin mukaan luonnollisen ja eettisen syömismerkityskenttää määrittää jännite kuluttajuuden, yksilöllisen valinnan ja mielihyvän sekä kansalaisuuden ja ekologisen vastuun ideologioiden välillä, ja jännitteen esiin tuomisen sijaan ruuan journalistisissa diskursseissa ristiriitaa pyritään vähentelemään hyödyntämällä *win-win* -näkökulmaa (2015, 113), jossa kakku on mahdollista sekä säästää että syödä – luonnonmukainen kuluttaja voi sekä pelastaa puhtaan luonnon että nautiskella herkullisen ruuan tuomasta täytyttyyksestä. Jännite minimoidaan usein myös Helsingin Sanomien aineistossa, jossa luomu- ja/tai lähiruuan tärkein kriteeri on maukkaus, ei välttämättä eettisyys tai ekologisuus (esim. HS 15.8.2016 ja 23.2.2012).

Laadun, käsityön, aitouden ja talonpoikaisnostalgian idyllien vastavoima – autenttisen ruuan eksklusiivisuuden tai todellisten ruokavalintojen epätasa-arvoisuuden esille tuominen – pitkälti puuttuu myönteisen kategorian teksteistä. Autenttisuus-

desta puhuttaessa puhutaan perinteistä, konstailemattomuudesta, laadusta, mausta, historiasta ja käsityöstä – ei koskaan rahasta.

Esimerkiksi eräässä talousartikkelissa (12.5.2016) kymmenien McDonald's -pikaruokaketjun ravintoloiden omistajasta Hannu Siitarisesta kerrotaan, kuinka hänen ravintolansa takovat miljoonia ja kuinka ”Siitarinen näyttää silmiinpistävänsä siistissä puvussaan ja tyylikkäästi harmaantuneissa hiuksissaan liikemieheltä, mitä hän todella onkin”. Vertailukohtana pikaruokahampurilaisille ja bisnekselle artikkelissa mainitaan gourmet-hampurilaiset sekä niihin liittyvä pihvien paistopinta, ”pöhinä”, pientuottajat, ”charolais-rotukarjan liha” sekä julkkiskokit, joista esimerkiksi Henri Alénin kerrotaan komeilevan ”uusimman Image-lehden kannessa sinappihodarin välissä nakina”. Gourmet-hampurilaisista puhuttaessa raha muuttuu epäolennaiseksi seikaksi, ja rahan näkymättömyys alleviivaa kehyksessä luotua esteettisyyden ja kulinaarisen intohimon legitimiteettiä. Autenttisuus todistetaan yksinkertaisuuden, rentouden ja taiteellisen luovuuden välisessä dialogissa, ja se tulee esiin nimenomaan länsimaisissa kulinaarisen eliitin yhteyksissä (Paddock 2014, 22; Johnston & Baumann 2007, 187).

Nostalgian diskurssissa rahasta, distinktioista tai statuksesta puhutaan vieläkin vähemmän, eikä tasa-arvoisuus tai saavutettavuus yllä teksteissä edes rivien väliin. Kenties artikkeleiden tyylin elämyksellisyys tai idyllinen satumaisuus liittyy jutun aiheen viktoriaanisen nostalgian (ks. Joyce 2007) kaanoniin, jossa ”kansa” tai ”raha” vain pilaisivat illuusion romanttisesta kohteesta ja sotkisivat luodun narratiivin yhtenäisyyden. Nostalgiaiskurssin analyysissa esiin tuomani esimerkit metsästyksestä, ratsastuksesta, pähkinälehdosta tai gourmet-kummituksista liittyvät nostalgian leikkisiin kartanoseikkailuihin ja ilahduttaviin metsäretkiin, jotka toimivat ikään kuin eri tekstuaalisella tasolla kuin elämän realiteetit.

