



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Susanne Emilia Hänninen

NAISTENLEHTIEN RUOKATRENDIT

Liiketalous ja matkailu
2010

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Susanne Hänninen
Opinnäytetyön nimi	Naistenlehtien ruokatrendit
Vuosi	2010
Kieli	suomi
Sivumäärä	82 + 2 liitettä
Ohjaaja	Kirsi Salomaa

Tämän työn tavoitteena oli selvittää suomalaisten naistenlehtien ruokatrendejä vuosina 2005 – 2008. Työn viitekehityksenä käytettiin Food Related Lifestyle -mallia, jonka avulla koottiin yhteen vallitsevia ruokatrendejä 2000-luvulla. Tämän jälkeen selvitettiin kuinka nämä trendit näkyvät kahden suomalaisen naistenlehtien Eevan ja Trendin sivuilla.

Teoriaosuudessa käytiin läpi suomalaista ruoka – ja syömiskulttuuria ja sen muutoksia. Lisäksi käytiin läpi, kuinka aistit vaikuttavat ruoan valitsemisprosessiin. Lopuksi etsittiin 2000 -luvun ruokatrendejä Food Related Lifestyle -mallin eri peruskäsitteiden avulla, jotka ovat ostotavat, laatutekijät, ruoanlaittotottumukset, käyttötilanteet ja ostomotiivit.

Teoriaosuudessa on lisäksi otteita Johanna Mäkelän (2004) tekemästä haastattelusta, jonka avulla saadaan kuva suomalaisten naisten ruokailutottumuksista.

Tutkimusosuudessa selvitettiin kuinka esille tulleet ruokatrendit näkyivät Eeva ja Trendi –lehdissä neljän vuoden ajalla 2005–2008.

Food Related Lifestyle -mallin avulla löydetty trendit löytyivät myös pääpiirteittäin Eevan ja Trendin sivuilta. Suosituimpia ruokatrendejä 2005–2008 Eevassa ja Trendissä ovat olleet ekologisuus ruoanlaitossa, valmisruoat, etniset keittiöt ja kotimaisuus. Ruokasivuilla esiteltiin myös runsaasti uutuustuotteita ja kotiruokareseptejä.

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Matkailun koulutusohjelma

ABSTRACT

Author	Susanne Emilia Hänninen
Title	Food trends of the Finnish women's magazines
Year	2010
Language	Finnish
Pages	82 + 2 appendices
Name of Supervisor	Kirsi Salomaa

The aim of this thesis was to find out different food trends from two Finnish women's magazines called Eeva and Trendi in years 2005 – 2008. As a frame of reference for the thesis the model of Food-Related-Lifestyle was used, which helped collect dominant food trends in the 21st century. After this a research on how these trends were showing in the pages of two Finnish women's magazines Eeva and Trendi was carried out.

The theoretical part of the thesis was started by researching the Finnish food and eating culture and the changes in these factors. In addition, the facts how senses are affecting the food choices were researched. Finally we researched the food trends of the 21st century with the help of basic dimensions of the Food Related Lifestyle model which are ways of shopping, quality aspects, cooking methods, consumption situations and purchasing motives. In addition, the theoretical part of this thesis is influenced by Mäkelä's interview (2004) which helps get a general view of food habits of Finnish women.

In the research part of the thesis it was studied how the trends which were found was shown in the pages of women's magazines Eeva and Trendi in the years 2005 – 2008. The trends which were found with the help of Food Related Lifestyle model were found also from the pages of these two women's magazines. The most popular food trends in years 2005 – 2008 were ecological cooking, convenience foods, ethnical kitchens and domestic food. In the food pages was also shown plenty of novelty products and home food recipes.

Keywords food trends, women's magazines, food related lifestyle

RUOKASANASTOA

Agraari	Maatalousyhteiskunnalle ominainen
Ateria	Ruoka-annos
Eines	Teollisuuden valmistama, joko valmisruoka tai puoli-valmiste
Ekologinen	Luonnonvaroja säästävä
Elintarvikkeet	Ruokatavaroita, juomia ja muita sellaisenaan ihmisen nautittavaksi tarkoitettuja aineita tai niiden raaka-aineita, sekä valmistuksessa käytettäviä mausteita, säilöntäaineita, värejä ja muita lisäaineita
Etninen	kansallisuutta, rotua tai kulttuurista alkuperää koskeva
Kotiruoka	Ruoka, joka valmistetaan yleensä kotona kokonaan tai suurimmaksi osaksi raaka-aineistaan
Kevyt tuote (eng. light)	Vähärasvainen tuote
Luomutuote	Luonnonmukaisesti, ilman tehoaineita tuotettu elintarvike
Lähirooka	Ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia
Puolivalmiste	Ruokavalmiste, joka vaatii ennen käyttöä vain kypsennyksen tai lisäksi esim. nesteen lisäyksen
Pikaruoka (eng. fast food)	Muutamassa minuutissa valmistuva ruoka, esim. hampurilainen, pizza tai taco
Roskaruoka (eng. junk food)	Ravintoarvoltaan vähäarvoinen ruoka

Ruokavalio	Ruokavaliolla viitataan kokonaisuuteen, mitä yksittäinen ihminen käyttää ravinnokseen
Ruokataloudenhoito Slow Food	Aterioiden tuottaminen perheelle Kiireetön ruoanlaitto ja ateriointi
Superruoka (eng. Super Food)	Runsaasti terveyttä edistäviä ainesosia sisältävä ruoka
Take away -annos	Ruoka-annos, jonka asiakas, voi ostaa mukaansa ravintolasta
Valmisruoka (eng. convenience food)	Kypsennettynä myytävä ruoka

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	1
ABSTRACT	2
RUOKASANASTOA	3
KAAVIOLUETTELO.....	9
LIITELUETTELO	11
1 JOHDANTO	12
1.1 Food Related Lifestyle -malli.....	12
1.2 Johanna Mäkelän tutkimus suomalaisten naisten ruokakäsityksistä.....	13
1.3 Merkityksiä sanalle <i>trendi</i>	13
2 RUOKAKULTTUURIN MUUTOKSIA	15
2.1 Agraarista syömisestä urbaaniin syömiseen.....	15
2.2 Perinteinen kotiruoka kohtaa teollisesti valmistetun kotiruoan.....	16
3 KULUTTAJIEN RUOKAVALINTOIHIN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ. 17	
3.1 Kuluttajien ruokavalintoihin vaikuttavat trendit	17
3.2 Shepherdin ja Sparksin (1994) ruoan valintamalli	17
4 FOOD RELATED LIFESTYLE -MALLI	21
4.1 Ostotavat.....	22
4.2 Laatutekijät	23
4.2.1 Ruoka ja terveys.....	23
4.2.2 Hinta ja laatusuhde.....	25

4.2.3. Uutuudet.....	25
4.2.4 Orgaaniset tuotteet	26
4.2.5 Ruoan maku	29
4.2.6 Ruoan tuoreus	30
4.3 Ruoanlaittotavat.....	31
4.3.1 Kiinnostus ruoanlaittoa kohtaan	31
4.3.2 Uusien ruokasuuntauksien etsiminen.....	33
4.3.3 Valmisruoat ja pikaruoat.....	34
4.3.4 Ruoanlaitto ja perhe	35
4.3.5 Ruoanlaiton suunnittelu	35
4.3.6 Naisen työ	36
4.4 Käyttötilanteet	36
4.4.1 Naposteltavat vastaan ateriat	36
4.4.2 Ruoka ja sosiaalinen tilanne	37
4.5 Ostomotiivit.....	38
5 NAISTEN KÄSITYKSIÄ KUNNON RUOASTA	39
6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ RUOKAKULTTUURIN MUUTOKSISTA	43
7 NAISTENLEHDET SUUNNANNÄYTTÄJINÄ	45
7.1 Naistenlehtien määritelmä.....	45
7.2 Eeva.....	46
7.3 Trendi	46
8 TIETOJEN KERÄÄMINEN EEVASTA JA TRENDISTÄ	47

9	EEVAN RUOKASIVUT	49
9.1	Vuosi 2005	49
9.2	Vuosi 2006	51
9.3	Vuosi 2007	54
9.4	Vuosi 2008	57
10	TRENDIN RUOKASIVUT	61
10.1	Vuosi 2005	61
10.2	Vuosi 2006	64
10.3	Vuosi 2007	66
10.4	Vuosi 2008	68
11	VALMISTUSTAVAT	71
11.1	Ruoanlaittovälineet.....	71
11.2	Keittiövälineet	71
11.3	Kodinkoneet	71
12	NAISTENLEHTIEN RUOKATRENDEJÄ 2005 - 2008.....	72
12.1	Kesä ja joulukuusi suosittummat sesongit	72
12.2	Ekoilu ja kasvisyönni	72
12.3	Kotimaan makuja ja ulkomaisia herkkuja	73
12.4	Pastaa halloumijuustolla.....	75
12.5	Perinteisiä reseptejä ja tuunausta.....	75
12.6	Terveyttä ja keveyttä ruoasta.....	76
12.7	Elämäntyylinen näkyminen lehdissä	76

13 PÄÄTÄNTÖ.....	78
LÄHTEET.....	80

KAAVIOLUETTELO

Kaavio 1, Eeva 2005.	49
Kaavio 2, Eeva 2006.	52
Kaavio 3, Eeva 2007.	54
Kaavio 4, Eeva 2008.	57
Kaavio 5, Trendi 2005.....	61
Kaavio 6, Trendi 2006.....	64
Kaavio 7, Trendi 2007.....	66
Kaavio 8, Trendi 2008.....	69
Kaavio 9. Etnisten keittiöiden esiintyminen tutkimuksessa.....	74

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1, Shepherdin ja Sparksin (1994) ruoanvalintamalli.....	18
Kuvio 2. Food Related Lifestyle –malli. (Frewer, Risvik ja Schifferstein 2001) .	22
Kuvio 3, Ateria kolmio. (Koostettu Mäkelän 2004 kirjoituksen pohjalta)	25

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Erilaiset ruoanlaittajatyypit. (Varjonen 2000)	32
Taulukko 2. Ruokataloudenhoidon vaihtoehtoiset tavat. (Varjonen 2000)	36
Taulukko 3. Tietojen kerääminen.	47

LIITELUETTELO

LIITE 1.....	83
LIITE 2.....	84

1 JOHDANTO

Aikakauslehden syntymisen myötä suomalaiset naiset ovat saaneet lukea muuan muassa muodista ja kauneudesta, mutta tärkeänä osana naistenlehtiä ovat aina olleet myös ruokasivut. Ravintoloissa syöminen päivittäin on kallista ja jokapäiväinen ateria kotona on usein ainoa keino kerätä perhe saman pöydän ympärille. Naistenlehdet tarjoavat uusia, inspiroivia mahdollisuuksia kotona nautittavaksi ruoaksi. Lisäksi reseptit viestivät ajan hengestä, uusimmista trendeistä ja eri ruokakulttuureista. Tässä opinnäytetyössä pyritään löytämään ruokamaailman trendejä kahden suomalaisen naistenlehden sivuilta vuosina 2005–2008. Työhön ei otettu mukaan mainoksia.

Mielestäni aikakauslehtien ruokasivut ja reseptit ovat käyttäjäystävällisiä. Ne ottavat huomioon tavallisen kotikokin taidot eivätkä vaadi käyttämään mitä ihmeellisimpiä härveleitä. Raaka-aineet ovat myös yleensä helposti saatavilla. Itse olen oppinut suosimaan naistenlehtien ruokasivuja jopa enemmän kuin keittokirjoja. Ruokasivut ovat jatkuvasti ajan tasalla voivat vaikuttaa jopa ravintoloiden ruokalistoihin.

1.1 Food Related Lifestyle -malli

Opinnäytetyön viitekehyksenä käytetään L.J Frewerin, E.Risvikin ja H.Schiffersteinin (2001) elämäntyyli-mallia. Malli pohjautuu *Food Related Lifestyle*-malliin, jonka on alun perin kehittänyt Klaus G. Grunert, Karen Brunso, Lone Bredahl ja Anne Bech (1993).

Työn teoriaosuudessa selvitetään, minkälaisia ruokatrendejä ja keskeisiä teemoja on esiintynyt viime vuosina. Lisäksi teoriaosuus selvittää kuluttajakäyttäytymistä, erilaisia ateriatyyppejä sekä ruoanlaittajatyyppejä ja kuinka aistit vaikuttavat ruoanvalitsemisprosessiin. Tutkimusosuudessa käydään läpi kahden suomalaisen naistenlehden, Eevan ja Trendin ruokasivut vuosilta 2005–2008. Tarkoituksena on saada selville näkyvätkö Food Related Lifestyle-mallin avulla löydetty ruokatrendit ja teemat kyseisissä lehdissä. Tutkimusosuudessa selvitetään myös, mitkä

raaka-aineet ovat erityisesti olleet suosittuja näinä vuosina. Lehtien valinnassa otettiin huomioon suomalaisuus ja perinteisyys. Kodinsisustuslehdissä ruokasivut ovat keskeisessä asemassa ja tutkimukseen haluttiin valita vain naistenlehtiä, joissa ruokasivut ovat pienemmässä roolissa. Näin varmistetaan, että ruokasivut on suunnattu tavalliselle kuluttajalle eikä esimerkiksi ammattilaisille. Päättötyössä selvitetään vain kotona valmistettavan ruoan trendejä ja näin ollen ravintolassa nautitut ruoat eivät kuulu työn aihepiiriin. Tavoitteena on löytää kokonaiskuva naistenlehtien ruokatrendeistä 2005–2008.

1.2 Johanna Mäkelän tutkimus suomalaisten naisten ruokakäsityksistä

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on mukana myös Johanna Mäkelän (2004) laatima tutkimus, jossa hän haastatteli 36 pääkaupunkiseudulla asuvaa naista. Haastattelujen tarkoituksena oli saada selville, mikä on naisten mielestä kunnan ateria. Mäkelän haastateltavat olivat syntyneet 40–50 -luvuilla ja heidän joukossaan oli sekä ylempiä että alempia toimihenkilöitä. Luvussa neljä selvitetään Mäkelän haastateltavien mielipiteitä ja ajatuksia kyseiseen aihealueeseen liittyen. Mäkelän haastateltavien mielipiteet auttavat ymmärtämään suomalaisen naisen kiinnostusta ruokaa ja ruoanlaittoa kohtaan.

1.3 Merkityksiä sanalle *trendi*

Sana *trendi* on hyvin suhteellinen käsite. WSOY:n Suuri sivistyssanakirja (2000) määrittelee trendin jonkin ”ilmiön todetun kehityksen perusteella laskettu tai arvioitu tuleva kehitys tai sen vallitseva suunta, varsinkin talouselämässä”. Tässä työssä trendinä ymmärretään asia, joka on ollut erityisen suosittu tai kuuluisa tietyllä aika välillä. Trendi ei kuitenkaan ole välttämättä vain ohimenevä muotimaa-ilman ilmiö, vaan se voi jäädä pysyväksi ilmiöksi. Surullisena esimerkkinä voisi olla Michael Jacksonin kuolema, joka kesäkuussa 2009 nosti taitelijan hetkessä muun muassa Britannian levymyynnin kärkeen (Helsingin Sanomat 2009). Oman käsitykseni mukaan kesän 2009 muodissa vaikuttivat ainakin gladiaattorisandaalit ja eläinkuosit.

Maailman tapahtumat vaikuttavat siis merkittävästi trendien syntyyn ja niiden laskuun. Suosittu meksikolainen ruokakulttuuri koki kolauksen kun sikainfluenssa alkoi levitä maailmalla keväällä 2009. Jopa 17 % Yhdysvaltalaisista kertoi välttävänsä meksikolaisia ravintoloita ja kauppoja toukokuussa 2009 (Taloussanomat 2009). Pohjoismaissa kohistiin lasinsirpaleista suurten ruokatalojen elintarvikepakkauksissa ja alettiin epäillä teollisesti tuotettujen ruokien turvallisuutta (Keski-suomalainen 2009). Lasinsirpaleet katosivat ruoista, mutta jättivät pysyvät jäljet kuluttajien mieliin. Monet varmasti miettivät, olisiko parempi tuottaa itse ruoka alusta asti ja jättää einessuoat kaupanhyllylle. Suomalainen sanonta *punainen tupa ja perunamaa* on taas arvossaan. On vaikea muistaa, minkälaiset ruoat ovat olleet suosittuja menneinä vuosina, mutta selaamalla esimerkiksi naistenlehtien ruokasivuja, meillä on mahdollisuus kurkistaa menneisyyteen.

2 RUOKAKULTTUURIN MUUTOKSIA

2.1 Agraarista syömisestä urbaaniin syömiseen

Ihminen ei hyväksy ruoakseen kaikkea, mitä luonnolla on ravinnoksi tarjota, vaan tekee valintoja. Kulttuuri määrittää miten ja mitä ruokaa valitaan, ja miten mahdollinen ravinto koodataan hyväksytyksi ruoaksi. Ruoka on siis luonnon tuotetta, jonka ihminen muuttaa kulttuurin tuotteeksi. Syömisellä on suuri sosiaalinen merkitys ihmisille. Yhdessä syöminen parantaa ja vahvistaa yhteisön sosiaalisia suhteita ja välittää informaatiota. Ruoka on yksi juhlien tärkeimmistä tunnusmerkeistä. Saman pöydän ääreen kokoontuminen luo yhteenkuuluvuutta, mutta perinteinen ruoka myös erottaa muista ryhmistä. Aterialla voi olla erilaisia ruoka-aineita koskevia sääntöjä ja erilaisia valmistustapoja. (Mäkelä 2004)

1990 -luvulla suomalaisten syöminen on muuttunut agraarista, eli maatalouskunnalle ominaisesta syömisestä moderniksi urbaaniksi, eli kaupunkimaisemmaksi syömiseksi. Ruoka-aineiden valikoima on kasvanut ja mukaan on tullut myös kansainvälisiä tuotteita. Viljatuotteiden kulutus on vähentynyt, kun taas eläintuotteiden kulutus on lisääntynyt elintason ja tulojen noustessa. Ihmisillä ei ole myöskään aikaa syödä enää niin usein, koska työt ja harrastukset vievät aikaa. On varaa ostaa valmistuotteita, mutta ei aikaa valmistaa ruokaa kotona alusta asti itse. (Mäkelä 2004)

Aikaisemmin nautittiin kolme lämmintä ateriaa päivässä, mutta nykyään useimpien vain yksi. Muutoksen syinä ovat kaupungistuminen, teollistuminen, naisten työssäkäynti ja elintarvikkeiden parempi saatavuus. Kun on varaa valita, on syntynyt eräänlainen ruokakriisi, josta kertoo kaksi erilaista syömistapaa; perinteisten aterioiden tilalle on tullut välipaloja, pikaruokaa ja epäsäännöllistä napostelua. Ihmiset syövät yhä harvemmin seurassa. Aikaisemmin ruoan valintaan vaikuttivat sesongit, mutta nykyään kaikkea on saatavilla jokaisena vuoden aikana. Kodin ohella ruokateollisuus, mainokset, ravitsemus ja terveystietäminen muokkaavat ihmisten ruokakäsityksiä jo lapsena. Nämä kaikki syyt vaikuttavat siihen, etteivät ihmiset enää syö kellon mukaan. Muita syitä ovat myös naisten työssäkäynti, ko-

tiapulaisten väheneminen, joukkoruokailut ja lasten harrastukset kodin ulkopuolella. (Mäkelä 2004)

Myös muutokset yhteiskunnassa, kuten ruoan teollistuminen, ovat vaikuttaneet ruokatottumuksiimme. Ruokailuun ei enää liity rituaaleja ja normeja tai tapoja, jotka aiemmin määräisivät ruokailutapahtuman kulun (Varjonen 2000, 1). 1860-luvun nälkävuodet, sodan jälkeiset vuodet ja ”kortilla eläminen” ovat historiaa. Tänä päivänä kuluttajilla on mahdollisuus valita tuhansista tuotteista ruokakaupassa. Ylitarjonta on johtanut siihen, että suuret ruokajätit heittävät ruokaa roskiin. S-ryhmän ruokahävikki oli vuonna 2008 yhteensä noin 27 miljoonaa kiloa. Hävikkiä on pyritty pienentämään alennuksilla ja osa parasta ennen -tuotteista on mennyt hyväntekeväisyyteen (Iltalehti 2009). Roskiin heitetyn ruoan kerääminen, *freeganism*, kansankielellä *dyykkaus* on joillekin elämänpoliittinen valinta. Ajatellaan ympäristöä, mutta saadaan myös taloudellista helpotusta, kun ruokaa ei tarvitse itse ostaa. (Mononen ja Silvasti 2006, 177).

2.2 Perinteinen kotiruoka kohtaa teollisesti valmistetun kotiruoan

Mononen ym (2006) määrittelevät ruoan ihmisen ravinnoksi ja kiinteäksi osaksi ympäristöä, yhteiskuntaa ja kulttuuria. Teollisesti valmistettu ruoka on valloittanut kaupan hyllyt ja ihmiset ovat alkaneet jälleen arvostamaan luonnonmukaisesti tuotettua ruokaa (Varjonen 2000,2). Sanalla kotiruoka voidaan tarkoittaa monia eri asioita. Toiselle kotiruokaa on mikrossa lämmitettävä einespitsa, toiselle taas kolmen ruokalajin illallinen. Omissa mielikuvissani kotiruoka on usein vaatimatonta ja helppoa, mutta myös perinteikästä, terveellistä ja turvallista. Tässä työssä pikaruokaa tai valmisruokaa ei mielletä kotiruoaksi, vaikka esimerkiksi ruokatalo Saarioinen on käyttänyt markkinoinnissaan kotiruokaan liittyviä positiivisia mielikuvia. Suurin osa yrityksen tuotteista myydään kaupoissa valmisruokana, mutta se halutaan kuitenkin mieltää äitien tekemäksi kotiruoaksi (Saarioinen 2010). Perinteinen kotiruoka on jälleen nousemassa trendiksi myös ravintoloissa (Alamäki 2010).

3 KULUTTAJIEN RUOKAVALINTOIHIN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ

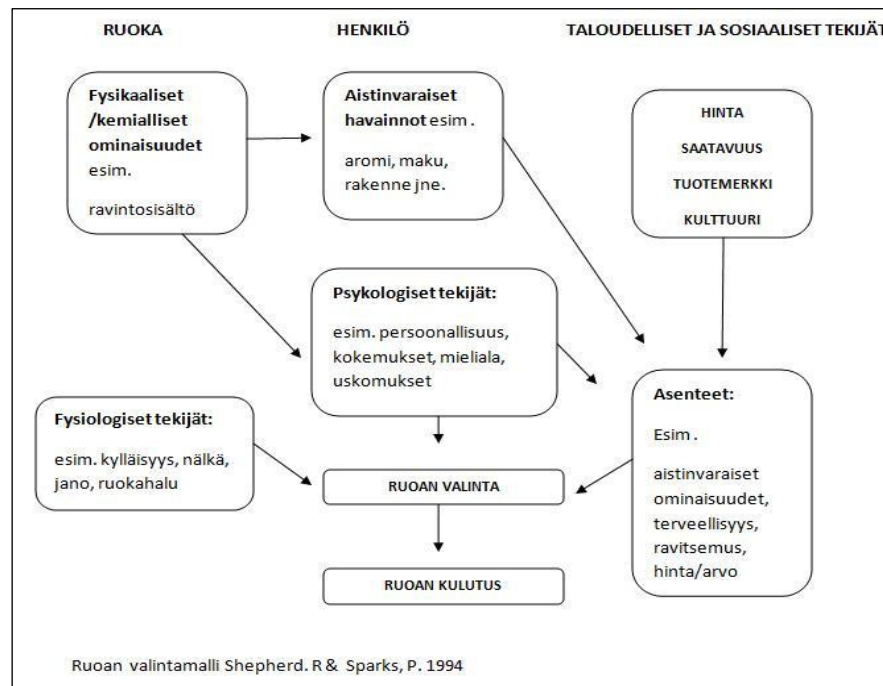
Kuluttajilla on yhä enemmän valinnan varaa ruokakaupoissa. Ruoan halutaan antavan energiaa, kauneutta ja terveyttä ja turvallisuutta. Yleinen kansainvälistyminen, perheinstituution muutos, muuttoliike ja kansainvälistyvä ruokakulttuuri vaikuttavat ihmisten ruokakäsityksiin. (Mononen ym. 2006, 156)

3.1 Kuluttajien ruokavalintoihin vaikuttavat trendit

Varjosen (2000) mukaan kuluttajien valintoja ohjaavat useat seikat. Kuluttajat eivät yleensä kauan jaksaa syödä samaa ruokaa, vaan he haluavat vaihtelua ruokaansa ja he haluavat omaksua uusia makuja ja ruokatapoja. Vaihtelunhalun lisäksi kuluttajat toisinaan haluavat myös kokeilla uutuustuotteita ja he ovat uteliaita uusia ruokasuuntauksia kohtaan. Kaikkien näiden seikkojen lisäksi ruoan halutaan antavan myös nautintoa ja mielihyvää. Ruoan avulla on mahdollista kertoa omasta sosiaalisesta asemasta ja tyylistä sekä vaikuttaa omaan ulkonäköön ja terveyteen. Nykyään myös ruoan hinta vaikuttaa ruokavalintoihin jopa niin merkittävästi, että edellä mainituilla seikoilla ei välttämättä ole enää merkitystä, vaan ostetaan sitä mihin omalla kukkarolla on varaa. (Varjonen 2000, 1)

3.2 Shepherdin ja Sparksin (1994) ruoan valintamalli

Shepherdin ja Sparksin (1994) ruoanvalintamallista (Kuvio 1) käy ilmi, kuinka ruoan ominaisuudet, henkilön ominaisuudet ja taloudelliset -ja sosiaaliset tekijät ohjaavat ruoanvalintaa.



Kuvio 1, Shepherdin ja Sparksin (1994) ruoanvalintamalli.

Kuvio 1. esittää Shepherdin ym. ruoanvalintamallin tekijät, jotka vaikuttavat ruoan valintaprosessiin ja lopputulokseen. Esimerkkinä voisi olla henkilö, joka menee väsyneenä (psykologiset tekijät) ja nälkäisenä (fysiologiset tekijät) töiden jälkeen ruokakauppaan. Hänen ostoskorinsa on luultavimmin erinäköinen kuin henkilöllä, joka menee ostoksille kylläisenä ja hyvällä tuulella. (Oranen 2006, 19–20)

Ihmisen aistinvaraiseen havainnointiin vaikuttavat ruoan fysikaaliset ja kemialliset ominaisuudet, joita ovat esimerkiksi haju, maku ja rakenne (Kuvio 1). Mikäli ruoan kemiallinen koostumus muuttuu vähänkin, vaikuttaa se välittömästi aistinvaraisiin havaintoihin, koska ne havaitaan jo erittäin pieninä pitoisuuksina. Esimerkiksi ruoan ulkonäön avulla kuluttaja luo ennakkokäsityksiä ruoan mausta. Mitä väriltömämpi ja yllätyksettömämpi ruoka on, sitä suuremmalla todennäköisyydellä kuluttaja arvioi maun huonoksi. (Oranen 2006, 19–20)

Psykologiset tekijät, kuten persoonallisuus, ohjaavat ruokavalintoja (Kuvio 1). Yksilön aiemmilla kokemuksilla on suuri vaikutus ruoan valintaan. Esimerkiksi kokemukset ruokailun jälkeen (uneliaisuus, mieliala) ohjaavat ruoan valintaa. Ko-

kemuksiin vaikuttavat myös kulttuuriset ja sosiaaliset tekijät. (Oranen 2006, 20–21)

Kuluttajien asenteet ja uskomukset muodostuvat tietojen perusteella, joita he saavat (Kuvio 1). Useat ruoan valintaan liittyvät tekijät vaikuttavat välillisesti asenteiden ja uskomusten kautta. Mainonnassa tuotteista annetaan vain hyviä ominaisuuksia ja eikä mainita esimerkiksi rasvan ja sokerin määrää. Näin kuluttaja uskoo tuotteen olevan terveellisempi kuin se todellisuudessa on. (Oranen 2006, 21)

Fysiologiset tekijät kuten nälkä ja jano säätelevät myös ruokahalua (Kuvio 1). Ravitsemusasiantuntijat neuvovat usein välttämään kauppaan menemistä nälkäisenä. Tällöin kuluttajilla on taipumus ostaa enemmän ruokaa ja epäterveellisiä tuotteita kuin kylläisenä. (Oranen 2006, 22).

Yksilön taloudellinen tilanne ja ruoan hinta vaikuttavat suuresti ruoan valintaan (Kuvio 1). Esimerkiksi työssäkäyvillä ei välttämättä ole niin paljon aikaa käyttää ruoanlaittoon ja he valitsevat mielellään valmiituotteita tai ruokailevat kodin ulkopuolella. Työttömillä taas saattaa olla aikaa paneutua ruoanlaittoon, mutta taas pienet tulot pitävät ruokakorin sisällön yksinkertaisena. Myös hintojen muutokset saattavat herkästi vaikuttaa tietyn tuotteen kysyntään. Elintarvikkeiden saatavuus, tarjonta ja kausivaihtelut vaikuttavat myös kuluttajien valintoihin. Oman lusikkansa soppaan työntävät vielä mainonta ja tuotemerkit. (Oranen 2006, 22–23)

Uskonto, kulttuuri ja sosiaaliluokka vaikuttavat myös omalta osaltaan yksilön aistinvaraisiin, fysiologisiin ja psyykkisiin tekijöihin (Kuvio 1). Kulttuuri ja uskonto voivat määrittää mitkä ruoat ovat hyväksyttäviä ja mitkä ovat kiellettyjä ja näin ihmiset oppivat lapsesta saakka syömään tiettyjä ruokia. Samojen ruokien syöminen lisää yhteenkuuluvaisuuden tunnetta ryhmän sisällä. Sosiaaliluokat vaikuttavat myös kuluttajien mahdollisuuksiin valita haluamiaan ruokia. Ylempään sosiaaliluokkaan kuuluminen ja parempi taloudellinen tilanne ovat mahdollistaneet käyttää enemmän erilaisia elintarvikkeita. Eriarvoisuudet kuluttajien välillä ovat jonkin verran vähentyneet. Esimerkiksi massatuotanto ja kansainväliset

markkinat ovat yhdenmukaistaneet kuluttajien mahdollisuuksia käyttää samoja elintarvikkeita. (Oranen 2006, 23)

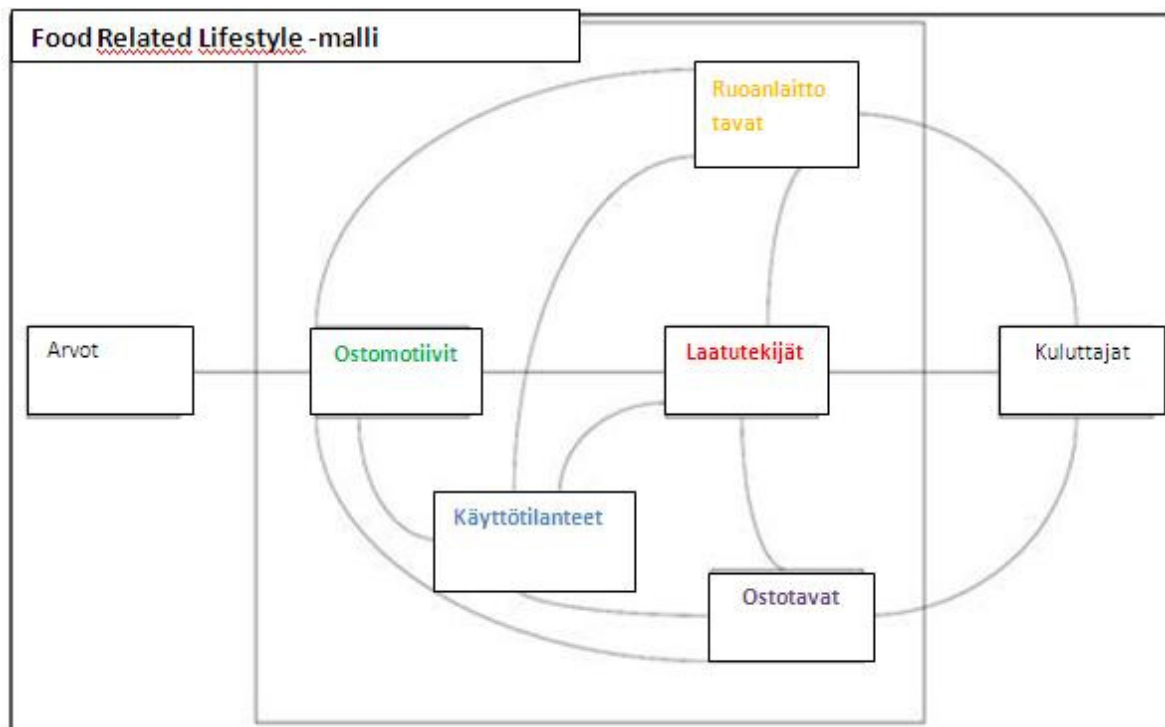
4 FOOD RELATED LIFESTYLE -MALLI

Tämän opinnäytetyön teoreettiseksi viitekehyykseksi on valittu L.J Frewerin, E.Risvikin ja H.Schiffersteinin (2001) elämäntyyli -malli (Kuvio 2). Food Related Lifestyle -mallin avulla voidaan esimerkiksi tutkia ruoan valintaan liittyviä tekijöitä, selvittää ruokaan liittyviä elämäntyyliä ja auttaa elintarviketeollisuutta tekemään markkinatutkimuksia. Mallin avulla saadaan lisätietoa kuluttajien käyttäytymisestä tietyillä markkinoilla. Lisäksi mallin avulla voidaan vertailla ruoan kuluttajia eri kulttuureissa ja voidaan selvittää, mitä vallitsevia trendejä markkinoilta löytyy. Tämän ansiosta malli soveltuu hyvin myös naistenlehtien ruoka-trendien tutkimiseen.

Malli pyrkii selittämään, miten kuluttajat liittävät elintarvikkeet arvoihin. Elintarvikkeen arvo ei kuluttajien mielissä riipu vain itse tuotteesta, vaan myös elintarvikkeen käyttötarkoituksesta ja valmistustavasta. Tällä tavalla kuluttajilla on vapaus saavuttaa elämänarvot käyttämällä elintarvikkeita eri tavoin. Vapauden avulla taas on mahdollisuus valita erilaisia ruokaan liittyviä elämäntyyliä. Esimerkkinä voisi olla henkilö, joka valitsee Stockmannin herkkutorin Lidlin sijaan, koska hän ei halua leimautua ulkomaisten halpatuotteiden käyttäjäksi, vaan haluaa suosia pääosin kotimaisia ja laadukkaita elintarvikkeita. Sana *elämäntyyli* rakentuu kuluttajien mielenkiinnosta, mielipiteistä, käyttäytymisestä sekä arvoista. Elämäntyylin muodostumista ohjaa esimerkiksi kasvatus, joka taas ohjaa kuluttajien valintoja. (Oranen 2006, 28–30)

Food Related Lifestyle -mittari sisältää viisi peruskäsitettä, niin sanottuja elämäntyylien elementtejä. Nämä peruskäsitteet yhdistävät elintarvikkeet kuluttajan arvoihin. Peruskäsitteet ovat

- ostotavat.
- ruoanvalmistustottumukset.
- laatutekijät.
- ostomotiivit.
- käyttötilanne.



Kuvio 2. Food Related Lifestyle –malli. (Frewer, Risvik ja Schifferstein 2001)

Kuvio 2. esittää Food Related Lifestyle -mallin viisi eri elementtiä eli peruskäsitteitä, jotka on merkitty neliön sisälle väreillä. Näihin elementteihin vaikuttavat vielä omalta osaltaan kuluttajien arvot ja kuluttajaryhmät. Peruskäsitteet ovat ostotavat, laatutekijät, ruoanlaittotavat, käyttötilanteet ja ostomotiivit. Opinnäytetyöhön on koottu peruskäsitteiden alle asioita, jotka kuvaavat tämän päivän kuluttajakäyttäytymistä ja trendejä ruokamaailmassa. Laatutekijöihin liittyvät läheisesti ruoka –ja terveys, hinta –ja laatusuhde, uutuudet, orgaaniset tuotteet, ruoan maku ja ruoan tuoreus. Ruoanlaittotottumuksiin liittyvät kiinnostus ruoanlaittoa kohtaan, uusien ruokasuuntauksien etsiminen, valmisruoat ja pikaruoat, ruoanlaitto ja perhe, ruoanlaiton suunnittelu ja naisen työ. Käyttötilanteisiin liittyvät naposteltavat, ateriat, sekä ruoka ja sosiaalinen tilanne. (Frewer, Risvik ja Schifferstein 2001, 215)

4.1 Ostotavat

Ostotavat auttavat ymmärtämään kuluttajien elintarvikkeiden ostotapoja ja ostopäätöksiä, esimerkiksi haluavatko kuluttajat ostaa tuotteita erikoisliikkeistä tai

pitävätkö kuluttajat ylipäättään ruokaostoksilla käymisestä. (Oranen 2006, 31) Tässä opinnäytetyössä ei ostotapoihin perehdytä syvemmin, koska niitä ei voida tutkimuksen luonteen vuoksi ottaa mukaan.

4.2 Laatu tekijät

Laatutekijät liittyvät elintarvikkeiden terveellisyyteen, hintalaatu-suhteeseen, uutuusien haluamiseen, ekologisuuteen, makuun ja tuoreuteen. (Oranen 2006, 31)

4.2.1 Ruoka ja terveys

Kuluttajat tekevät ruokavalintansa kaupan tiskillä nykyään monin eri perustein. Tätä kutsutaan kulutuksen sirpaloitumiseksi (Mononen ym. 2006, 10). Kolmannessa maailmassa ollaan huolissaan siitä, voidaanko ruokaa taata kaikille (*food security*). Länsimaissa ei sen sijaan ole puutetta ruoasta, vaan enemmänkin ollaan huolissaan ruoan turvallisuudesta (*food safety*). Ruokaa uhkaa esimerkiksi salmonellan leviäminen tai jokin muu uhkatekijä, kuten *hullun lehmän tauti* 1990-luvulla, joka sai Euroopan naudanlihamarkkinat romahtamaan. (Mononen ym. 2006, 161). Keväällä 2009 epäiltiin, että salmonellaa on päätyntä kananmuniin, mutta tämä paljastui väärinkäsitykseksi. Kananmunia oli kuitenkin jo ehditty vetää pois markkinoilta (YLE 2009). Lasinsiruskandaali keväällä 2009 sai monet kuluttajat pohtimaan eineshyllyn ääressä ruoan turvallisuutta (Keski-suomalainen 2009). Kun ihmisillä on varaa valita ja yhtäaikaan huoli ruoan turvallisuudesta, kulutus sirpaloituu. Kuluttajilla on yhä useampia perusteita ja motiiveja ruokavalintoja tehdessään (Mononen ym. 2006, 10).