Menneisyyden ihannointi ruokajournalismin näkökulmien rajaajana

Luomu- ja lähiruuan journalistisia diskursseja on mahdollista eritellä monin eri tavoin: analyttisissä näkökulmissa voi korostaa esimerkiksi terveellisyyttä, moraalista, huolenpitoa tai yksilöllisyyttä. Tässä artikkelissa olen kiinnittänyt huomioni niihin tapoihin, joiden avulla luonnonmukainen ruoka legitimoidaan – oikeutetaan ja määritellään hyväksi – Helsingin Sanomien artikkeleissa. Olen pureutunut luomu- ja lähiruuan teksteihin, joissa luonnonmukaista ruokaa legitimoidaan erityisesti autenttisuuden ja nostalgian diskursseja hyväksi käyttäen. Sekä luonnonmukaisesti tuotetun ruuan valvottu sertifikaatti että luomu- ja lähiruokaan kytkeytyvät laajemmat, puhtauteen ja luonnollisuuteen viittaavat näkökulmat liittyvät aitouden, epäteollisen, perinteiden ja maaseudun merkitysulottuvuuksiin.

Autenttisuuteen viittaavien puhetapojen (perinteiden, historian, käsityön, henkilökohtaisuuden ja yksinkertaisuuden) avulla tekstit perustelevat lukijalleen kerta kerralta uudelleen, miksi kulloinkin artikkelin valokeilaan otettu ruoka, henkilö tai perinne määrittäytyi autenttiseksi ja ansaitsee siten sekä lukijoiden että kulttuurin por-

tinvartioiden arvostuksen ja huomion. Autenttisuuden puhetapojen hyödyntämisen tarkoituksena on osoittaa, ettei kuvattu ruoka ole *mitä tahansa*, vaan juuri *jotakin tiettyä*.

Monet autenttisuuteen liitetyt merkitykset – paikallisuus, historiallisuus ja alkuperäisyys – kytkeytyvät mediateksteissä ja globaalissa kulttuurissa erityisesti matkailuun ja turismiin. Autenttisuuden kokemuksen tärkeyttä turismissa ja matkailuliiketoiminnassa on tutkittu runsaasti (esim. Reisinger & Steiner 2006; Knudsen & Waade 2010). Helsingin Sanomien aineistossakin autenttisuuden ja myös nostalgian diskurssit painottuvat jossain määrin matkailuartikkeleihin.⁹ Matkakohteiden autenttisuutta todistelevissa teksteissä legitimoidut luomu- ja lähiruoka toimivat sekä matkailuartikkelien pääasiallisina aiheina että kohteesta kerrottavan tarinan ja ”aitouden” kuvituselementteinä. Autenttisuus on *paikan tuntua*: Esimerkiksi autenttisiksi määritellyistä ravintoloista kertovien tekstien rivien välistä voi aistia sanoman siitä, kuinka ”tällaisia ei löydy enää mistään”. Näin autenttisuus on kaikessa yksinkertaisuudessaan ja inhimillisyydessään myös harvinaisuutta, ja siten kulttuurisesti vahva legitimitietin osoittaja.

Nostalgian diskurssissa vanha on aina parempi kuin uusi, uurastus poissaolevaa ja oletetun menneisyyden kehystykset idyllisyydessään valikoivia. Luonnonmukaisen ruuan liike ja siinä hyödynnetyt diskurssit ovat vuosien varrella joutuneet regressiivisen nostalgiansa vuoksi arvostelun kohteiksi, usein aiheesta (esim. Ladino 2014, 5). Menneisyyteen pälyileminen muuttaa näyn väistämättä vääristymäksi, osin ymmärrettäväksikin yksinkertaistukseksi monimutkaisesta historiasta (Joyce 2007, 4).

Miksi puhua ruokakulttuurin nyansseista vakavampien ongelmien, kuten epävaakaan globaalien politiikan ja taloudellisten kriisien aikakaudella? Monestakin syystä. Johnstonin ja Baumannin mukaan ruokapuhe ei ole tutkimusnäkökulmana ainoastaan tärkeä, vaan myös välttämätön. Globaalien finanssikriisin mainingeissa ruokakeskustelu ja laaja kiinnostus ruuan ilmiöitä kohtaan eivät ole kadonneet minnekään – päinvastoin, monet kuluttajat näkevät ruuan verrattain edullisena luksushyödykkeenä, josta nauttiminen on mahdollista, vaikka esimerkiksi hintavat autot tai kiinteistöt olisivat liukuneet maksukyvyyn ulkopuolelle. (2015, vii.) Kulinariemin diskurssit ja ruokatrendit kulttuurisina ilmiöinä ovat keskeisempiä kuin koskaan ennen, ja ne myös koskettavat entisajan *gourmandeihin* (ks. esim. Chiaro & Rossato 2015, 240) verrattuna hyvin suurta osaa kuluttajista.