Aikaisemmin ruoka oli ihmisille polttoainetta ja elämän edellytys, mutta nykyään ruoka antaa energian lisäksi mielihyvää ja nautintoa. Ruokavalinnat paljastavat paljon henkilön omaksumasta ruokakulttuurista ja jopa sosiaalisesta asemasta. Ruokatottumukset ja ruokavalio vaikuttavat myös ihmisen ulkonäköön. (Varjonen 2000, 1) Ravitsemustiede ja ehkäisevä kansanterveystiede kiinnittävät entistä enemmän huomiota siihen, miten suuri merkitys ruoalla on sairauksien ennalta ehkäisyssä (Mononen ym. 2006, 17).

Ruoan *estetisointi* tai *kosmetisointi* näkyy esimerkiksi valmisruokamainoksissa, joissa tuotetta esittelee kaunis ja hoikka nainen. Mainoksen kohderyhmänä ovat modernit, terveydestään huolehtivat naiset. Toinen esimerkki voisi olla muro tai myslimainokset, jotka lupaavat pitää huolta linjoista. Tällaisia ruokamainoksia näkyy eritoten naistenlehdissä, perhelehdissä ja ruokalehdissä. (Mononen ym. 2006, 173–174)

Ruoan estetisointi on alkanut näkyä myös suomalaisessa ruokapöydässä. Ennen kauniiseen kattaukseen ja ruoan ulkonäköön kiinnitettiin vain juhlissa huomiota. Nykyään ruoanlaittamisesta on tullut monelle harrastus, johon panostetaan aina kattausta myöten. Voi olla myös muodikasta syödä tiettyä ruokaa ja moni on alkanut kasvissyöjäksi, koska se on ollut trendi lähipiirissä. (Mononen ym. 2006, 174)

Kuluttajat miettivät yhä useammin ruoan terveysvaikutuksia valintoja tehdessään. Arkinen esimerkki voi olla rasvan valinta leivän päälle. Markkinoilla on yhä useampia sydänystävällisiä rasvoja. Ruoan *medikalisoituminen* eli lääketieteellistyminen tarkoittaa ruokavalintoja, joihin vaikuttaa lääketieteelliset perusteet. Ravitsemustieteellinen puhetapa näkyy medioissa ja kaupanhyllyltä löytää yhä uusia elintarvikkeita, jotka edistävät terveyttä ja ehkäisevät sairauksia. Ruoan ja lääkkeen raja alkaa hämärtyä. (Mononen ym. 2006, 163–164)

Amerikasta kotoisin oleva *superfood* -termi tarkoittaa ruokaa, jossa on erityisen runsaasti terveyttä edistäviä ainesosia. Superruoka on yleensä jokin marja tai hedelmä, esimerkiksi karpalo, mustikka tai puolukka. Nämä marjat ovat ravitsemuksellisesti hyviä, helppokäyttöisiä ja sisältävät paljon antioksidenteja. EU:n mukaan sanaa superruoka ei saa käyttää ilman tieteellisiä perusteita. Yhdysvalloissa suositut *superfood* -termit alkoivat yleistyä samalla kun menestyksekkäitä ruoka- ja ravinto-oppaita julkaistiin. Superruoka -ohjeita löytää nykyään suomeksikin, mutta ravitsemusasiantuntijat suhtautuvat superruokaan skeptisesti. (Uusisuomi 2008)



Kuvio 3, Ateria kolmio. (Koostettu Mäkelän 2004 kirjoituksen pohjalta)

Suomalaista ateriaa voisi kuvata kolmiona (Kuvio 3), jonka jokainen sivu on tärkeä. Se, että ruoka on lämmintä, on tärkein asia. Usein korostetaan, että täytyisi syödä ainakin yksi lämmin ateria päivässä. Salaatti on myös tärkeä osa ateriaa. Ateriakolmion kolmas sivu on seura. Harvoin ihmiset tekevät kunnan aterioita pelkästään itselleen. Kolmion taka-alalla näyttäisi olevan vielä yksi ulottuvuus, joka on huoli ruoan ja syömisen ja terveyden välisistä yhteyksistä. (Mäkelä 2004)

4.2.2 Hinta ja laatusuhde

Arkiselta ruoalta vaaditaan laatua ja makua, mutta siitä ei kuitenkaan olla valmiita maksamaan liikaa. Toisinaan taas ollaan valmiita maksamaan ruokapalveluista ja tuotteista (Varjonen 2000, 1). Hinta kuitenkin toimii pysäyttäjänä ruokaostoksia tehdessä ainakin pienituloisilla. Tietyistä tuotteista kuten terveyselintarvikkeista ollaan valmiita maksamaan hieman enemmän, mutta suurituloisetkaan eivät halua maksaa arkiruoasta enempää kuin normaalisti. (Mononen ym. 2006, 176–177)

4.2.3. Uutuudet

Varjosen (2000) mukaan vuonna 1999 suomalaisista ruoanlaittajatyypeistä vähiten eli 17 % oli *helpolla selviytyjiä*, jotka eivät ole kiinnostuneita uutuuksista tai ulkomaisista ruoista. 32 % suomalaisista oli *perinteisiä kotikokkeja*, jotka käyttivät paljon aikaa ruoanlaittoon ja arvostivat ruoassa hyvää hinta-laatusuhdetta, sekä terveellisyyttä. Varjosen mukaan kuluttajat haluavat löytää uusia makuja ja ruokatapoja. Vaihtelunhalun lisäksi kuluttajat haluavat toisinaan myös kokeilla

uutuustuotteita ja he ovat uteliaita uusia ruokasuuntauksia kohtaan. (Varjonen 2000, 1–16)

4.2.4 Orgaaniset tuotteet

Ihmisten huoli ympäristöstä ja siitä lähtenyt vihertyminen on johtanut ruoan ekologisoidumiseen. Huoli eläinten hyvinvoinnista on saanut monet vaihtamaan pihvin kasvisruokaan. Luomuruoka ja kasvissyönnit ovatkin merkittäviä ruoan ekologisuuteen liittyviä trendejä (Mononen ym. 2006, 166–172.). Monet tekevät valintansa eettisin ja ekologisin perustein ja valitsevat esimerkiksi Reilun kaupan tuotteita. Valitsemalla Reilun kaupan tuotteen, kuluttaja voi olla mukana tukemassa perheviljelijöiden ja suurtilallisten työ- ja elinoloja ja auttaa suojelemaan ympäristöä (Reilukauppa 2009). Reilukauppa on pyrkinyt edistämään myyntiään useiden tempausten avulla. Nordic Fairtrade järjesti 20.10.2009 maaottelun Suomen, Ruotsin, Norjan ja Tanskan välillä. Maaottelun voitti maa, jossa ostetaan eniten Reilun kaupan tuotteita kyseisenä päivänä 08:00 – 20:00 välisenä aikana (Nordic Fairtrade Challenge 2009).

Käsite *vihertyminen* tarkoittaa länsimaissa ajattelun ja käytäntöjen muuttumista ympäristöystävällisemmiksi. Vihertyminen näkyy myös useissa muissa käsitteissä. *Vihreä tuotanto* on tuotantjärjestelmä, joka ei saastuta aluetta. Vihreä tuotanto ei käytä haitallisia kemikaaleja tai käyttää niitä todella vähäisiä määriä. Tuotannossa pyritään käyttämään ekologisia periaatteita ja käydään läpi tuotteen koko elinkaari, jotta voidaan arvioida ympäristövaikutuksia. Yhä useammin ruokavalintoja tehdessään kuluttajat kiinnittävät huomiota tuotteisiin, joilla on terveysvaikutuksia ja jotka ovat ympäristöystävällisiä.

Vihreän kuluttajuuden periaatteita ovat säästeliäs luonnonvarojen käyttäminen, paikallisten tuotteiden ostaminen, oman matkustamisen vähentäminen sekä toimenpiteet fossiilisten polttoaineiden säästämiseksi. Vihreät kuluttajat valitsevat joukkoliikenteen yksityisautoilun sijaan ja valitsevat luonnollisia, biohajoavia tuotteita, jotka voidaan kierrättää. (Mononen ym. 2006, 69–72)

Yritysten vihertyminen näkyy tuotantomenetelmissä, mainos -ja markkinointistrategioissa sekä muissa menettelytavoissa, jotka vaikuttavat positiivisesti ympäristöön. Vihreä yritys pohtii jo tuotannon alkuvaiheessa tuotteen mahdollisia ympäristöongelmia. Ympäristöuskottavuus on monien yritysten kilpailuvaltti. *Viherpesun* avulla yritykset pyrkivät antamaan itsestään yhä ympäristötietoisemman kuvan. Apuvälineinä yritys käyttää *vihreää markkinointia* ja esimerkiksi mainostaa jotain tuotettaan ympäristöystävällisenä, jotta kasvattaisivat myyntiään. (Mononen ym. 2006,72–74)

Ympäristöön ja ruoan maahantuontiin liittyy yhä tiukentuvia turvallisuusmääräyksiä. Tätä kutsutaan *vihreäksi protektionismiksi*, josta esimerkkinä ”marketit, jotka tuovat ulkomailta luonnonmukaisia tai kemikaalittomia hyödykkeitä”, ja sopimusviljelijöiden vihreämmät tuotantostrategiat. (Mononen ym. 2006, 73)

Suomessa alkoi 1960 – luvun loppupuolelta lähtien vaikuttaa ympäristöliike, jonka piirissä esiteltiin ensimmäistä kertaa luonnonmukainen viljely. 1970 – luvulla alettiin pohtia maatalouden vaikutusta ympäristöön, esimerkiksi vesistöihin. Teollisuuden aiheuttamat ympäristöongelmat koettiin kuitenkin tärkeämmiksi. Vasta 80 – luvulla maatalouden ympäristöongelmat ymmärrettiin vakaviksi. Luomubuumi alkoi Suomessa vasta 1990 – luvulla. Tällöin luomutilojen määrä moninkertaistui muun muassa tukien ansiosta. Lisäksi yhteiskunnan vihertyminen ja vuonna 1995 Euroopan unionin yhteisen maatalouspolitiikan alaisuuteen siirtyminen edistivät luomun kannattavuutta verrattuna tavalliseen maatalouteen. Samaan aikaan myös Maa – ja metsätaloustuottajien keskusliitto MTK alkoi suhtautua luomutuotantoon positiivisemmin kuin aikaisemmin. Euroopan unioniin liittymisen jälkeen luomu nostettiin virallisissa asiakirjoissa varteenotettavaksi maaseudun kehittämissstrategiaksi. (Mononen ym. 2006, 133–134)

Luomu tarkoittaa luonnonmukaista kasvinviljelyä, kotieläintuotantoa, elintarvikkeiden jalostusta ja markkinointia, joita valvotaan ja joiden tuotantomenetelmät ovat ennalta sovittu. Tuotannon aikana tehdään vain luonnonmukaisia ja luontoa

säästäviä valintoja pellosta kaupanhyllylle saakka (Luomuruoka 2009). Luomutuotteeseen yhdistetään myös sanat *bio* tai *eko* (Aamulehti 2008).

Luomutuotannon periaatteet

- puhdas ja elinvoimainen luonto.
- keinotekkoisten lannoitteiden ja torjunta-aineiden välttäminen.
- kotieläimillä mahdollisuus lajinomaiseen käyttäytymiseen.
- energian säästäminen ja uusiutuvan energian suosiminen. (Luomuruoka 2009)

Tavallisesta tuotannosta pyritään tuottamaan mahdollisimman suuri sato, mutta luomutuotannossa laatu on määrää tärkeämpää. Yhteiskunnan vihertymisilmiö on tasoittanut luomuruoan tietä kuluttajien ruokakoriin. Useille viljelijöille luomu on elämäntapa, joka auttaa säilyttämään myös työnteon mielekkäänä. Liiallisen kulutuksen hillitseminen ja ei-materialistiset arvot kulkevat käsi kädessä luomuruoan kanssa. Eettisyyttä hakeville luomu on mahdollisuus vaihtoehtoiseen kuluttamiseen, mutta luomua ostavat yhä useammin myös muutkin. (Mononen ym. 2006, 140–144)

Yhdysvalloissa luomumaitoa kulutetaan paljon, mutta ostoskoriin valitaan luomun ohella myös tavallisia tuotteita. Suomen luomukuluttajat ovat keski- ja hyvätuloisia, nuoria kaupunkilaisia tai perheellisiä, joilla ei ole monta lasta. Naiset ostavat innokkaammin luomua kuin miehet. Ympäristön suojelun lisäksi luomun ostamisen motiiveja ovat myös oma terveys, tuotteiden laatu, puhtaus ja maku sekä eläinten hyvinvointi. Luomutuotteet ovat usein kalliimpia kuin tavalliset tuotteet. Usein kuluttajat valitsevatkin kotimaisia tuotteita tai lähiruokaa. Nekin koetaan luomun ohella puhtaiksi ja turvallisiksi. (Mononen ym. 2006, 142–144)

Kasvissyönnön trendi on pidemmän aikaa ja siihen johtavat monet syyt. Eettinen syy on eläinten kärsiminen tehotuotantotiloilla ja niiden teurastaminen lihaksi (Animalia 2006). Eläimistä tehdään tehotuotantokoneita ja esimerkiksi häkikanaloiden kanojen elinolosuhteet ovat kurjat. Luomukanaloiden asukkaat sen sijaan elävät ylellisesti. (Mononen ym. 2006, 169). Ekologisesti ajateltuna yhden

lihakilon tuottaminen vaatii 10 kiloa rehua ja vaatii paljon enemmän luonnonvaroa ja kuin kasvisravinto. Karjan laiduntaminen aiheuttaa eroosiota, jota esiintyy eritoten kehitysmaissa. Alueet aavikoituvat ja sademetsiä kaadetaan uusien laitumien edestä (Animalia 2009). Lisäksi karjatalous tuottaa lantaa ja kasvihuoneilmiöitä nopeuttavaa metaania (Mononen ym. 2006, 167).

Oikeanlainen kasvissyönti vähentää riskiä sairastua tiettyihin syöpätyyppeihin sekä sydän ja verisuonitauteihin, kun taas eläinkunnan tuotteet lisäävät riskiä erilaisiin sairauksiin ja ylipainoon. Monet uskonnot kieltävät eläinten tappamisen ja välttävät eläinkunnantuotteiden syöntiä. Liharuoka on kalliimpaa kuin kasvisruoka ja kasvisruokaa on helpompi kasvattaa kuin lihakarjaa. (Animalia 2009)

Erilaisia kasvissyöjiä

- osittainen vegetaristi ei syö ns. punaista lihaa, mutta syö kanaa ja kalaa.
- lakto-ovovegetaristi ei syö mitään lihaa, mutta käyttää maitotuotteita ja kananmunia.
- laktovegetaristi käyttää maitotuotteita.
- vegetaristi ei käytä eläinkunnantuotteita ruokavaliossaan.
- vegaani ei käytä mitään eläinkunnan tuotteita vaatetuksessaan.
- fennovegaani suosii lähialueella tuotettuja raaka-aineita. (Animalia 2009)

Vegaanien ruokavalioon kuuluu monia hedelmiä, jotka eivät kasva Suomessa. Näitä hedelmiä tuodaan Suomeen ulkomailta ja näin ollen hedelmien ekologisuutta on kyseenalaistettu. Monet ovatkin siirtyneet fennoveganismiin, jossa ulkomaiset elintarvikkeet korvataan kotimaisilla. Kuluttajalle, joka ei hyväksy tehotuotantoa, mutta ei halua luopua lihasta, voi luomulihaan siirtyminen olla ratkaisu. (Mononen ym. 2006, 168 - 169)

4.2.5 Ruoan maku

Shepherdin ym.(1994) ruoan valintamallissa (Kuvio 1) ruoan valitsemiseen vaikuttavat suuresti henkilön aistinvaraiset havainnot, kuten maku. Aistinvaraisista

havainnoista ruoan maku on yleensä aina yksi suurimmista ruoan valintaan vaikuttavista tekijöistä, jotka ohjaavat kuluttajaa. Yksilöiden makumieltymykset ovat usein hyvinkin erilaiset ja ne muuttuvat suuresti esimerkiksi iän myötä, joten on tärkeää ymmärtää, kuinka paljon nämä tekijät vaikuttavat ruoan valintaan ja kulu- tukseen. (Oranen 2006, 20)

Esimerkiksi viinilistoissa pelkkä *hyvän makuinen* ei riitä antamaan tarpeeksi paljon informaatiota kuluttajalle, vaan tarvitaan paljon muitakin houkuttelevia sanoja, kuten esimerkiksi *täyteläinen*, *hedelmäinen* tai *vaniljainen*. Sama koskee myyvien ruokalistojen laatimista. Mitä enemmän kuluttaja saa mielikuvia annoksesta, sitä varmemmin annos myy (Vaahtoniemi 2010).

4.2.6 Ruoan tuoreus

Lähiruoalla ymmärretään yleensä paikallisesti tuotettua ruokaa. Monosen mukaan lähiruoka on ruoantuotantoa ja – kulutusta, joka käyttää oman tuotantoalueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä. Paikallisen ruoan valmistuksessa käytetyt elintarvikkeet voidaan paikallistaa maantieteellisesti, vaikka itse paikka ei olisikaan lähellä. Paikallisia elintarvikkeita voidaan myös markkinoida erityisen kulttuuripiirteen avulla. Yhdysvalloissa paikallista ruokaa voisi esimerkiksi olla koko osavaltion alueella tuotettu ruoka. (Mononen ym. 2006, 43).

Lähiruoka miellyttää kuluttajia, koska sen ajatellaan olevan yksilöllistä ja tarpeen vaatiessa helposti jäljitettävissä. Tuottajien mielestä lähiruoka on laadukasta, maukasta, tuoretta, terveellistä ja turvallista verrattuna elintarvikeketjujen ruokiin. Lähiruoalla on kolme asiakasryhmää; yksityiset kuluttajat, kaupat ja suurkeittiöt. Yksityisistä kuluttajista varsinkin lapsiperheet ovat mieltyneet lähiruokaan, koska samalla voi tutustua myös maaseudun elämään. Lähiruoka on osa paikallista identiteettiä ja siitä on tullut myös merkittävä osa maaseutumatkailua. (Mononen ym. 2006, 121–122)

Tuottajien mukaan lähiruoan saaminen kauppojen hyllylle on vaikeaa ja aikaa vievää. Ketjuihin on vaikea päästä tavarantoimittajaksi, mutta jos se onnistuu ja asiakkaat löytävät tuotteen, jatko on helppoa. Lähiruoan matka kunnallisiin suurkeittiöihin sen sijaan on sujunut paremmin. Keittiöt tarvitsevat paljon tuotteita ja esimerkiksi pakkausjätettä syntyy vähemmän. (Mononen ym. 2006, 122)

4.3 Ruoanlaittotavat

Ruoanlaittotottumukset selvittävät esimerkiksi, kuinka paljon aikaa kuluttajat haluavat käyttää aikaa keittiössä tai kuinka paljon he käyttävät valmistuotteita.

4.3.1 Kiinnostus ruoanlaittoa kohtaan

Vuonna 1993 Saksassa, Ranskassa ja Iso-Britanniassa tehdyssä tutkimuksessa kartoitettiin erilaisia ruokailijatyyppejä ja heidät nimettiin taulukkoon seuraavallisesti:

Tyypit	Selitykset
Sitoutumattomat (Uninvolved)	Kolme ensimmäistä ryhmää edustavat ihmisiä, jotka eivät ole kiinnostuneita ruoasta, vaan se on jokapäiväinen välttämättömyys.
Välinpitämättömät (Careless)	
Maltilliset (Moderate)	
Perinteiset (Conservative)	Perinteisille ruoka antaa turvallisuutta ja vakautta. He arvostavat hyvää makua ja aterian suunnittelua.
Välinpitämättömät perinteiset (Uninterested conservative)	
Kiinnostuneet perinteiset (Interested conservative)	
Rationaaliset (Rational)	Rationaaliset ovat kriittisiä ja he etsivät mielellään informaatiota ruoasta. Terveellisyys, tuoreus ja luonnollisuus tärkeää.
Hedonistit (Hedonistic)	Etsivät ja kokeilevat uusia ruokia ja makuja. Nautinnollisuus tärkeää.
Uutuuksien etsijät (Adventurous)	

Taulukko 1. Erilaiset ruoanlaittajatyypit. (Varjonen 2000)

Suomalaiset ruoanlaittajatyypit vastaavat hyvin kuvion 4 tyyppiä. Suomalaiset ruoanlaittajat voivat olla *helpolla selviytyjiä*, *perheen muonittajia*, *perinteisiä kotikokkeja* tai *herkuttelevia kotikokkeja*. Selviytyjät eivät laita usein lämmintä ruokaa kotona. He pyrkivät tekemään helppoja ja tuttuja ratkaisuja ruoanlaitossa. He suosivat valmisruokia, mutta eivät ole kiinnostuneita etnisistä ruoista. Perheen muonittajat laittavat ruokaa vain perheensä tähden, ilman erityistä harrastuneisuutta. He arvostavat helppoutta ja taloudellisuutta. Perinteiset kotikokit pitävät ruoanlaitosta ja he uhraavat aikaa suunnitteluun. He pyrkivät laittamaan ruoan alusta asti itse ja tekevät terveellisiä, hintalaatu-suhteeltaan hyviä valintoja. Herkuttelevat perhekokit nauttivat maistuvan ruokansa hyvässä seurassa. (Varjonen 2000, 16)

4.3.2 Uusien ruokasuuntauksien etsiminen

Euroopan unioniin liittymisen jälkeen ruoan tuonti Suomeen on lisääntynyt valtavasti. Kuitenkin yhä 85 % ruoastamme on kotimaista. Suomalaisen ruoan korkeaan laatuun vaikuttavat vähäinen torjunta-aineiden käyttö, saastumaton maa, tiukat ympäristösäädökset, ruoan alkuperän jäljitettävyyden, kuluttajansuoja ja sekä puhtaat ja aromikkaat raaka-aineet. Maa -ja metsätalousministeri Sirkka-Liisa Anttilan mukaan koko ketjua pellolta pöytään on Suomessa tarkastettu. Keskon pääjohtajan Matti Halmesmäen mukaan suomalainen ruoka pysyy suosiossaan, kun vain ketju pellolta pöytään pysyy kitkattomana ja vahvana. Hänen mukaansa suomalainen ruoka on puhdasta ja turvallista. (Pirkka 2009)

Suomalaisten ruokien ohella meillä on mahdollisuus nauttia joka päivä yhä eksoottisempia makuja. Etnisten ruokien tuloa on vauhdittanut globalisoituminen. Ilmiö on saanut aikaan huomattavan paljon muutoksia maataloudessa ja elintarviketuotannossa. Elintarvikkeet liikkuvat yhä enemmän ja ne tulevat yhä kauempaa kuin aikaisemmin. Arvioiden mukaan tietyn elintarvikkeen matka kuluttajan ostokassiin on 4000 kilometriä tai elintarvike käy läpi 33 eri käsittelyvaihetta ennen kuin se päätyy ruokapöytään. (Mononen ym. 2006, 31)

Globalisoituminen on aiheuttanut myös elintarvikkeiden vakioinnin eli yhdenmukaistamisen. Tuotteet halutaan erottaa toisistaan eri tuotemerkkien ja ominaisuuksien avulla, kuten esimerkiksi ympäristöystävällisyyden. Toisaalta taas laatustandardeilla kuten koko ja väri, pyritään takaamaan tuotteiden laadun yhdenmukaisuus. Tämä on johtanut siihen, että ruoka on alkanut näyttää ja maistua samanlaiselta kaikkialla. Tuotteet ovat tasalaatuisia ja edullisia. (Mononen ym. 2006, 32)

Vaikka ihmiset arvostavat kotimaista ruokaperinnettä suuresti, myös etniset ruoat tulevat kiinnostamaan kuluttajia myös tulevaisuudessa (Varjonen 2000, 2). Ihmisten halu omaksua uusia makuja ja ruokatapoja näkyy etnisten ravintoloiden suosiossa ja ruokakauppojen tiskit tarjoavat yhä enemmän eksoottisia tuotteita.

4.3.3 Valmisruoat ja pikaruoat

Nykyihmisen kiireisen elämäntavan vuoksi ja ruoan tuotannon tehokkuuden ansiosta on syntynyt convenience food -trendi. Convenience food, suomeksi valmisruoka, voi tarkoittaa myös ulkona syömistä ja valmisruokien sekä puolivalmisteiden käyttöä. Convenience food -sana on lähellä *fast food* -sanaa, pikaruokaa. Sanaa pikaruoka käytetään kuitenkin, kun puhutaan ruoan tarjoilupaikasta ja tarjoilutavasta. Pikaruoka ja valmisruoka käsitteitä yhdistävät helppous ja nopeus. Aterian voi syödä missä vain ja vaikka ilman ruokailuvälineitä. Esimerkkinä hampurilaisravintolan Drive-In. Asiakas voi ajaa luukulle, tilata ateriansa ja syödä sen autossa tai kotona. Klassinen esimerkki valmisruoasta on tuote, joka ostetaan kauppan einesshyllystä, viedään kotiin, lämmitetään esimerkiksi mikrossa ja nautitaan. (Varjonen 2000, 22)

Valmisruokien käyttö kotitalouksissa säästää aikaa ja energiaa huomattavan paljon ruoanlaitossa. Esimerkiksi ansiotyössä käyvät naiset eivät käytä päivittäisiin kotitöihin niin paljon aikaa. Töiden vuoksi myös ruoanlaittoon käytettävä aika vähenee ja valmisruokia valitaan herkemmin tai käytetään ravintolapalveluita. Valmisruokien suosio nousee ja jos samanlainen trendi jatkuu, siirtyy elintarvikkeiden valmistus kokonaan teollisuudelle. (Varjonen 2000, 22).

Jotkut ihmiset liittävät valmisruokaan ja pikaruokaan negatiivisia mielikuvia, kuten epäterveellisyys ja runsas lisäaineiden käyttö. *Convenience food* -käsite ei välttämättä kuitenkaan tarkoita vain valmisruokaa itsessään. *Convenience* on laajasti ymmärrettyä helppoa ja vaivatonta ruoanlaittoa, joka voi siis koskea myös kotiruokaa, joka tehdään alusta saakka itse. (Varjonen 2000, 33) Ihanteellista varmasti olisikin, että pitkän työpäivän jälkeen olisi helppoa ja nopeaa valmistaa terveellinen ateria alusta asti itse.

Kirsi Piha käsittelee Gloria -lehden kolumnissaan *Hermoromahduksen partaalla* naisena olemisen haasteita ja ristipaineita nyky-yhteiskunnassa. Hän neuvoo naisia hankkimaan palveluita ja kannustaa käyttämään valmisruokia: ”Emme enää lypsä maitoa lehmästä aamuisin, ja harva leipoo leipää. Ei ole synti maksaa avus-

ta”. Pihan mukaan naisena olemisen arvo ei nouse vaikka silittäisi kaiken itse ja kokkaksi joka ilta kolmen ruokalajin terveellisen aterian. Valmisruokakin on hänen mukaansa ostettu palvelu, eikä purkkihernekeitto ole vielä ketään tappanut. (Gloria 2009, 24)

4.3.4 Ruoanlaitto ja perhe

Klassikon maineessa oleva Kotiruoka -keittokirjan kansikuvan muutokset kertovat, kuinka suomalainen perhe ja ruoanlaitto ovat muuttuneet vuosien varrella. Ensimmäisessä keittokirjassa vuodelta 1908 kolmen hengen perhe on kokoontunut aterioimaan pöydän ääreen palvelijatar apunaan. Kotiruoka -kirjassa vuodelta 1949 nuori nainen puhdistaa haukea keittiössä. Ennen toista maailmansotaa naisten paikka oli yleensä kotona vaikka työelämä alkoi jo tarjota mahdollisuuksia. Maailmansotien jälkeen alkoi murroskausi ja keittokirjoissa alkoi esiintyä nopeita ja helppoja reseptejä, jotka kielivät siitä, että naisilla ei ollut aikaa enää laittaa kotona ruokaa. 1970 -luvulla kansikuvassa isä valmistaa jauhelihapihvejä ja äiti raastaa porkkanoita. Lapset ovat myös mukana ruoanlaitossa. Tällöin haluttiin vaalia ajattelutapaa, että ruoanlaitto on perheen yhteinen asia. Vuoden 1987 jälkeisissä painoksissa ruoanlaittajan sukupuolta ei enää määritely. Vuonna 2002 ilmestyneessä painoksessa kansikuvassa esiintyy enää vain punainen kattila, joka voi symbolisoida yhden hengen talouksia, jotka ovat lisääntyneet 1900 -luvun loppupuolella. (Knuutila 2010, 94–117)

4.3.5 Ruoanlaiton suunnittelu

Aterian ja ruoan valmistaminen ja niiden suunnittelu on kotitalouden tärkeimpiä toimintoja esimerkiksi kodinhoidon ohella. Ruoanvalmistus kertoo kodin sisäisestä työnjaosta ja perinteisesti ruoan valmistus on ollut naisten tehtävänä. Tämän vuoksi ruoanvalmistusta on usein tarkasteltu naisten näkökulmasta (Mäkelä 2004).

Ruokatalouden hoito on aterioiden tuottamista perheelle. Ateriat, jotka tuotetaan ruokataloudessa vaikuttavat ruokatottumusten muotoutumiseen lapsesta saakka. (Varjonen 2000, 4) Näin ollen se vaikuttaa myös kuluttajakäyttäytymiseemme.

1	2	3	4	5	6
Ruoka valmistetaan raaka-aineista lähtien itse, raaka-aineet tuotaan itse	Ruoka valmistetaan raaka-aineista lähtien itse	Ostetaan aterian osia (pakasteviannes – sekoitus)	Ostetaan valmisruokia, lämmitetään kotona	Valmisateria ostetaan kotiin tuotuna (Pizzataksi)	Ruokailu kodin ulkopuolella (Ravintola, työpaikka)

Taulukko 2. Ruokataloudenhoidon vaihtoehtoiset tavat. (Varjonen 2000)

Kuvio 5. kuvaa ruokataloudenhoidon vaihtoehtoisia tapoja. Kotitalouksilla on monia eri vaihtoehtoja valmistaa aterioita. (Varjonen 2000, 34) Kotitaloudet vaihtelevat tapoja eri tilanteiden mukaan esimerkiksi valmistamalla osan aterian itse alusta saakka, kuten kohdassa kaksi, ja valmistamalla lisukkeet esimerkiksi kohdan kolme mukaan.

4.3.6 Naisen työ

Kansakunnan ruokkiminen tuntuu olevan yhä naisten tehtävä, jossa punnitaan myös kyky huolehtia jälkikasvusta. Vaikka nainen ei juuri pitäisi ruoanlaitosta, se kuuluu hänen rooliinsa. Ruoanlaitto ei kuitenkaan ole vain muiden perheenjäsenten palvelemista, vaikka heidän mieltymyksensä vaikuttavatkin ruokavalintoihin. Naisilla on ruoanlaitossa valta ja usein he ovat ylpeitä taidoistaan. Oman äidiltä peritään mallit ja lähtökohdat oman ruokatalouden hoidolle. (Mäkelä 2004)

4.4 Käyttötilanteet

Käyttötilanteilla viitataan elintarvikkeiden käyttötottumuksiin, siihen mitä tyypillisesti syödään, milloin, missä ja kenen kanssa ruokaillaan. (Oranen 2006, 31)

4.4.1 Naposteltavat vastaan ateriat

Aterioita ja juomat ovat kaksi tärkeää vastakkaisista kategorioita, esimerkiksi suhteessa kiinteyteen ja nestemäisyyteen. Aterioita koostuu kiinteistä ja nestemäisistä aineosista ja siinä on oltava mieto/makea/hapan ulottuvuus. (Mäkelä 2004)

Ruotsalaisen Marianne Ekströmin empiirisessä tutkimuksessa (1990) valmis ateria koostuu pääruokalajista ja yhdestä tai useammasta lisukkeesta (*en huvudrätt med tillbehör*). Yleensä tämä valmistettu ateria on päivällinen. Lisukkeiden määrä vaihtelee, mutta niitä on enimmillään kolme ja lisäksi on jälkiruoka. Valmistetun aterian analyysin perusteella Ekström esittää neliosaisen mallin. Ensimmäinen on pääainesosa, joka antaa ruokalajille nimen. Se on yleensä lämmin ruokalaji ja sisältää yleensä aterian eläinproteiinin. Toinen osa on lisuke, yleisimmin peruna, pasta tai riisi, joka on aterian perusta tärkkelyksen ja hiilihydraattien muodossa. Kolmas osa on lisuke, joka on vihanneksia tai juureksia. Neljäs osa on lisälisukkeet, vihanneksia hedelmiä, juureksia, sinappia, ketsuppia, hilloa, kastiketta. Ruoan kanssa juodaan yleisemmin maitoa ainakin lapsiperheissä. Vain pelkkää vettä juodaan harvemmin. (Mäkelä 2004)

4.4.2 Ruoka ja sosiaalinen tilanne

Nykyään ihmisten on mahdollista syödä missä vain ja milloin vain. Vaikka aika-
taulut sitovat yhä ihmisiä, kello ei enää määrää ruokailuajankohtaa. Mielikuva
take away -kahvista ja sämpylästä on varmasti monen arkea, kun taas tyylikäs
pukeutuminen ja kolmen ruokalajin illalliset ovat usein enää ajankohtaisia juhla-
pyhinä tai erikoistilaisuuksissa. Nykyään toivotaan, että ehdittäisiin ruokailla edes
kerran perheen kanssa tiettyyn kellon aikaan. (Mäkelä 2004)

Ruokailun epämuodollistuminen ja hektinen elämäntyyli ovat ehtineet aiheuttaa jo
vastaliikkeen (Varjonen 2000, 1). Alkujaan Italialaisen Slow food -liikkeen ajatus
on, että ruokailu tulee olla kokonaisuus. Ateria tehdään kiireettä hyvistä raaka-
aineista ja ruoka syödään rauhassa ja hyvässä seurassa. Vuonna 1993 perustettu
Slow Food Finland ry kertoo myös pyrkivänsä kehittämään suomalaista ruoka-
kulttuuria ja löytämään uusia käyttötapoja kotimaisille elintarvikkeille. (Slow Food
Finland 2009).

Slow Food -liikkeen periaatteita ovat

- puolustaa elämän pieniä nautintoja ja inhimillistä elämänrytmiä.
- vastustaa ruokailun liiallista yksinkertaistamista.
- korostaa eri vuodenaikojen ja alueiden runsasta kirjoa ruoka-aineiden valikoimassa.
- muistuttaa siitä, että ruoasta ja juomasta nauttiminen on aina ollut osa kulttuuriamme.
- kannattaa hyvälaatuisten ruoka-aineiden valmistusta ja ekologisesti järkeviä tuotantotapoja.
- vastustaa turhaa ruoka-aineiden teknistä ja kemiallista käsittelyä.
- vaalia paikallisia ja perinteisiä keittotaidon menetelmiä ja mielekkäitä hintoja. (Slow Food Finland 2009)

Slow Food -liikettä voidaan pitää pikaruokakulttuurin vastakohtana. Liikkeen perustamisen yksi motiivi oli McDonalds'in pikaruokakulttuurin kritisoiminen. Monet *slow food* -ravintolat toimivat yhteistyössä paikallisten ruoantuottajien kanssa ja listalla olevat annokset vaihtuvat usein tarjonnan ja esimerkiksi vuodenaikojen mukaan (Mononen ym. 2006, 42–43).

4.5 Ostomotiivit

Tavoitellut seuraukset ohjaavat ostomotiiveja. Esimerkiksi onko syömisen merkitys vain näläntunteen poistaminen tai halutaanko myös seurustella samalla kun ruokailee. (Oranen 2006, 31) Esimerkiksi Mäkelän haastateltavat korostivat yhdessä syömisen tärkeyttä. Usein kuitenkin yhteinen ruoka aika varsinkin arkisin on saavuttamaton päämäärä. Perheateria on kuitenkin yhä perheen yhtenäisyyden symboli ja se vahvistaa yhteenkuuluvaisuuden tunnetta. Säännölliset ateria-ajat sitovat perheenjäsenten erilaiset päivärytmit yhteen. Syöminen nähdään myös osana etiketin ja seurustelun opettelua. (Mäkelä 2004)

5 NAISTEN KÄSITYKSIÄ KUNNON RUOASTA

Johanna Mäkelä haastatteli 36 pääkaupunkiseudulla asuvaa naista keväällä 1992. Tähän lukuun on koottu Mäkelän tutkimuksen tärkeimpiä seikkoja, jotka selvittävät suomalaisten naisten ruokailutottumuksia ja käsityksiä kunnon ruoasta.