Helsingin Sanomissa luonnonmukainen ruoka ja siihen kytkeytyvä elämäntyyli legitimoidaan merkittävässä määrin sellaisten diskurssien avulla, jotka perustuvat – vaikkapa monimuotoisuuden sijasta – perinteisiin, historian ihannointiin ja aitouteen viittaaviin ominaisuuksiin. Valitut diskursiiviset strategiat kaventavat niitä tapoja, joilla ruuasta ja legitiimistä mausta on julkisessa keskustelussa sopivaa puhua. Esteettisinä määreinä autenttisuus ja nostalgia ohjaavat tulkintoja kulttuurintuotteiden kiinnostavuudesta ja suuntaavat kulttuurista (ja moraalista) valtaa esimerkillisinä pidettyjen ominaisuuksien perusteella. Autenttisuuden ja nostalgian diskursseja analysoimalla on mahdollista tuoda näkyviksi niitä kriteereitä, joita hyödyntämällä ruokia, ihmisiä ja kokemuksia arvotetaan.

Autenttisuuden ja nostalgian puhetapoja hyödyntävä ruokajournalismi toimii näkökulmiltaan luomu- ja lähiruokaan viittaavien elämäntyylien esittelyn ja ihailun epäpoliittisella tasolla, jossa urbaani hyväosaisuus näyttäytyy normina ja yhteiskunnallisen eriarvoisuuden käsittely jää diskurssin ulkopuolelle. Tämän artikkelin aineiston lisäksi Helsingin Sanomien 414 tekstin kokonaisaineistoon kuuluu kuitenkin juttuja, jotka osoittavat, miten suomalaisen journalismin diskursiivisiin ulottuvuuksiin mahtuu hyvin monenlaisia näkökulmia – myös yksittäisen lehden sisällä. Vuosien 2011–2013 ja 2016–2017 (erityisesti näkökulmiltaan ironisissa tai kriittisissä) teksteissä viitataan hämmästyttävän usein sosiaalisen epätasa-arvon kysymyksiin: luokkiin, köyhyyteen ja leipäjonoihin, sekä vastaavasti kritisoidaan ”ruokaelitismiä” ja määritetään luomu- ja lähiruuan kuluttaminen osaksi symbolisen pääoman ja statuksen korostamisen perinnettä. Aineistossa siis sekä noudatetaan hegemonisia legitimiin ruuan diskursseja että kommentoidaan näiden puhetapojen mahdollisia epätasa-arvoisuuksia sisältäpäin. Ainoastaan luomu- ja lähiruokaa legitimoiviin lehtiteksteihin keskittyminen valaisee Helsingin Sanomien hyödyntämiä diskursiivisista strategioista vain yhdestä näkökulmasta.

Helsingin Sanomien luomu- ja lähiruoka-artikkelien sisällöt vaikuttavat eroavan siten tässä suhteessa *kokonaisuutena* merkittävästi esimerkiksi amerikkalaisten ruokadiskurssien (ks. Johnston & Baumann 2015) näkökulmista. Syy, miksi näin on tai miten epätasa-arvon näkökulmat käytännössä tulevat artikuloituiksi, vaatii jatkotutkimusta luomu- ja lähiruokatekstiin ristiriitaisista näkökulmista. Autenttisuuden ja nostalgian operoidessa pääosin yhteiskunnallisten kysymysten ulkopuolisessa diskursiivisessa todellisuudessa luonnonmukaisen ruuan moraalien, politiikkojen, valta-asetelmien ja ideologisten taustarakennelmien saama kriittinen huomio kertoo ruuan diskurssien monipuolisuudesta ja ristiriitaisuudesta – siitäkin huolimatta, että autenttisuuden, elämäntyylin ja distinktion puhetavat ovat kritiikkejään normatiivisempia ja istuvat huomiota herättämättä paikallaan ruokajournalismin elämäntyylien ja vapaan valinnan ideologiassa.