Mäkelän haastateltavat tuntevat hyvin tämän hetken oikean ravitsemuksen suuntauksiset ja haluavat noudattaa niitä. Keveys, ravitsevuus, valkuaisaineet, kuidut, vitamiinit, kolesteroli, kalorit ja energian tarve esiintyivät haastateltavien puheissa. Haastateltavat syövät tai pyrkivät syömään kevyemmin ja enemmän vihanneksia kalaa ja salaatteja. Haastateltavien tavoitteena on myös vähentää rasvan määrää leivän päällä ja ruoanvalmistuksessa. Kaiken kaikkiaan heillä on tavoitteena terveellisempi ruokavalio. Haastateltavat uskovat että syömisen monipuolisuus on tae terveellisyydestä. Heidän ruokavalionsa on monipuolinen ja tasapainoinen, sisältää paljon vihanneksia ja kalaa, on vähärasvainen ja vähäsuolainen. Haastateltaville terveyden ja ravinnon välinen yhteys on selvä ja he ovat koettaneet muuttaa syömistään terveellisempään suuntaan. (Mäkelä 2004)

Vastauksissaan haastateltavat painottivat kevyttä ruokaa. Keveys ei suoranaisesti tule virallisista ravintosuosituksista vaan sen voi pikemminkin olettaa olevan ruokateollisuuden aikaansaannos, jossa kevyttä markkinoidaan terveellisyyden synonyymina ja apuna muutokseen. Elintarviketeollisuus onkin hyödyntänyt kuluttajien terveystietoisuuden lisääntymistä luomalla erilaisia kevyitä *light* -tuotteita. Suolan käyttöön ei sisälly yhtä vahvoja negatiivisia tunteita kuin rasvaan ja haastatelteluista välittyikin vahva rasvan pelko. Rasvaisuudesta ja makeudesta haastateltavat nauttivat poikkeustilanteissa, kuten esimerkiksi juhlissa. Valmistustavoissa uunin käyttö tiedostetaan terveellisemmäksi kuin paistaminen. Oikea syöminen ei olekaan helppoa ja haastateltavien puheesta on havaittavissa myös pientä syyllisyyttä. Haastateltavat ovat huolissaan omasta vartalostaan, koska on olemassa ylensyömisen riski. (Mäkelä 2004)

Johannan Mäkelän haastateltavat eivät pitäneet ruoanlaittoa harrastuksenaan, mutta olivat kuitenkin iloisia ja ylpeitä omasta ruoanlaittotaidosta. Suomalaisten ruoanlaittajatyyppeiden mukaan Mäkelän haastateltavat olisivat varmasti perheen muo-

nittajia. Tiettyssä vaiheessa tutkimusta Mäkelä alkoi pohtia oliko valinnut haastateltaviksi vain naisia, jotka mieltävät oman ruokataloutensa hyväksi, ja jossa ei ole moitteen sijaa. Esimerkkiä uusavuttomista perheistä, joissa käytetään vain ja ainoastaan eineksiä, ei ilmennyt. (Mäkelä 2004)

Johanna Mäkelän haastateltavat käyttävät myös einesruokia, kuten maksalaatikkoa, hernekeittoa, pitsaa ja kalapuikkoja. Haasteltavien äidin eivät einesruokia käyttäneet ja haastateltavien suhtautuminen eineksiin on ristiriitaista. Laatu ja maku ovat tekijöitä, jotka huolettivat haastateltavia. Hyvän ruoan tulisi olla myös itse valmistettua, mitä eines ei ole. *”Mitä ei ole valmistettu itse, niihin ei ole emotionaalisesti sitouduttu”*. Itse tehty ruoka on äidin ja vaimon rakkauden osoitus ja huolenpitoa perhettään kohtaan. Mäkelän haastateltavat syövät joskus pikaruokaa, einesruokaa tai makeisia. Einesruokia he syövät satunnaisesti kiireen vuoksi. (Mäkelä 2004)

Mäkelän haastateltavien muistikuvissa äiti on hyvä ruoanlaittaja ja keittiö on äidin valtakunta. Haastateltavat tuntuvat pitävän arvossa äitiensä keittotaitoja ja opetuksia yhä. Heillä on tapana tehdä samanlaista ruokaa kuin äitinsä. Haastateltavien isät eivät juurikaan laittaneet ruokaa. Isän työssäkäynti rytmitti myös perheen syömistä. (Mäkelä 2004)

Mäkelän haastateltavilla syömisen ajankohta oli puolenpäivän tienoilla tai töiden jälkeen klo 16 ja klo 18 välillä. Lounas syödään puolen päivän tienoilla ja iltateriä tarjoillaan vain lapsille, koska haastateltavat eivät halua syödä kahta lämmintä ateriaa päivässä. Viikonloppuisin aikataulut ovat rennompia ja vaihtelevimpia, jolloin syödään vain yksi ateria päivässä. Aamiainen on usein runsaampi ja illalla valmistetaan lämmin iltapala, esimerkiksi pizzaa. Päivän pääateria syödään klo 12 ja klo 14 välillä tai klo 15 ja klo 16 välillä. Eri ammattiryhmien välillä ei esiinny paljon eroja ja vuodenaikojen vaihtelu ei korostunut kovinkaan paljon. Kesällä haastateltavat syövät kevyemmin ja käyttävät enemmän marjoja ja kalaa. Valmistustavoista uunin käyttöä pyritään suosimaan, mutta ruokaa myös keitetään

ja paistetaan säännöllisesti. Valmistustapaa tärkeämpää on että ruoka on itse tehtyä. (Mäkelä 2004)

Johanna Mäkelän haastateltavat mielsivät ruoanlaiton naisen tehtäväksi. Haastateltavat tiedostavat vastuun. Asenteet ruokaan ja syömiseen muototuvat ja lapsuudessa ja perheen äidin tietotaito vaikuttaa perheen ruokatottumuksiin. Haastateltavat pitävät huolta myös miehensä syömisistä. Aviomiesten terveydentilan huomiointaminen tuntuu olevan tyypillistä alemmille toimihenkilöille ja työntekijöille. Ylemmät toimihenkilöt kokevat olevansa vastuussa lapsistaan, mutta eivät ilmaiseksi huolta miestensä syömisistä. (Mäkelä 2004)

Mäkelän haastateltavat syövät yleensä jokaisen suomalaisen tunnistamaa tyypillistä suomalaista arkiruokaa, kuten lihakastiketta, lihaa, kanaa ja eri tavoilla valmistettua kalaa. Lisukkeena on yleensä perunaa, sekä salaattia. Joskus ateria oli keittoa leivän kera. Jos juoma mainittiin, se oli yleisimmin vettä mutta myös maitoa, mehua, viiniä tai olutta. Jälkiruoat olivat usein makeita leivonnaisia, mutta niitä ei nautittu kovin usein. (Mäkelä 2004)

Haastateltavia pyydettiin kuvailemaan millainen on heidän mielestään *kunnon ateria*. Enemmistölle haastateltavista ateria on lämmintä ruokaa, joka valmistetaan uunissa ja tarjoillaan salaatin kera. Alemmat toimihenkilöt pitivät tärkeänä, että ruoka on itse tehtyä, ei eineksiä tai puolivalmisteita. Toimihenkilöt pohtivat mahdollisia etu ja jälkiruokia ateriaan. Toimihenkilöt listasivat aina lihan ja kalan aterialle, mutta työntekijät vain lihan. Työntekijät suosivat lisukkeena perunaa toimihenkilöiden hyväksyessä myös pastan ja riisin. (Mäkelä 2004)

Juoma on yleensä osa kunnon ateriaa. Haastateltavien suosituimmat juomat olivat vesi, maito, viini ja olut. Yhdessä syöminen on heille tärkeää. Haastattelujen perusteella alemmille toimihenkilöille ja työntekijöille on tärkeää syödä yhdessä perheen kanssa mutta ylemmät toimihenkilöt puhuvat syömisestä sosiaalisesta merkityksestä yleisemmin. Tärkeäksi kriteeriksi nousi yhdessä syöminen sekä terveellinen tasapainoinen ruoka. Mäkelä halusi korostaa haastatteluissaan, ettei hän ole

kiinnostunut haastateltavien syömisestä terveyden ja ravitsemuksen näkökulmasta. Hän huomasi kuitenkin, että jotkut haastateltavat halusivat antaa omasta ja perheen syömisestä tietyntyyppisen kuvan. Epäterveellinen syöminen sai haastateltavat nauramaan vaivaantuneesti. (Mäkelä 2004)

Valmistustavat ovat erilaisia arkisin ja viikonloppuisin. Viikonloppuisin suositaan uunia, koska on enemmän aikaa ruoanlaittoon ja myös halua tehdä parempaa ruokaa ja rahaa vieviä ruokalajeja. Viikonloppuisin ateriat ovat myös perheen yhteen kokoontumisia, sosiaalisia tapahtumia. Viikonloppuna on sallittua myös napostella. (Mäkelä 2004)

Mäkelän haastateltaville joulukuukuu on tärkein jokavuotinen juhla. Muita vuotuisjuhlia vietetään vähemmän ja usein ilman säännöllisesti toistuvia ruokia. Syntymäpäivät ovat haastateltaville tärkeitä ja ainakin lapset saivat itse tehdyn syntymäpäiväkakun. Erikoistilanteissa, kuten illallisilla tai jouluna syödään moniruokalajisia aterioita. Haastateltavat voivat tarjota vieraille myös vain pääruoan ja jälkiruoan tai seisova pöydän, jossa on esimerkiksi pikkulämpimiä ja salaattia. (Mäkelä 2004)

6 JOHTOPÄÄTÖKSIÄ RUOKAKULTTUURIN MUUTOKSISTA

Suomalaisten syöminen on muuttunut radikaalisti viime vuosikymmeninä. Siinä missä ruoka kasvatettiin ennen itse, on nykyään mahdollista ostaa kaikki valmiina kaupasta ja tutustua vieraiden maiden ruokakulttuureihin. Nämä valinnanmahdollisuudet ovat tuoneet mukanaan paitsi uusia makuelämyksiä, myös huolta omista syömistottumuksista ja niiden vaikutuksesta terveyteen ja ympäristöön. Myös ruoan sosiaalisen merkityksen väheneminen huolestuttaa nykyisiä, kuten myös Johanna Mäkelän (2004) haastateltavia. On yhä vaikeampaa kerätä perhe pöydän ääreen yhtäaikaan. Kunnolliset ateriat on helppo korvata naposteluilla, pikaruoalla ja eineksillä. Lisäksi ruoanvalitsemisprosessiin vaikuttavat kaikki aistimme. Enää ei riitä, että ruokaa on saatavilla polttoaineeksi, vaan sen täytyy myös maistua hyvälle ja olla terveellistä.

Food Related Lifestyle -mallin eri peruskäsitteet kokoavat hyvin yhteen tämän hetken trendejä ja tärkeitä teemoja ruokamaailmassa. Terveys on tärkeä lähtökohhta, kun pohditaan päivän ruokavalintoja. Sanonta *olet mitä syöt*, onkin varmasti monen mielessä, kun on aika tehdä päivän ruokavalinnat. Ruoan medikalisoitumisen avulla on helppo varmistaa vitamiinien saatavuus, mutta myös *superfood* on alkanut olla suosittua. On luonnollisempi tapa saada vitamiinit suoraan esimerkiksi marjoista kuin syödä ne apteekin purkista.

Orgaaniset tuotteet ovat olleet vahvasti esillä 2000 -luvulla. Valitsemalla kasvisyönnin voi olla varma, ettei omalta osaltaan vaikuta negatiivisesti eläimien käyttöön tuotantokoneina. Lisäksi kasvissyönti on terveellistä. Moni haluaisi syödä ja kuluttaa ekologisemmin, mutta tätä vaikeuttaa usein esimerkiksi luomuruoan kallis hinta. Myöskään lähituottajien tuotteet eivät kulkeudu vielä niin helposti kaupoihin tai ne eivät erotu edukseen muista tuotteista. Erilaiset järjestöt, kuten Reilukauppa pyrkivät lisäämään ekologisten tuotteiden määrää ja tunnettuutta markkinoilla.

Etnisten ruokien ja ravintoloiden määrä on lisääntynyt huimasti ja yhä suurempi osa ostoskorin elintarvikkeista on ulkomaisia. Nämä seikat varmasti ovat osaltaan vaikuttaneet siihen, että kotimainen ruoka on taas jälleen kerran suosiossa.

Liitteessä 1 on kuva Trendi -lehdessä ilmestyneestä McDonald'sin mainoksesta, jossa nuoripari on piknikillä perisuomalaisessa järvimaisemassa. Kuvaa tutkimalla huomaa helposti, mitä asioita kuluttajat ovat pitäneet trendikkäinä 2000 -luvun loppupuolella. Mies viipaloi kurkkua, tomaattia ja jäävuorisalaattia ja tyttö seuraa vierestä. Vihannekset korissa näyttivät siltä kuin ne olisivat haettu suoraan pellostä. Piknikmatolla on myös esillä muun muassa vaaleaa leipää, mansikoita ja juustoa ja pihvit tirisevät grillissä. Mainoksen alakulmassa on teksti, jossa sanotaan ”samoista aineksista valmistetaan myös Big Mac” ja kuva hampurilaisesta. Yläkulman teksti lupaa raaka-aineiden olevan 100 % naudanlihapihviä, tuoreita vihanneksia ja Suomessa leivottuja sämpylöitä (McDonald's 2009). Mainoksen kuva pyrkii välittämään kuluttajalle mielikuvia terveellisyydestä, kotimaisuudesta ja hauskaasta yhdessä olostä puhumattakaan tuoreista vihanneksista. Kaikki ainekset näyttävät luonnonmukaisilta ja ennen kaikkea helpoilta ja nopeilta valmistaa. Ei tarvitse itse alkaa valmistamaan aterioita, kun sellaisen saa valmiina McDonald'sista. Mainos on kieltämättä oikein onnistunut, vaikka McDonald'sissa tuskin pääsee näin rauhaisaan ateriointikokemukseen. Mainos on kuitenkin osannut vangita kaikki ne elementit, joita kuluttaja arvostaa. Perinteisten roolien muuttamisesta kertoo se, että molemmat ovat tasapuolisesti mukana ruoanlaitossa.

7 NAISTENLEHDET SUUNNANNÄYTTÄJINÄ

Olen valinnut tutkimukseeni kaksi suomalaista naistenlehteä, Eevan ja Trendin. Halusin valita tutkimukseen lehden, jotka molemmat ovat suosittuja lukijoiden keskuudessa. Eeva on erittäin perinteikäs suomalainen naistenlehti ja myös Trendi on ollut suosittu jo pitkään nuorten naisten keskuudessa. Molemmat edustavat erikäisiä suomalaisia naisia. Tässä luvussa selvitetään, mikä on naistenlehti ja kerrotaan Eevan ja Trendin erityispiirteistä.

7.1 Naistenlehtien määritelmä

Naistenlehdet kuuluvat aikakauslehtien ryhmään, jotka ovat jaettu kolmeen osaan riippuen kohderyhmästä. On olemassa yleisölehtiä, asiakaslehtiä ja yhteisölehtiä. Kaupalliset yleisölehdet ovat suurin yksittäinen yleisölle näkyvin lehtiryhmä. Irtonumeroina ostettavat tai tilattavat lehdet käsittelevät maailmaa ja ihmiselämää monesta eri näkökulmasta ja suunnasta. Naistenlehtien ohella yleisölehtiä ovat esimerkiksi nuortenlehdet ja urheilulehdet. (Rantanen 2007, 26)

Osalla lehdistä on pitkä ja kunniakas historia. Alkuun on voinut olla tarve tehdä lehti esimerkiksi kotirouvien tarpeeseen, mutta myöhemmin lehdenteko on tuonut mukanaan taloudellisen menestyksen ja lehden aseman vakiintumisen. Lehdet käsittelevät usein kiinnostuksemme kohteita, kuten esimerkiksi työtä, vapaa-aikaa ja harrastuksia. Ruokasivut antavat siis hyviä vinkkejä naisten vapaa-ajan ja arjen viettoon. Lukijat löytävät aina lehdet, jotka kiinnostavat heitä. Näin syntyy lukijaheimoja, jotka määrittyvät lehden lajityypin mukaan. Näihin ryhmiin kuuluvat myös naistenlehdet. Samankin lajityypin sisällä saattaa olla tarjolla kymmeniä erilaisia aikakauslehtiä erilaisille lukijoille. Uusia naistenlehtiä ilmestyy todella usein ja kilpailu alalla on kova (Rantanen 2007, 26). Yhtyneiden Kuvalehtien julkaisujohtaja Katriina Kaarre sanoo, että naiset saattavat lukea kerralla jopa neljää eri naistenlehteä. Naistenlehdet kilpailevat naisten vapaa-ajasta ja lehtiä syntyy lisää (Verkkotutka 2010). Kaupallisten lehtien kustantajat tutkivat yhä tarkemmin lukijoitaan ja muodostavat saman lajityypin sisälle uusia lajityyppejä uusille kohderyhmille. Tällöin lehti syntyy lukijoiden tarpeeseen. (Rantanen 2007, 26)

7.2 Eeva

Eevan -lehden kohderyhmä on aikuiset naiset. Eevan ruokasivut ovat nimeltään *Nyt näkyvissä makupaloja* (tammikuu 2005–syyskuu 2006) ja lokakuusta 2006 saakka nimenä on *makupaloja*. Makupalojen lisäksi esimerkiksi vuoden 2005 Ee-voissa oli myös kuuluisien poliitikkojen suosikkireseptejä. Vastaavasti vuonna 2006 suosikkireseptejään esittelivät kuuluisat taiteilijat. Näitä sivuja ei kuitenkaan huomioitu tutkimuksessa, koska ne edustavat yhden ihmisen mieltymyksiä eivätkä näin ollen kerro sen hetkisistä trendeistä.

7.3 Trendi

Trendi -lehden kohderyhmä on nuoret aikuiset naiset. Trendin ruokasivut ovat nimeltään *ruoka ja juoma* (tammikuu 2005–heinäkuu 2007). Elokuusta 2007 Trendi -lehden ruokasivut tottelivat nimeä *ruokahalu*.

8 TIETOJEN KERÄÄMINEN EEVASTA JA TRENDISTÄ

Tutkimusosuudessa saadaan selville, millaisia trendejä edellä mainittujen naistenlehtien ruokasivuilta löytyy. Tämä toteutetaan Food Related Lifestyle -mallin eri peruskäsitteiden avulla. Laatutekijöistä mitataan terveyttä, tuotteiden medikalisoitumista, keveyttä, perinteisyyttä, uutuuksien esiintymistä, ekologisuutta, luomuruokaa, kasvisruokaa ja lähiruokaa. Ruoanlaittotottumuksista mitataan etnisyyttä, kotimaisuutta, valmisruokaa, kotiruokaa, ja pikaruokaa. Käyttötilanteista mukana ovat naposteltavat, sosiaalinen tilanne, slow food ja sesonkien vaikutus ruokasivujen sisältöön. Tutkimukseen ei sisälly Food Related Lifestyle -mallin ostomotiivit ja ostotavat -elementtejä, koska niitä ei voida mitata lehtien ruokasivuilta. Myöskään juomia, esimerkiksi viinejä, ei otettu tutkimukseen mukaan.

Eeva 2008													
	Tammi	Helmi	Maalis	Huhti	Touko	Kesä	Heinä	Elo	Syys	Loka	Marras	Joulu	Yhteensä
Terveys			1	1									2
Medikalisoituminen		1	1										2
Super food													0
Keveys					1				1			1	3
Perinteisyys		1							2			1	4
Uutuudet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	11
Ekologisuus	1						1						2
Luomu				1	1							1	4
Kasvisruoka			1		1	2							4
Lähiruoka						1							1
Etnisyys	1		1		1				1	1	1	1	7
Kotimaisuus		1	1		1		1						4
Valmisruoka		1				2						1	4
Kotiruoka	1				1	1	1	1		1	1	1	8
Pikaruoka													0
Naposteltavat		1	1				1						3
Sosiaalinen tilanne				1									1
Slow food													0
Sesongit				1		1	1	1		1		1	6

Taulukko 3. Tietojen kerääminen.

Food Related Lifestyle -mallin peruskäsitteiden avulla löydettyistä trendeistä tehdään taulukko jokaiselle vuosikerralle. Taulukoihin tulee merkintä aina jokaisen trendin kohdalle kun se mainitaan ruokasivuilla. Esimerkiksi terveys -kohtaan tulee merkintä aina jos ruokasivuilla puhutaan terveellisyydestä. Medikalisoitumiseen tulee merkintä, mikäli johonkin tuotteeseen olisi esimerkiksi lisätty vitamiineja tai muita terveyttä edistäviä ainesosasia. Keveyteen tulee merkintä, jos ruokasivuilla mainitaan tuotteen olevan kevyt tai light -tuote, vähäkalorinen tai sopii esimerkiksi linjoistaan huolehtiville. Perinteisyys voi olla esimerkiksi van-

hojen etikettien uudelleen tuleminen tai Isomummin keittiö -kirja. Uutuus -kohtaan tulee merkintä aina kun ruokasivuilla esitellään jokin uusi tuote. Uusi tuote on esimerkiksi uusi elintarvike tai tuote markkinoilla. Ekologisuuteen tulee merkintä, jos puhutaan ympäristöystävällisyydestä. Luomuruokaan tulee merkintä, kun mainitaan sana luomu, samoin kuin lähiruokaan tai kun mainitaan lähituottajat. Kasvisruokaan tulee merkintä, kun mainitaan erityisesti jonkin reseptin olevan kasvisruoka tai kun mainitaan kasvisyöjille sopivista ruoista tai esimerkiksi kirjallisuudesta tai ravintoloista. Etnisyyteen tulee merkintä, kun mainitaan esimerkiksi jokin muu kuin suomalainen keittiö. Kotimaisuuteen tulee merkintä kotimaisista raaka-aineista, perinteisistä suomalaisista resepteistä ja aina kun mainitaan suomalaisuus tai kotimaisuus. Valmisruokaan tulee merkintä, jos esitellään esimerkiksi jokin uusi valmisruoka tai einas. Tällä tavalla jatketaan kaikki vuosikerrat läpi.

Liitteessä 2. on esimerkki tietojen keräämisestä Trendi -lehdessä. Kuvion alleviivatut kohdat esittävät asioita, jotka on lisätty taulukkoon. Ruokasivuilla on esimerkiksi maininta venäläisestä keittiöstä ja suklaakakun ohjeessa on maininta luomurusinoista. Taulukkoon tulee merkinnät etnisyyden ja luomuruoan kohdalle. Kotiruoan kohdalle tulee merkintä, mikäli ruokasivuilla on esitelty jokin resepti, joka on mahdollista valmistaa kotona. Esimerkin ruokasivussa (Liite 2.) on kaksi reseptiä, joista tulee merkinnät kotiruoka -kohtaan. Ruokasivulla esitellään myös uusi terva-siirappikastike ja taulukkoon lisätään merkintä uutuudet -kohtaan.

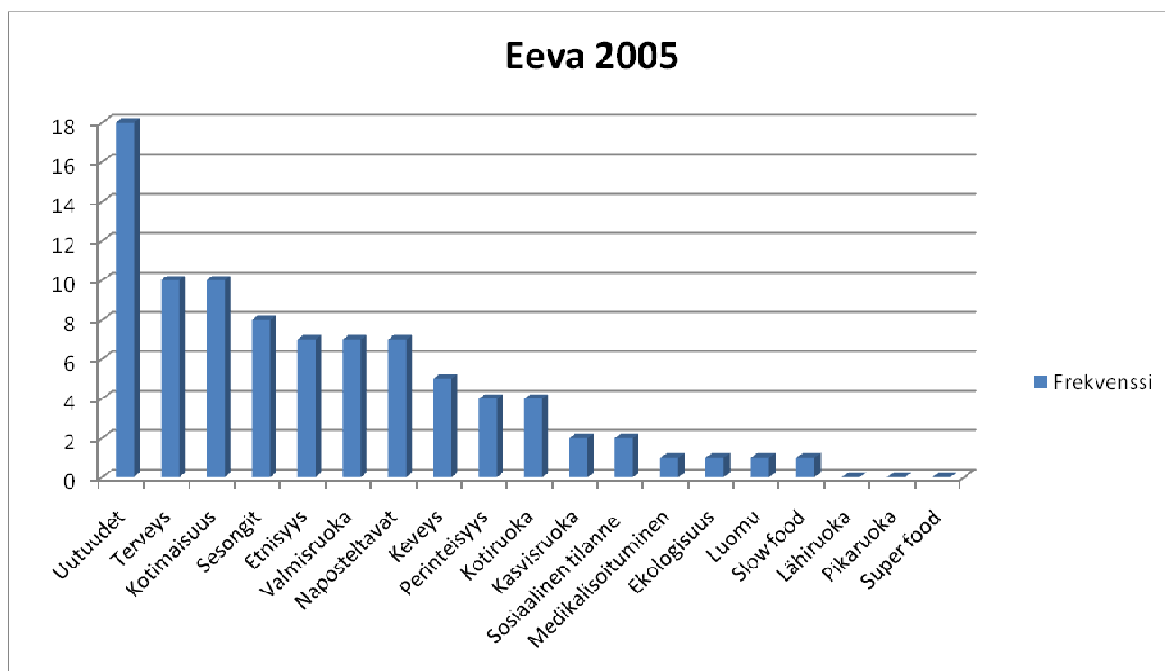
Viimeiseksi jokaiselle riville lasketaan summarivi (Kuvio 6.), jonka jälkeen jokaisen lehden vuosikerrasta voidaan nähdä, mitkä trendit tulevat selkeästi esille ja mitkä taas jäävät piiloon. Vuosikertojen tutkimisen jälkeen tehdään yhteenveto esiintyneistä trendeistä ja lisäksi vertaillaan Trendiä ja Eevaa keskenään.

9 EEVAN RUOKASIVUT

Tässä kappaleessa kerrotaan, minkälaisia trendejä on löydetty Eeva -lehden ruokasivuilta Food Related Lifestyle -tutkimusmenetelmän avulla.

9.1 Vuosi 2005

Vuoden 2005 Eevojen suurimmat trendit olivat terveys ja kotimaisuus. Uutuustuotteita esiteltiin jokaisessa numerossa, samoin kun etnisiä ruokia ja naposteltavia. Sesonkien vaikutus näkyi ruokasivuilla, mutta verrattain vähän löytyi kasvisruokaan liittyviä aiheita, ekologisuutta tai luomuruokaa.



Kaavio 1, Eeva 2005.

Vuoden 2005 artikkelit käsittelivät muun muassa hunajaa, mätiä, luomuspelttiä ja elintarvikkeiden mainontaa ja elintarvikkeiden medikalisoitumista. Europarlamentaarikko Satu Hassi kertoi nykyään olevan sallittua lisätä esimerkiksi tikkariin c-vitamiinia ja mainostaa sitä sitten ”vitamiinitikkarina”. Helmikuun numerossa esiteltiin Vuoden Vihannes, joka oli paprika. Samassa numerossa haastateltiin myös tunnettua kokkia Aki Wahlmania, joka kehottaa nauttimaan ruokailusta myös sosiaalisena kohtaamisena kuten slow food-ilmiossä tehdään. Naposteltavia

esiteltiin paljon koko vuoden aikana. Naisten iltaan tarjoiltiin naposteluvinkkejä ja joulukuun numerossa esiteltiin suolaista ja makeaa naposteltavaa. Kotiruokaresepteinä olivat täytetyt paprikat, omena granite, lämmin perunasinihomejuustosalaatti ja hapankorppudippi.

Uutuustuotteita

- lisä- ja säilöntäaineeton Tropicana-mehu.
- Arlan BUKO Pfeffer-pippurituorejuusto.
- Nestlén Vivana-vadelmajää.
- Valiojäätelön Pingviini kirsikka-suklaatuutti.
- Fazerin Ruis Toast.
- Kotijäätelön Kinuskiunelma-jäätelökakku.
- Estrellan Pepper Chips.
- Atrian Wilhelm auragrillimakkara.
- Arlan HØng Grädd Danablu ja Bellablu-sinihomejuustot.
- Myllynparas Kihara Spagetti.
- McCormickin maustemyllyt.
- Canderel makeutusjauhe.
- Sun Maid Tropical Trio-kuivatut hedelmät.
- Biokia Suklaa puolukka ja Suklaa mustikka.

Terveysaiheisten elintarvikkeiden ja artikkelien määrä oli toiseksi suurin. Huhtikuussa esiteltiin Tofu-keittokirja, jossa on paljon kevyitä ja terveellisiä reseptejä. Marraskuussa Finn Crisp hapankorppujen kerrottiin olevan terveellisiä ja trendikäitä. Lisäksi mainittiin terveellinen, juhlaan sopiva Artesaani-maalaiskauraleipä.

Sesongin vaikutus näkyi kesäisissä kertakäyttöastioissa. Kevään juhlaesongille suositeltiin suomalaista nimeä kantavaa Sibeliuksen -kuohuviiniä ja mukana oli grillausaiheinen artikkeli. Lisäksi esiteltiin kesäisiä kirjoja kuten Kesäinen yrttikirja

ja Grillauskirja. Joulusesongin aikaan ruokasivuilla esiteltiin useita jouluisia viinejä ja Piparkakkupalot-kirja.

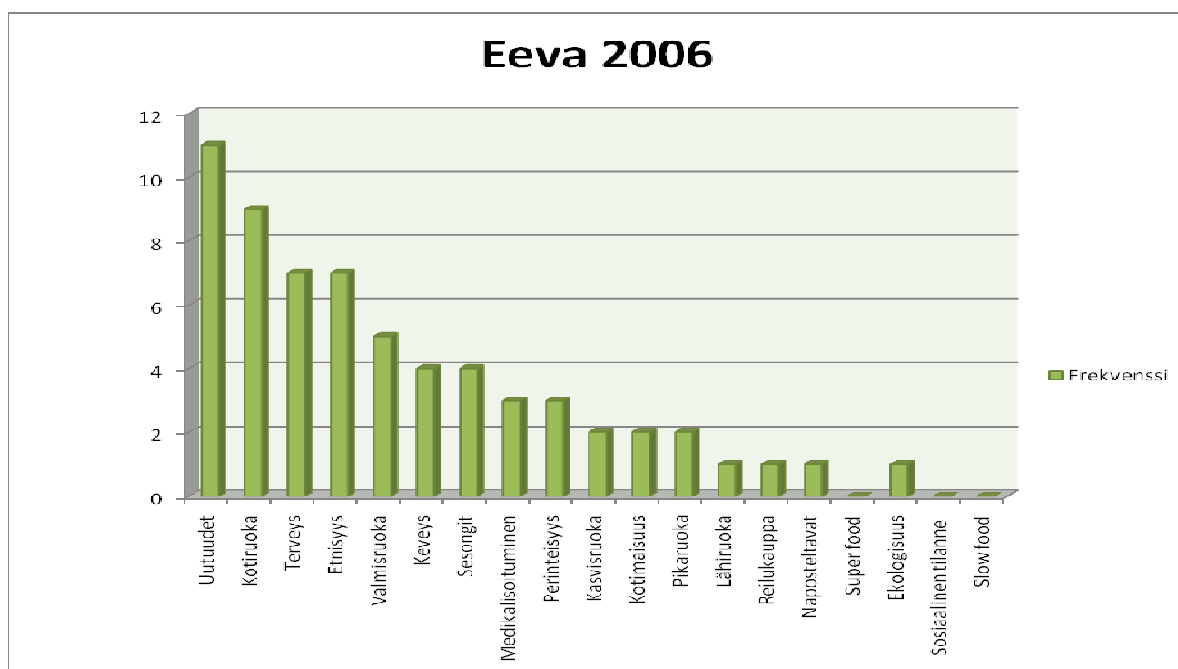
Helmikuussa etnisyyteen viitattiin esittelemällä 1900 -luvun ranskalaisesta kulttuurikeittiöstä kertova kirja. Maaliskuussa mukana oli uusi teesarja afrikkalaisine makuineen. Huhtikuun lehdessä oli tšekkiläisen ravintolan esittely ja toukokuussa Basilikan tuoksu-kirja esitteli italialaista keittiötä. Etnisiä reseptejä edustivat muun muassa kalkkuna-valkosipuliwok ja burgundinpata. Yhtenä uutuustuotteena esiteltiin unkarilainen Eros Pista, tulinen paprikasurvos.

Kotimaisuutta edustivat uutuustuotteet, kuten Finlandia -juusto. Elokuussa esiteltiin kirja *Under the Midnight Sun*, joka kertoo suomalaisesta ruoasta ja tavoista. Syyskuun kirjana oli suomalaisen metsän antimia käsittelevä Metsän makuja. Perinteisiä ruokia esitteli tammikuussa Isomummin keittiö-kirja.

Valmisruokia mainittiin sivuilla useasti kuten Barillan oliivi-tomaatti valmiskastike, Maggi lohikastikeaine ja Maggi pastaa pinaatti-juustokastikkeessa.

9.2 Vuosi 2006

Vuoden 2005 tapaan uutuustuotteiden osuus oli suuri. Myös terveysaiheisia elintarvikkeita ja aiheita oli paljon samoin kuin etnisiä ruokia. Kotiruokaa tarjottiin huomattavasti edellistä vuotta enemmän. Luomuruokaa ei mainittu kertakaan.



Kaavio 2, Eeva 2006

Uutuustuotteita

- Fazerin Marianne Snacksit.
- Marjanmakuinen Hyvää Päivää-terveysjuoma.
- Myllyn Paras Sydän Makaroni.
- Auran Valkoinen Sinappi.
- Mynthonin C-vitamiinoidut mustaherukkapastillit.

Terveellisyyttä painotettiin jälleen varsinkin alkuvuoden numeroissa. Tammikuun numero esitteli kokki Jyrki Sukulan kirjan, johon on koottu vähähiilihydraattisia ja kevyitä suomalaisista raaka-aineista koottuja reseptejä. Uutuustuotteena oli marjainen Hyvää Päivää-terveysjuoma, johon on lisätty rautaa ja magnesiumia. Helmikuussa pohdittiin jälleen tuotteiden terveystaakkoja. Esimerkiksi uutuu jogurtti sisälsi maitohappobakteeria, mutta samalla myös paljon sokeria. Helmikuun numero mainosti myös Kotipizzan uutta terveellistä salaattivaihtoehtoa, sekä soijatuotteita, joilla on monia terveystaakkoja. Toukokuussa uutuuustuotteena

oli sydänystävällinen mineraalisuola. Myös kevyitä tuotteita mainittiin, kuten kevyt Domino -keksi, Delice Plus lisäaineeton 100 % täysjyväleipä ja perinteinen Den Gamle Fabrik -kevythillo. Helmikuussa trendinä kerrotaan olevan valmiit viipaleet juustopakkausissa, kuten Arlan kevyet kermajuustoviipaleet.

Helmikuussa kuukauden kirjana oli Suklaa, herkkujen herkku, josta oli lainattu suklaakakun resepti. Kesäisiä reseptejä olivat grillatut halloumivartaat ja aurinkoinen kastike, jogurtti-kanelikastike, joka sopii esimerkiksi grillatun broilerin lisukkeeksi, sekä grillatut kesäkurpitsarullat. Toukokuussa reseptinä oli Pyhän Birgitan kakku. Syksyn saapumisesta kertoivat reseptit omenapaistokseen ja manteli-kirsikkaleipiin. Joulunajan reseptejä olivat kahvismoothie ja tomaattisalsa.

Kevätsesonki näkyi värikkäissä kertakäyttöastioissa ja Fazerin perinteisessä Mignon-munassa. Mukana oli myös Koffin uutuus oluttölkki, joka oli varustettu termo-värimittarilla. Heinäkuussa esiteltiin monia kesäisiä kirjoja kuten Yrttien tuoksua, Kaikki grillauksesta ja Nyt grillataan. Syksy näkyi sieniveitsen esittelyssä. Joulukuun numero esitteli jouluisia teemoja kuten piparimuotteja, ruotsalaisia piparkakkuja ja Parhaimmat jouluherkut-kirjan.

Etnisyys näkyi taas selvästi trendinä. Liptonin Special Collection teevalikoimassa oli erilaisia makuja maailmalta. Pikaruoan ystäville esiteltiin uusi Maggi Magic Asia nuudelipika-ateria. Maaliskuussa esiteltiin Meze -Lähi-idän pikkuruokia-kirja. Uutuustuotteina oli muun muassa amerikkalaistyylinen Oatmeal Raisin Cookie Mix. Huhtikuussa esiteltiin kiinalaisesta ruokavaliosta kertova kirja. Elokuussa esiteltiin etnisiä vivahteita Meiran Barbeque -sarjan mausteissa. Italialainen ruoka oli hyvin edustettuna vuonna 2006. Lehtien sivuilla esiteltiin peräti kolme italialaista keittokirjaa, All'italiana -ruokia Italiasta, Makeita herkuja Italiasta sekä Italialaista kotiruokaa -kirjat. Muita uutuuskirjoja olivat Marokkolainen keittiö -kirja ja ruotsalaisen kokin Silli ja Silakka-kirja.

Vuoden 2006 Eeva -lehdissä kotimaisuutta edusti Suomalaisen ruokavuoden parhaat mestarien tapaan -kirja. Tammikuussa mainittiin ensimmäisen kerran Reilu-

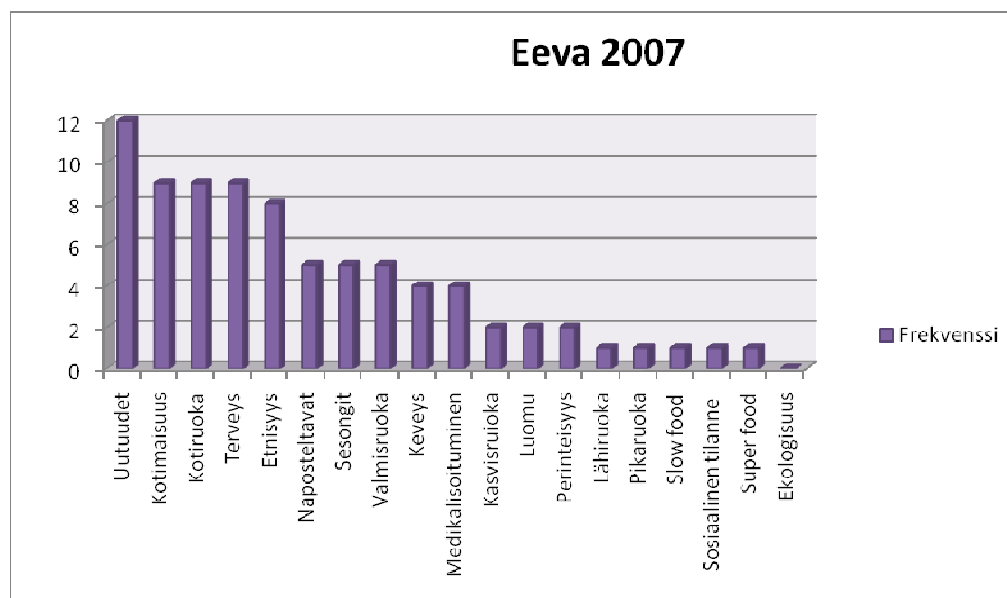
kauppa viinien muodossa. Kasvissyöjien iloksi esiteltiin uutuustuote Juustoportin juustopihvit, sekä Herkullista kasvisruokaa läheltä -kirja. Lisäksi mainittiin, että Kotijäätelö esittelee ensimmäistä kertaa ksylitolilla makeutetun jäätelön. Vuoden kirjauutuudet käsittelivät muun muassa suklaaherkkuja ja chilimaustetta. Mukana oli myös Pienen kokin keittokirja.