Viitteet

- 1 *Luomu* viittaa ruuantuotannon, viljelyn ja tuotantoeläinten hoidon luonnonmukaisuuteen. Luomusertifikaatti perustuu tavallista perusteellisempaan viranomaistarkkailuun ja tuotantomenetelmien valvontaan (Elintarvikevirasto Evira, 2018. Viitattu 1.12.2018. <http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/>). Maa- ja metsätalousministeriön mukaan *lähiruudalla* tarkoitetaan erityisesti paikallisuokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, joka on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella (Maa- ja metsätalousministeriö. Viitattu 1.12.2018. <https://mmm.fi/lahiruoka>).
- 2 Aineiston lifestyle-artikkeleissa ero a) luomusertifikaatin ja b) luonnonmukaisuuden välillä hämärtyy usein, ja luomua tai lähiruokaa käytetään adjektiivina, kohteen kuvailun apuvälineenä: ”Mikä on pelkkää luomua, sisältää ohraa, kauraa ja voita? Kulinaristinen hiihtovaellus Pohjois-Karjalassa tietenkäin” (16.12.2011); ”Ylitsepuksuvan omenasadon kanssa tuskailijoita kannustan oitis lähiluumufennovegaanisen nautintoaineen tekoon” (13.9.2012).
- 3 Aineisto koostuu kahdesta yhtenäisestä lehtiartikkelien julkaisuvuosien jaksosta (2011–2013 sekä 2016–2017) kahden erillisen aineistonkeruuprosessin vuoksi: aineiston ensimmäinen osa on kerätty vuosina 2013–2015 opinnäytteen analyysia varten, ja jälkimmäinen osa lisänä edelliseen, vuonna 2017.

- 4 Aineistohaun hakusanoiksi valittiin sekä ”luomu” että ”lähiruoka” niiden yhteisen, ruokakulttuurin trendeihin liittyvän diskursiivisen ulottuvuuden vuoksi. Luomun ja lähiruuan analysoiminen yhdessä mahdollistaa ympäristöystävällisen ja luonnollisen syömisen ilmiön diskurssien monipuolisen tarkastelun.
- 5 *Levikkitalasto 2016*. Media Audit Finland, 2017. Viitattu 24.10.2017.
<http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2017/06/Levikkitalasto-2016.pdf>
- 6 *Helsingin Sanomien periaatelinja*. Helsingin Sanomat, 2013. Viitattu 25.10.2017.
<https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002604272.html>
- 7 Olen jaotellut kokonaisaineistossa käytetyt kehystämisen tavat kategorioihin neutraali (54% aineiston teksteistä), myönteinen (21%), kehottava (9,5%), kriittinen (6%), ironinen (5%) ja ambivalentti (2,5%). Kriittinen ja ironinen kategoria muodostavat mainitsemäni 11% osuuden, jossa luomu- ja/tai lähiruoka määrittävät huonoiksi tai ivan kohteiksi. Luokitukset perustuvat aineiston sisällön erittelyyn, ja lehtitekstit luokituvat eri kategorioihin sen perusteella, minkälaista julkisuutta ne pääasiassa luomu- ja lähiruualle tekstissä tuottavat.
- 8 ransk. *terroir*: perinteen ja paikallisen mikroilmaston yhdistävä käsite (Mayhew 2015).
- 9 Kaikista luomu- ja lähiruokaa legitimoivista myönteisistä lehtiteksteistä 33 prosenttia keskittyi kotimaan- tai ulkomaanmatkailuun. Otettaessa huomioon ainoastaan autenttisuuden ja nostalgian diskurssia hyödyntävät lehtitekstit, matkailujuttujen osuus nousee aineistossa 42 prosenttiin.

Kirjallisuus

- Aarva, Pauliina; Pakarinen, Marja & Vartiainen, Marika (2006). Ei rasvaa vaan rakkautta. Hyvän ruoan tunnusmerkit kahdessa lehtikirjoituksessa. *Kulttuurintutkimus* 23:2, 29–38.
- Atkinson, Will & Deeming, Christopher (2015). Class and cuisine in contemporary Britain: The social space, the space of food and their homology. *The Sociological Review* 63, 876–896.
<https://doi.org/10.1111/1467-954X.12335>
- Banet-Weiser, Sarah (2012). *Authentic™. The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*. New York: New York University Press.
- Bennett, Tony; Savage, Mike; Bortolaia Silva, Elizabeth; Warde, Alan; Gayo-Cal, Modesto & Wright, David (2009). *Culture, Class, Distinction*. Abingdon: Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203930571>
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Brown, Doug (2004). Haute Cuisine. *American Journalism Review* 26:1, 50–55.
- Cairns, Kate; Johnston, Josée & MacKendrick, Norah (2013). Feeding the ‘organic child’: Mothering through ethical consumption. *Journal of Consumer Culture* 13:2, 97–118.
<https://doi.org/10.1177/1469540513480162>
- Carfagna, Lindsey B.; Dubois, Emilie A.; Fitzmaurice, Connor; Ouimette, Monique Y.; Schor, Juliet B.; Willis, Margaret & Laidley, Thomas (2014). An emerging eco-habitus: The reconfiguration of high cultural capital practices among ethical consumers. *Journal of Consumer Culture* 14:2, 158–178. <https://doi.org/10.1177/1469540514526227>
- Chiaro, Delia & Rossato, Linda (2015). Introduction: Food and translation, translation and food. *The Translator* 21:3, 237–243. <https://doi.org/10.1080/13556509.2015.1110934>
- Fairclough, Norman (1999 [1995]). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Harlow: Pearson education.
- Fornäs, Johan (1998). *Kulttuuriteoria – Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Tampere: Vastapaino.
- Friedman, Avi (2012). *Nature of Place. A Search for Authenticity*. New York: Princeton Architectural Press.
- Fürsich, Elfriede (2013). Lifestyle journalism as popular journalism: Strategies for evaluating its public role. Teoksessa Hanusch, Folker (toim.) *Lifestyle Journalism*. Abingdon: Routledge, 11–24.
- Gumbium, Jaber F. & Holstein, James A. (2009). The everyday work and auspices of authenticity. Teoksessa Vannini, Phillip & Williams, Patrick J. (toim.). *Authenticity in Culture, Self, and Society*. Dorchester: Ashgate, 121–138.
- Gusfield, Joseph (1992). Nature’s body and the metaphors of food. Teoksessa Lamont, Michele & Fournier, Marcel (toim.). *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: The University of Chicago Press, 75–103.