Ruokasivuilla esiintyi joitakin einest tuotteita kuten Knorrin Tomaattikeitto ja Maggi Pastaria Gorgonzola pikapasta. Toukokuussa esiteltiin Fazerin leivonnaispakasteet. Marraskuussa esiteltiin kokki Jyrki Sukulan Via -valmisruokia.

Kesäkuun 2006 numerosta ei ole näyttöä.

9.3 Vuosi 2007

Vuonna 2007 uutuustuotteiden osuus lehdissä oli edelleen suurin. Kärkipaikoilla olivat kotimaisuus, kotiruoka, terveys ja etnisyys. Tämän jälkeen tasaisesti sijoituivat naposteltavat, sesongit ja valmisruoat. Esimerkiksi luomuruokaa esiintyi edelleen vähän, eikä ekologisuuttakaan mainittu.



Kaavio 3, Eeva 2007.

Uutuustuotteita

- Cloetta Fazerin Salmiakki Mix.
- Leafin Iso-Sisut.
- Ingmanin kevyt RAE levite.
- Floran ruoka kevyt & paksu –kasvisrasvasekoite.
- Muumi -kerta-astiasarja.
- Leafin Jenkki Classic Caramel Mint.
- Nordqvistin valkoinen irtotee.
- Fazerin vehnäpaahto.
- Olvin Kevyt olo Vihreä Omena-juoma.
- Jaffa-piparkakkuomena-keksit.
- Apple-chipsit.
- Nescafe -pikakahvien kevyempi cappuccino.
- Myllyn Paras Sportti-täysjyvä spagetti.
- Polarbröd Glödhoppa-uunirieska.

Tammikuun reseptinä oli talvinen parsakaalikeitto. Mukana oli myös aurinkoisen marjaherkun resepti. Helmikuun resepti oli Tarjoile Pieniä herkkuja -kirjasta vesimeloni-fetasalaatti. Maaliskuun reseptinä oli tomaatti-mozzarellasalaatin resepti. Huhtikuun reseptinä oli banaanimuffinit ja toukokuun reseptinä oli hedelmäinen salsa grilliruoille. Kesäkuun reseptinä oli voikukanlehtipesto, jota voi tarjoilla leivän päällä. Heinäkuun reseptinä esiteltiin pikaherku graavilohesta. Elokuun reseptinä oli kardemummakanaa kookosmaidossa Villa Sofian tyyliin. Syyskuun reseptinä oli Peurapiiraan ohje. Joulukuussa esiteltiin Palava Jäädyke-kirja nuorisolle, josta Menninkäisen muhennos niminen resepti.

Helmikuussa mukana oli artikkeli kotimaisesta ja terveellisestä marjasta - puolukasta. Terveyslinjalla jatkettiin esittelemällä uutuuksia, joista toinen oli terveelliset Soyappetit -soijahiutaleet ja lasten mieleen uusi Nesquik -kaakaojuoma,

johon oli lisätty vitamiineja. Uutuustuotteina terveelliseksi kehitetyt Apple -chipsit, Knorr Vie -hedelmä ja kasvisvalmiste, terveelliset Malaco Truly -karkit, ja kevyet Friggs -muumi-riisikakut.

Sesongeista kesä ja joulukuusi näkyivät vahvasti ruokasivuilla. Toukokuussa esiintyi kesän ensimmäinen grillausaiheinen artikkeli sekä Herkutellaan ulkona-kirjan esittely. Syksyn ja talven saapuminen näkyi uutuustuotteissa kuten piparkakkuomenan makuisissa Jaffakekseissä ja omenan ja kanelin makuisessa Fizz Cooler Winter-siiderissä.

Vuonna 2007 mainittiin useita etnisiä reseptejä, kirjoja ja ravintoloita. Italialainen ruoka tuntui edelleen olevan pinnalla. Uutuuskirjana esiteltiin julkkiskokki Jamie Oliverin Jamie Italiassa, italialaisen herkkukauppa Saporì D'Alfredon esittely ja lisäksi kerrottiin italialaisten ravintoloiden osoitteita Suomessa. Lokakuun uutuuskirjana esiteltiin Saku Tuomisen Aglio & olio -pastakirja, joka perehtyy italialaiseen ruokaan. Kirjasta esiteltiin resepti spaghetti con limone e olioon. Toukokuussa esiteltiin Tapas -kirja, joka oli ensimmäinen maininta espanjalaisesta keittiöstä tutkimuksessa. Syyskuussa Eevan toimitus oli käynyt testaamassa kurdilaisesta ravintolasta Helsingissä. Marraskuu toi mukanaan tuulahduksen Turkista, koska artikkelin mukaan ”italialainen keittiö on jo käynyt liiankin tutuksi”. Esittelyssä oli Kazandipi -vanukas ja Turkkilainen keittiö -kirja. Joulukuun uutuustuotteina olivat muun muassa valmiit Rajah -kastikkeet, joissa oli intialaisia makuja.

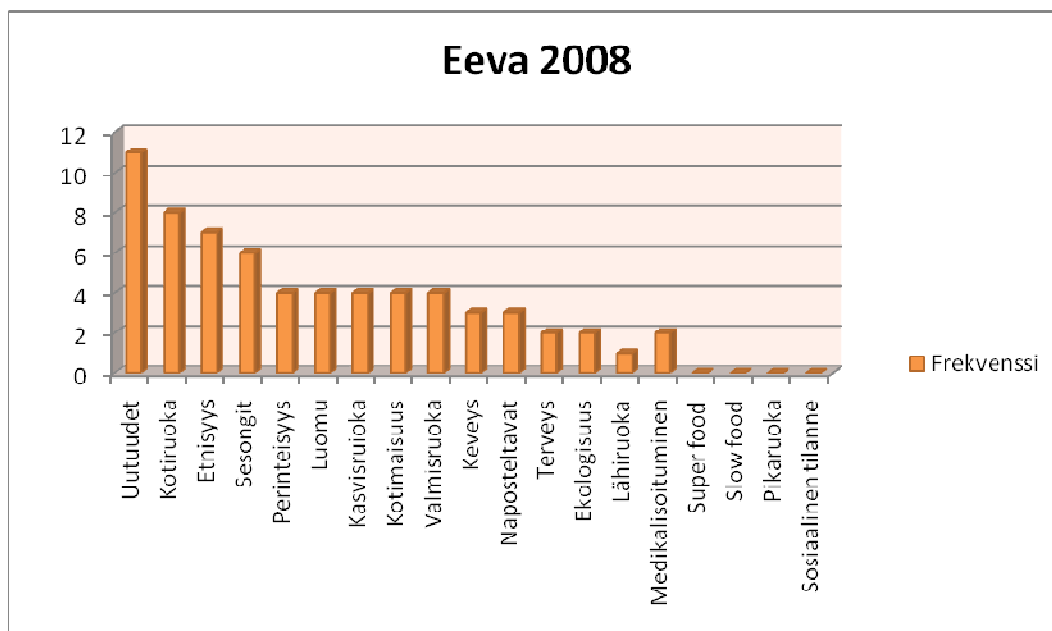
Kotimaisuutta vaalittiin vuonna 2007 selvästi enemmän kuin aiemmin. Tammi-kuussa esittelyssä oli Helsingin Sanomien Ruokatorstain parhaat palat -kirja. Maaliskuussa esiteltiin kaksi uutuuskirjaa; Maijan riistakirja sekä Samin keittiössä -perinteisiä ja moderneja klassikkoruokia. Heinäkuun numerossa oli artikkeli suomalaisesta ruoasta, jonka mukaan muuan muassa luomu ja lähiruoka ovat vuonna 2007 selvästi nousussa. Syyskuun numerossa oli artikkeli speltistä ja kotimaisista speltin valmistajista. Elokuussa muistutettiin siitä, että viikko 32 on puutarhamarjojen viikko.

Vuoden 2007 aikana esiteltiin useita niin suolaisia kuin makeitakin valmistuotteita. Uutuustuotteita olivat muun muassa Kotiuunin Mustikkatassut ja Vadelmasydän -munkit, Primulan Mansikka-raparperipiiras, Frödingenin toffeekakku ja lisäksi kevyt Finduksen Wok Exotic Fruits -jälkiruoka. Lisäksi esiteltiin kaksi valmiskastiketta; Kikkoman Teriyaki Hunaja ja Valkosipuli -valmiskastike, sekä Dolmio Chunky Paprika -valmiskastike.

Vuoden aikana esiteltiin useita uutuuskirjoja kuten Salaattikirja, Keskiajan keittiökirja, Palava Jäädye -fantasiaruokakirja, Lasten kanssa keittiössä -kirja ja Sampanjakirja. Lisäksi huomionarvoista oli, että esittelyssä oli kaksi kirjaa, joihin julkisuuden hahmot, kuten Sauli Niinistö ja Ville Valo, olivat lisänneet reseptejään. Nämä kirjat olivat nimeltään Menestyksen Reseptit ja Julkkisten keittiössä.

9.4 Vuosi 2008

Vuonna 2008 uutuustuotteiden jälkeen eniten esiintyi kotiruokareseptejä, etnisyyttä ja sesonkien vaikutusta. Muiden ryhmien osuus oli tasainen. Ekologisuutta mainittiin myös jonkin verran. Sen sijaan terveysaiheisten tuotteiden ja artikkeleiden määrä romahti verrattuna esimerkiksi vuoteen 2005.



Kaavio 4, Eeva 2008.

Uutuustuotteita

- Visuveden aito kuivattu ruis-perunaleipä.
- Kevyet Kariniemen kana -ja kalkkunasuikaleet.
- Jyrki Sukulan valmiit Hot Pot-keitot.
- Pandan Super Pepe -lakritsi, johon lisätty piristäviä ainesosia.
- Ahon jogurtit.
- Juustoportin Isabella-jogurtit.
- Fazerin tumma suklaa.
- Wasabrödin Solruta -seesamnäkkileipä.
- Finn Aqua-lähdevesi.
- Nativa-vesi.
- Napapiiri Organics-luomuhillo.
- aidoista luonnon raaka-aineista tehdyt Katjes-hedelmämakeiset.
- aidoista marja -ja hedelmämehuista tehdyt Fazerin Tutti Frutti Naturals -karamellit .
- Sisulla siitä selviää-kirja Sisupastilleista.
- Naturdiet Smoothie-jogurttijuoma.
- Perinteiset kakkureseptit-kirja.
- Ingmanin Sentimento-pannacottajäätelö.
- Café original-luomukahvi.
- Risellan luomupavut -ja linssit.

Tammikuun artikkelissa esiteltiin suomalaisten viisi eri ruoanlaittajatyyppeä; perinteiset kotikokit, kokeilevat kotikokit, modernit ruokamatkailijat, hyvää ruokaa arvostavat ja syön elääkseni -tyypit. Helmikuussa juhlimme Valiojogurtin juhluvuotta ja suomalaiset saivat äänestää rakkainta klassikkomakuaan. Maaliskuussa vietettiin valtakunnallista yrttiviikkoa. Huhtikuussa ruokasivut onnittelivat 30 -vuotiasta Rosso -ketjua, jonka juhluvuotena lasten ranskalaista oli jätetty suola

pois. Esittelyssä oli myös Helsinki-Vantaan lentoasemalle avattu Wine & View -viinibaari, jossa voi maistella muun muassa espanjalaista luomuviiniä. Toukokuussa ruokasivut olivat koonneet vuoden 2008 trendikkäimpiä keittiövälineitä kuten lihapullasakset, silikonituotteet ja sarvimuotit. Kesäkuussa esittelyssä Jamie Oliverin kirja Kokkaa itsellesi hyvä elämä, jossa käsitellään kotiviljelyä.

Kesäkuussa ruokasivuilla oli koottu kasvisruokaa myyviä kauppvoja Suomessa, joista voi ostaa esimerkiksi grillattavia kasvisnukkeja. Elokuun numerossa oli artikkeli ruoan kuivattamisesta ja säilönnästä. Lokakuussa esittelyssä oli Suomen chilyhdistys. Joulukuun kirjana oli Karpin kattaus -herkkuja vähillä hiilareilla, joka esittelee vähähiilihydraattista ruokavaliota. Joulukuussa kehoitettiin järjestämään vuoden aikana kertyneet reseptit kauniisti vaikkapa nostalgiseen reseptikansioon.

Tammikuussa uutuustuotteena esiteltiin pussiviini, jonka sanotaan olevan viininytävän ekologisin vaihtoehto. Heinäkuussa uutuustuotteena esiteltiin Duni Biodegradable -sarjaan kuuluvat kertakäyttömukit -ja lautaset, jotka voi kompostoida. Joulukuussa esittelyssä oli EMMA -luomuviini.

Kesäsesongin vaikutus ruokasivuihin näkyi useissa kirjoissa kuten Kesäkeittiöt -kirjassa ja monissa grillituotteissa kuten HK:n kuorettomat A-luokan nakit ja Karinien liekkisiivet. Syysiltojen iloksi esiteltiin 500 keittoa -kirja.

Etnisyys näkyi tänäkin vuonna ruokasivuilla. Tammikuussa esittelyssä oli Meksikolainen keittiö -kirja. Maaliskuun ruokasivuilla esiteltiin berliiniläisiä kasvisravintoloita. Toukokuun yhtenä uutuustuotteena oli ranskalainen St. Dalfour -hillo, johon ei ole lisätty säilöntä -tai väriaineita. Toukokuun kirjana oli Aurinkokeittiöni -värimerellisiä kasvisruokia. Heinäkuussa esittelyssä oli Irlantilaisia ravintoloita. Lokakuun kirjana oli Vuoksen lohta ja Pietarin kaviaaria -Imatran seudun gastronomiaa ja kartanoelämää -kirja, joka sisältää paljon venäläisvaikutteisia reseptejä. Vuonna 2008 italialainen ruoka jatkoi suosiotaan. Marraskuussa ruokasivuilla oli artikkeli italialaisesta keittiöstä ja kaksi uutta italialaista ruokaa käsittelevää

kirjaa; Makumatkalla Italian maakunnissa ja Fantastico -Modernia Italialaista ruokaa.

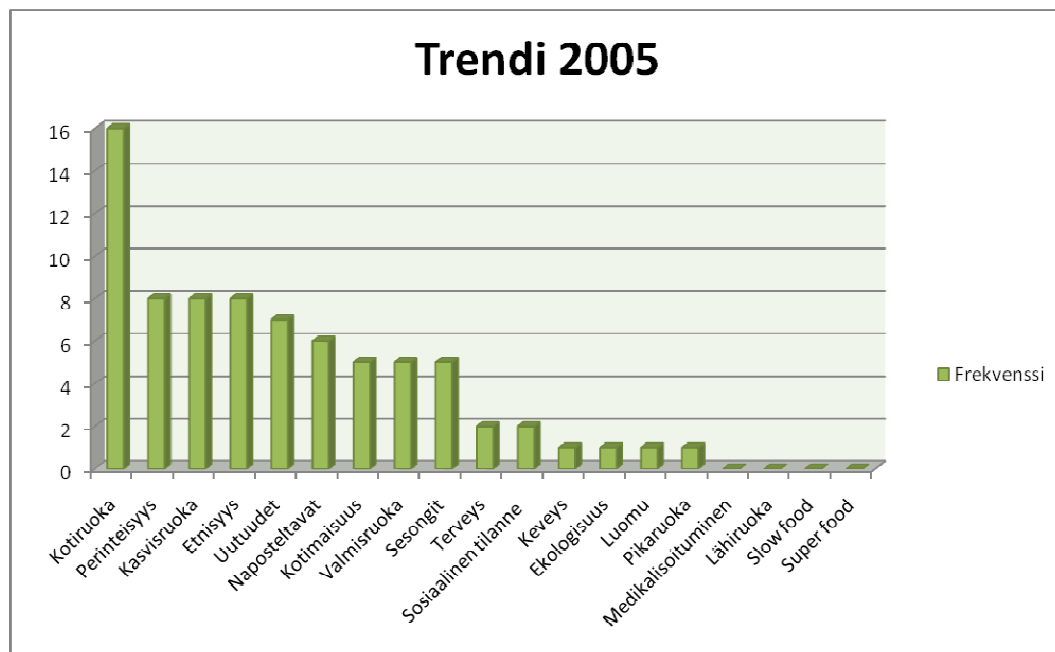
Kotiruokaa vaalittiin vuonna 2008 erityisesti ja reseptejä oli useita kuten meksikolainen kurpitsasiemenkastike. Toukokuun reseptinä oli pinaattilasagne, jonka raaka-aineisiin kuului muun muassa lampaan tuorejuustoa, fetaa ja mozzarellaa. Mukana oli myös kesäisiä salaatteja kuten mansikkasalaatti ilmakeitteen kinkun ja halloumijuuston kera ja helppo pikniksalaatti uusista perunoista, sekä marraskuun papu-juustosalaatti. Syksyn tulosta kertoi marsipaaniomenat elokuussa. Lokakuun reseptinä oli karitsan karree ja paahdetut juurekset. Joulukuun makeana reseptinä oli kookos-kahvipallerot.

Vuoden 2008 aikana esiteltiin useita valmisruokatuotteita kuten Jalostajan makaronilaatikko ja Finduksen kasvisnuggetit, jotka sopivat hyvin illanistujaisiin ja naposteluun. Joulukuussa esittelyssä sinappijauhe ja Tuubiduu luumumarmeladi, jonka voi pursottaa valmiina esimerkiksi torttujen päälle.

10 TRENDIN RUOKASIVUT

10.1 Vuosi 2005

Vuonna 2005 Trendissä oli paljon kotiruokareseptejä. Tämän jälkeen tasaisesti esiintyi perinteisyyttä, kasvisruokia ja etnisyyttä. Esimerkiksi ekologisuutta ja luomuruokaa mainittiin vähän.



Kaavio 5, Trendi 2005.

Uutuustuotteet

- Tabascon vihreä pippurikastike.
- Cote d Or -suklaa.
- uutuuksina kastikepullot, joista voi suihkuttaa esimerkiksi kastiketta tai etikkaa.
- Shaw's Cream Soda.
- Fluff strawberry vaahtokarkkivaahdo.
- Lindt Pistache -maitosuklaa.
- Laku -kirja.