- Hanusch, Folker (2013). Broadening the Focus: The case for lifestyle journalism as a field of scholarly inquiry. Teoksessa Hanusch, Folker (toim.) *Lifestyle Journalism*. Abingdon: Routledge, 1–10.
- Huovila, Janne (2016). *Tapauskohtaisuuden taju. Julkisen ravitsemusymmärryksen yksilöllistyminen ja ravitsemusasiantuntijuus 2000-luvun mediateksteissä*. Helsinki: Unigrafia.
- Jallinoja, Piia & Suihko, Johanna (2007). Munkkiperinteestä pizzaelämykseen. Terveys ja ruoka sotilaskotilehdessä 1967–2007. *Tiedostustutkimus* 30:4, 33–44. <https://doi.org/10.23983/mv.62647>
- Jauho, Mikko (2013). Tiedevastaisuutta vai tiedekriittisyyttä? Vähähiilihydraattisen ruokavalion kannattajien käsityksiä asiantuntijuudesta ja tieteellisestä tiedosta. *Yhteiskuntapolitiikka* 78:4, 365–377.
- Johnston, Joséé & Baumann, Shyon (2007). *Democracy Versus Distinction: A Study of Omnivorousness in Gourmet Food Writing*. *AJS* 113:1, 165–204. <https://doi.org/10.1086/518923>
- Johnston, Joséé & Baumann, Shyon (2015 [2010]). *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. New York: Routledge.
- Johnston, Joséé & Goodman, Michael K. (2015). Spectacular foodscapes. Food celebrities and the politics of lifestyle mediation in an age of inequality. *Food, Culture and Society* 18:2, 205–222. <https://doi.org/10.2752/175174415X14180391604369>
- Joyce, Simon (2007). *Victorians in the Rearview Mirror*. Athens: Ohio University Press.
- Klintman, Mikael & Boström, Magnus (2006). Editorial in the special issue: Political and ethical consumerism around the world. *International Journal of Consumer Studies* 30, 401–404. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2006.00542.x>
- Knudsen, Britta Timm & Waade, Anne Marit (toim.) (2010). *Re-Investing Authenticity: Tourism, Place and Emotions*. Bristol: Channel View Publications.
- Kolbe, Laura (2007). Elämää maalla ja kaupungissa. Teoksessa Järvinen, Katriina & Kolbe, Laura (toim.). *Luokkaretkellä hyvinvointiyhteiskunnassa*. Helsinki: Kirjapaja, 105–112.
- Ladino, Jennifer K. (2014 [2012]). *Reclaiming Nostalgia. Longing for Nature in American Literature*. University of Virginia Press.
- Lindblom, Taru & Mustonen, Pekka (2015). Culinary taste and legitimate cuisines. *British Food Journal* 117:2, 651–663. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2014-0054>
- Lindqvist, Yrsa (2015). Seasonal food in a virtual basket – A campaign for environmental sustainability. Teoksessa Krawczyk-Wasilewska, Violetta & Lysaght, Patricia (toim.). *Food and the Internet*. Frankfurt: Peter Lang, 163–172.
- Lounasmeri, Lotta (2006). Globalisaatio Helsingin Sanomissa: maailmanyhteiskunta vai markkinapaikka? *Ennen ja nyt*, 1/2006. Saatavilla: http://www.ennenjanyt.net/2006_1/lounasmeri.pdf, (luettu 5.1.2018).
- Lundahl, Outi (2014). Fashionalising sustainable consumption in lifestyle media. *Advances in Consumer Research* 42, 343–347.
- Lupton, Deborah (1996). *Food, the Body and the Self*. London: Sage. Saatavilla: ProQuest Ebook Central, (luettu 10.12.2017).
- Lynch, Meghan & Giles, Audrey (2013). Let them eat organic cake. *Food, Culture & Society* 16:3, 479–493. <https://doi.org/10.2752/175174413X13673466711967>
- Machin, David & Mayr, Andrea (2012). *How To Do Critical Discourse Analysis*. London: Sage.
- Mayhew, Susan (2015). Terroir. Teoksessa Mayhew, Susan (toim.). *A Dictionary of Geography*. Oxford University Press.
- Mikulak, Michael (2013). *The Politics of the Pantry. Stories, Food, and Social Change*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Montanari, Massimo (2006). *Food Is Culture*. New York: Columbia University Press. Saatavilla: ProQuest Ebook Central (luettu 10.12.2017).
- Niva, Mari; Mäkelä, Johanna; Kahma, Nina & Kjærnes, Unni (2014). Eating Sustainably? Practices and Background Factors of Ecological Food Consumption in Four Nordic Countries. *Journal of Consumer Policy* 37:4, 465–484.
- Nørgaard Kristensen, Nete & and From, Unni (2013). Lifestyle journalism: Blurring boundaries. Teoksessa Hanusch, Folker (toim.) *Lifestyle Journalism*. Abingdon: Routledge, 25–40.
- O'Grady, John (2003). How sustainable is the idea of sustainability? *Interdisciplinary Studies in Literature and Environment* 10:1, 1–10. <https://doi.org/10.1093/isle/10.1.1>

- Paddock, Jessica (2014). Invoking simplicity: 'Alternative' food and the reinvention of distinction. *Sociologia Ruralis* 55:1, 22–40. <https://doi.org/10.1111/soru.12056>
- Phillipov, Michelle (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>
- Peterson, Richard A. (2005). In search of authenticity. *Journal of Management Studies* 42:5, 1083–1098. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2005.00533.x>
- Potter, Lucy & Westall, Claire (2013). Neoliberal Britain's austerity foodscape. *New Formations* 80-81, 155–178. <https://doi.org/10.3898/NeWF.80/81.09.2013>
- Purhonen, Semi; Gronow, Jukka; Heikkilä, Riie; Kahma, Nina; Rahkonen, Keijo & Toikka, Arho (2014). *Suomalainen maku – Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Reisinger, Yvette & Steiner, Carol J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research* 33:1, 65–86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.003>
- Santesso, Aaron (2006). *Careful Longing: The Poetics and Problems of Nostalgia*. Newark: University of Delaware Press.
- Shugart, Helene A. (2014). Food fixations. Reconfiguring class in contemporary US food discourse. *Food, Culture & Society* 17:2, 261–281. <https://doi.org/10.2752/175174414X13871910531665>
- Syrjäläinen, Pasi, Ryyänänen, Toni, Heinonen, Visa, Jauho, Mikko & Jallinoja, Piia (2016). Hyvän ja pahan taistelu – ravinnon rasvojen mediajulkisuus Helsingin Sanomissa 2010–2011. *Sosiaalilääketieteellinen aikakauslehti* 53, 44–57.
- Warde, Alan (1997). *Consumption, Food and Taste. Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London: Sage.
- Vannini, Phillip & Williams, Patrick J. (2009). Authenticity in culture, self, and society. Teoksessa Vannini, Phillip & Williams, Patrick J. (toim.) *Authenticity in Culture, Self, and Society*. Dorchester: Ashgate, 1–20.
- Valtonen, Sanna (1998). Hyvä, paha media. Diskurssianalyysi kriittisen mediatutkimuksen menetelmänä. Teoksessa Kantola, Anu; Moring, Inka & Väliverronen, Esa (toim.). *Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan*. Tampere: Tammer-Paino, 93–121.
- Voss, Kimberly Wilmot (2014). *The Food Section: Newspaper Women and the Culinary Community*. London: Rowman & Littlefield.
- Väliverronen, Esa (2007). *Geenipuheen lupaus. Biotekniikan tarinat mediassa*. Helsinki: Gummerus.
- Weiss, Allen S. (2011). Authenticity. *Gastronomica* 11:4, 74–77. <https://doi.org/10.1525/gfc.2012.11.4.74>
- Zimmerman, Heidi (2015). Caring for the middle class soul. *Food, Culture & Society* 18:1, 31–50. <https://doi.org/10.2752/175174415X14101814953729>
- Zukin, Sharon (2008). Consuming authenticity. *Cultural Studies* 22:5, 724–748. <https://doi.org/10.1080/09502380802245985>
- Zukin, Sharon (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York: Oxford University Press.

Artikkelissa viitatus lehtitekstit (Helsingin Sanomien aineisto 2011–2013 ja 2016–2017)

- 16.12.2011. *Hiihtäen halki piirakkamaan*. Matka.
- 22.1.2012. *Käpylästä oli loppua kampsimpukka*. Kotimaa.
- 23.2.2012. *Se maukkain ateria*. Ruoka.
- 23.3.2012. *Ihanan kliseinen Lyon*. Matka.
- 10.5.2012. *Luomon ystävä arvostaa itse tehtyä*. Ruoka.
- 7.6.2012. *Hyvää lahden takana*. Ruoka.
- 26.6.2012. *Saaristokauppa on kylän Facebook*. Kaupunki.
- 6.7.2012. *Hippinä ja herrana Suomen suvessa*. Matka.
- 12.7.2012. *Porvoo on hyvä retkikohde herkuttelijalle*. Ruoka.
- 22.7.2012. *Ruokabloggari rakastaa kermää*. Kotimaa.
- 13.9.2012. *Kuplajuoman kuusi vuosikertaa*. Ruoka.

- 20.9.2012. *Hunaja helpottaa jopa krapulaa.* Ruoka.
- 26.10.2012. *Paikallisopas lomalle, kiitos!* Matka.
- 29.11.2012. *Pitkäkorvaa pataan.* Ruoka.
- 21.12.2012. *Majatalot valvovat Nauvossa talvellakin.* Matka.
- 16.2.2013. *Jumalaista makkara, varsågod!* Matka.
- 28.2.2013. *Himoleipuri hakee jauhot ja hiivan Tanskasta.* Ruoka.
- 4.8.2013. *Kaupunkipuutarhoissa otetaan nyt satoa talteen.* Koti.
- 4.8.2013. *Moskova on uusi Brooklyn.* Sunnuntai.
- 5.3.2016. *Altia purkaisi kasvun kahleet.* Talous.
- 12.5.2016. *Tässä on Helsingin tuntematon hampurilaiskuningas, jonka ravintolat tahkoavat miljoonia.*
Kaupunki.
- 16.7.2016. *Siiderin ystävän ehdoton matkakohde syksyllä on Ranskan Calvados.* Matka.
- 23.7.2016. *360 kilometriä Saimaan rannoilla – polkupyöräreitien varrella näkee sekä luontoa että taidetta.*
Matka.
- 15.8.2016. *Flow tarjosi yllättävää ja ekologista ruokaa, mutta missä olivat omien metsien marjat ja villiyrtyt?*
Ruoka.
- 8.10.2016. *Vuorten ja meren Marche on Italia pienoiskoossa – ja hintataso on matalampi kuin tunnetummilla turistiseuduilla.* Matka.