Vuoden 2005 Trendin reseptit edustivat perinteistä kotiruokaa, kuten ohje paprika-fetapiiraaseen. Helmikuussa esiteltiin resepti yhden hengen terveelliseen lohikapettiin, joka on yksinkertainen tehdä myös useammalle henkilölle. Maaliskuussa esiteltiin trendinä *husmanskost*, aito kotiruoka ja esimerkkinä nopean lohilaatikon resepti, jossa on käytetty valmista peruna-sipuliseosta. Maaliskuun reseptinä oli aina hyvä tattilasagne. Huhtikuussa kasvisruokien ystäville esiteltiin inkivääritofua kahdelle -resepti ja kastike. Lisäksi vinkkinä annettiin helppo lisuke pääruoalle, johon tulee tomaattia, rosmariinin oksia, valkosipuliöljyä ja mausteita. Kesäkuussa esiteltiin ohje keittiömestari Sami Salosen tekemään marmeladiin, johon voi käyttää itse puristettua mehua. Vuoden muita kotiruokareseptejä olivat muun muassa sherryllä terästetty sienisoppa ja broccolisalaatti.

Kesäkuun ohjeena oli tinjamilla maustettu melonisalaatti ja heinäkuussa esiteltiin ohje halloumisalaattiin, jonka mukana tarjoiltiin artisokkaleipiä. Maaliskuussa tarjoiltiin naposteluun monia erilaisia lakritseja. Elokuun kaksoisnumerossa köyhät ritarit oli muutettu marjaritarien reseptiksi. Lisäksi esittelyssä oli resepti juustounelmatorttuun. Kuukauden herkkuna marraskuussa oli rusina-pähkinävaahdon luomu-appelsiini-suklaarouheella ja kotiruokareseptinä oli perinnepasta. Joulukuussa tarjoiltiin omenaisia ohjeita, kuten omenapiiras ja omenahilloke sekä ohjeet makeisiin manteleihin ja tummiin kirsikoihin.

Sesongeista kesä näkyi enimmässä määrin Trendin ruokasivuilla. Kesäsesongin alkaessa mukana olivat artikkelit yrteistä ja grillaukseen Jim Beam BBG Sauce, kesäkeittiöön Dijon -sinappi, pesto ja öljy. Syksystä kertoi omenainen drinkki ja pikkujouluihin esiteltiin monia erilaisia naposteluvinkkejä.

Nostalgisuus näkyi useissa uutuustuotteissa kuten vanhanaikaisessa ja tyylikkäässä sardiinipurkissa, Laitilan perinteisissä virvoitusjuomapulloissa ja peltipurkeissa. Dayn purukumit oli pakattu vanhanaikaisiin käärepapereihin. Ruokasivuilla näkyi myös useita kierrätettyjä tavaroita, kuten vanhoja astioita ja lehtiä. Tammi-kuussa mukana oli useita viiniuutuuksia, joista yhtenä esiteltiin myös yksi luomu-

viini. Lokakuun napostelu-uutuuksia olivat muun muassa Wildemansin luomukaramellit. Kasvissyöjien iloksi esiteltiin Tofu-kirja.

Vuoden aikana tarjottiin myös monia juomareseptejä, kuten sulatetusta suklaasta tehty kaakao ja kahvijälkiruoka. Toukokuussa esittelyssä oli passionhedelmiin kuuluva maracuja, josta voi loihtia virkistävän juoman.

Vuoden 2005 Trendissä oli paljon viittauksia etnisyyteen. Esittelyssä oli esimerkiksi japanilaisesta ruokakulttuurista kertova Raku –kirja, sekä Ranskassa vuonna 1767 ilmestynyt Ludvig XV:n keittiömestarin kirjoittama keittokirja. Helmikuussa esiteltiin ranskalainen säilyke gourmetkalakeitto, jonka kanssa tarjottiin resepti ranskalaiseen maustekastikkeeseen, Rouilleen. Syyskuun reseptinä olivat tanskalaiset voileivät kuten katkarapuleipä ja paahtopaistileipä. Kesäkuussa reseptinä oli kylmänä tarjoiltava Andrean gazpacho -keitto.

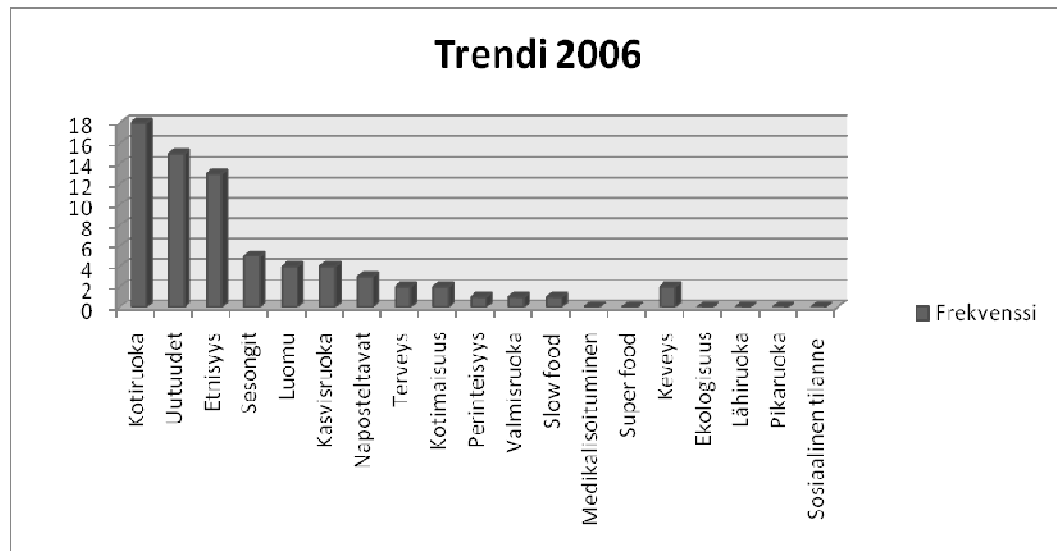
Kotimaista ruokaa muistettiin muun muassa esittelemällä Eat and Joy Helsinki 2005 festivaali, jonka tarkoituksena oli esitellä helsinkiläistä ruokakulttuuria.

Huhtikuussa esiteltiin pikaruokana kuuma koira, jossa tavallisen sämpylän sijasta oli käytetty juusto-oliiviciabattaa. Marraskuussa mukana oli merenherkkuja einesten muodossa: Finduksen rapeaksi paneroidut katkaravut ja dippiohje. Marraskuun vinkkinä oli mausteöljyjen ja valkosipulin lisääminen valmiisiin pakastepitsoihin.

Vuoden 2005 Trendin joulukuun numero ennusti myös tulevaan esittelemällä vuoden 2006 ruokatrendit. Tämän mukaan vuonna 2006 syödään muun muassa ”rentoa kotiruokaa, hankitaan parempilaatuisia puolivalmisteita, suositaan vähähiilihydraattista sokeritonta ja E -lisäaineetonta ruokaa ja juodaan vanhan maailman voimakkaasti uudistuvia viinejä.”

10.2 Vuosi 2006

Vuonna 2006 kotiruokaa esiteltiin enemmän kuin uutuustuotteita. Myös etnisyyttä, luomu -ja kasvisruokaa esiintyi.



Kaavio 6, Trendi 2006.

Uutuustuotteita:

- Villiaromin terva-siirappikastike
- DeliDelin tryffelillä maustettu viinirypälesiemenöljy
- DeliDelin Spraypullo
- DeliDelin Fleur de sel -suola
- Chez Mariuksen Nomu -mausteseokset
- Plamil -luomusuklaa
- DeliDelin suklaalastut

Vuoden 2006 ruokasivujen artikkelit käsittelivät muun muassa kahvia ja oluiden nauttimisesta ruoan kanssa. Ekologisena vinkkinä oli, että kannattaa kerätä matkamuistoina lasinalusia ravintoloista. Ruokasivujen mukaan oluen kanssa sopivat juustot kuten mustaleimaemmental, vuohenjuusto ja Aura Gold. Lisäksi ruo-

kasivuilla oli asiaa ruokien maustamisesta ja samppanjasta. Tammikuussa mainittiin, että tämän vuoden juomaväri on vaaleanpunainen, kuten esimerkiksi rosésamppanja.

Luomuruoka edusti hyvin vuoden 2006 aikana Trendin sivuilla. Lehden ruokasivuilla esiteltiin vaniljapastan resepti, johon oli käytetty muun muassa luomuvaniljaa. Maaliskuun reseptinä oli luomutomaattimarmeladi. Helmikuun numerossa oli englantilainen resepti suklaakakkuun luomurusinoilla.

Tammikuun ruokavinkkinä oli nopea hiukopala, joka sisältää mallasleipää ja marinoituja artisokansydämiä. Maaliskuussa vinkkinä oli vatsaystävällinen aamujuoma, johon tulee *Asidofilus Bifidus* -piimää ja sokeroimatonta vadelmakeittoa. Huhtikuun reseptinä oli artisokkapasta. Elokuussa oli asiaa suklaasta ja mahtavan moussen resepti. Mansikkasalaatin reseptissä oli jälleen kerran käytetty halloumijuustoa. Syyskuun reseptinä hedelmäjuoma nimeltä Elban nektarit, sekä salaattisikurin ja briejuuston resepti. Lokakuun reseptinä oli kookoskuha. Joulukuun reseptinä oli täytettyjen paprikoiden ohje, sekä maailman helpoimmat alkupalat neljälle: savulohimousse, simpukoita tomaattisalsassa, poropaistia ja vadelmaa ja jättikatkaravut wasabi -majoneesilla.

Kesäsesonki näkyi taas vahvasti ruokasivuilla. Heinäkuussa oli monia grillausaiheisia reseptejä, kuten namivarras niminen grillivarras, jossa oli halloumijuustoa. Heinäkuun toinen resepti oli nimeltään kirkasta tomaattilientä ja minimozzarellaa. Kesäkuussa esiteltiin resepti kesän merkki - nimiseen smoothieen ja paahdettuun punajuuri-persikkasalaattiin.

Etnisyys näkyi jälleen runsaasti ruokasivuilla. Maaliskuussa esittelyssä oli ranskalainen ravintola La Place. Helmikuussa esiteltiin venäläistä keittiötä blinien muodossa. Ruokasivujen mukaan blinit kannattaa tarjota perinteisen mädin ja smetan sijaan kevyemmän lohisalaatin kanssa. Ruokasivuilla esiteltiin useita uutuuskeittokirjoja kuten Bill Grangerin *Simply Bill*, australialainen keittokirja ja Espanja haarukassa -kirja. Marraskuussa esiteltiin sisilialainen pesto -resepti. Kesäkuun

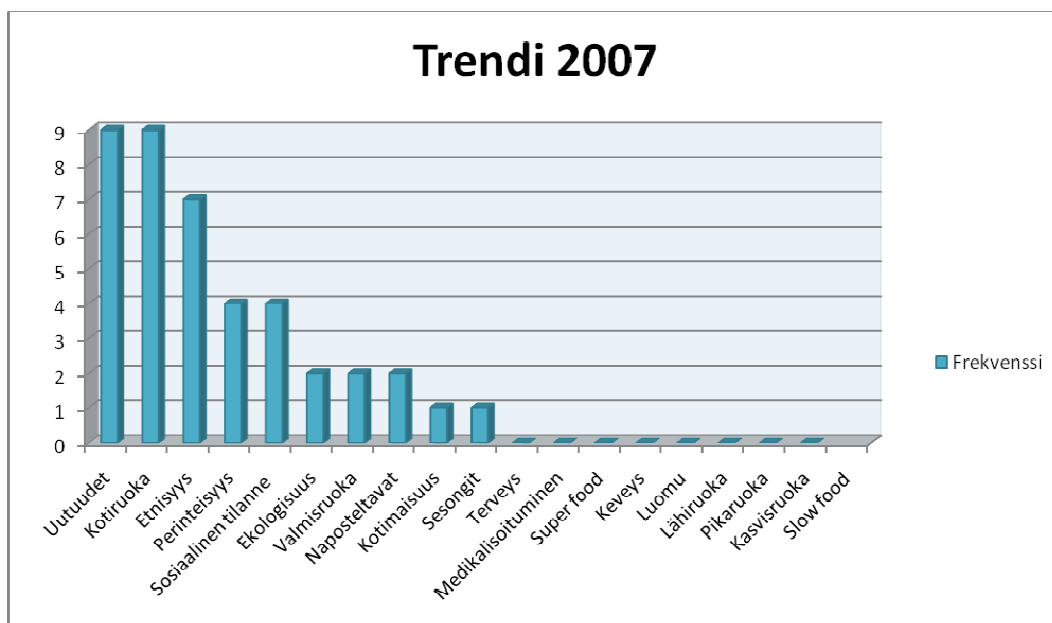
reseptinä oli thaimaalainen pad thai, joka pitää sisällään paistettuja riisinuudeleita maapähkinöiden ja katkarapujen kera.

Valmisruokia ei esiintynyt juuri lainkaan. Huhtikuussa esittelyssä oli resepti San-
nan suklainen toscakakku, johon oli käytetty Toscakakku -ainespakettia.

Vuonna 2005 Trendissä ennustettiin, että ”vuonna 2006 syödään rentoa kotiruokaa, hankitaan parempilaatuisia puolivalmisteita, suositaan vähähiilihydraattista, sokeritonta ja E -lisäaineetonta ruokaa”. Kotiruoan osuus oli suuri ennusteen mukaisesti, mutta puolivalmisteiden tai einesten käyttö oli vähäistä ainakin Trendin sivuilla. Myöskään vähähiilihydraattista tai E-lisäaineetonta ruokaa ei painotettu.

10.3 Vuosi 2007

Vuonna 2007 kotiruoka oli edelleen kärjessä ja lähes jokaisessa numerossa esiteltiin reseptejä. Osa resepteistä oli etnisiä, mutta myös perinteisiä suomalaisia kotiruokareseptejä esiintyi. Ekologisuus näkyi jonkin verran lehden sivuilla, mutta sen sijaan luomuruokaa ei esiintynyt lainkaan vuonna 2007.



Kaavio 7, Trendi 2007.

Uutuustuotteita:

- Nälkätaitelijan keittokirja
- A passion for tea -kirja
- Inspiration Tea -kirja
- Yogi Classic -tee
- Juustot -herkullisia ruokia ja leivonnaisia -kirja
- Team kitchen -reseptikirja
- Ankanreidet säilykkeessä DeliDeli
- Ranskalainen sitrushedelmähillo DeliDeli
- Kotiruoka -kirja
- Alkossa myytävä Sake

Vuosi 2007 aloitettiin kierrätysteemoilla. Mukana oli neuvoja, kuinka ruoantähteistä voi loihtia aterioita. Artikkelit sanoo myös, että sinkkujen ei kannata ostaa einestuotteita, koska tällöin ruokalaskut kasvavat. Kannattavampaa sen sijaan on hankkia ruoka-aineet etnisistä kaupoista, joissa esimerkiksi riisiä voi annostella oman tarpeen mukaan. Aterimetkin voi ostaa edullisesti esimerkiksi kirpputorilta. Ruokien tarjoiluun voi myös käyttää esimerkiksi sanomalehtiä kuten reseptissä paistetut perunat sanomalehtikääreessä. Kannattaa myös ostaa elintarvikkeita, kuten papuja ja linssejä, jotka ovat edullisia ja säilyvät pitkään. Hutikuussa käsiteltiin tähteitä, joista on myös syntynyt klassikoruokamme pyttipannu. Syyskuussa ruokatoimittaja tarjoi tiramisut kirpputorilta ostetusta korista.

Etnisyys oli jälleen suosittua ruokasivuilla. Maaliskuun juustoteemassa oli mukana yhtenä juustona espanjalainen manchego -juusto. Huhtikuun pyttipannuteemassa esiteltiin ulkomaisia pyttipannuja kuten paella. Toukokuun numero oli omistettu ranskalaiselle keittiölle. Helmikuun artikkeli käsitteli teenjuontikulttuuria. Kesäkuun numero oli omistettu japanilaiselle ruokakulttuurille. Vuoden 2007 aikana esiteltiin monia aasialaisia reseptejä, joiden pääraaka-aineena oli kana: sitruunakanaa, tom kha gai -kookoskanakeittoa ja sweet and chili kanaa. Helmikuun re-

septinä oli yogi classic pannacotta ja kesäkuussa japanilainen tamagoyaki munakas. Heinäkuun ruokasivuilla oli cocktailteema ja kertomus siitä mistä cocktail-sana on alkuperin tullut.

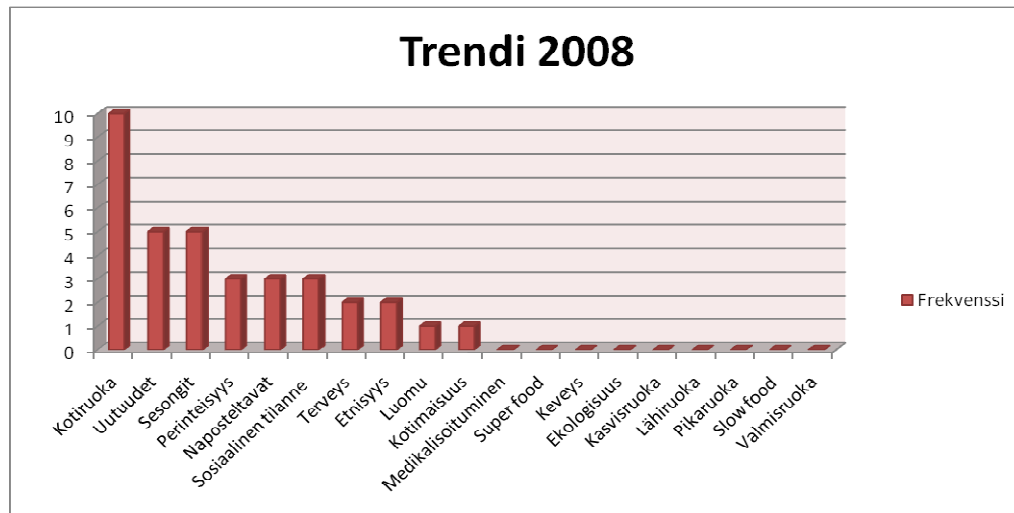
Elokuussa Trendi -lehti sai uuden toimittajan ruokasivuille, jonka myötä ruokasivujen sisältö muuttui radikaalisti. Uutuustuotteita ei esitelty enää niin paljoa ja artikkelit muuttuivat kolumnityylisiksi. Elokuun numerossa uusi ruokatoimittaja kertoi omasta ruoanlaittohistoriastaan. Lokakuussa hän antoi vinkkejä annoksen valintaan ravintolassa. Marraskuun aihe oli karkit ja parhaat karkkien ostopaikat. Joulukuussa hän käsitteli kotiruokaa ja omia kotiruokasuosikkejaan.

Toimittajan vaihdoksen myötä myös reseptien määrä väheni sivuilla. Tammikuun reseptinä oli gourmet-hernekeitto kahdelle ja kookos-omenapannukakku. Toukokuun reseptinä oli maissicappuccino. Maaliskuun reseptinä oli vaalea maalaisleipä ja pekonijuustopasta. Huhtikuun reseptinä oli Sannan pyttipannu, jonka yhtenä ainesosana oli halloumijuusto.

Perinteisyys näkyi vahvasti varsinkin leivonnaisten resepteissä kuten mutakakussa, perinteisissä toskapaloissa ja mokkapaloissa. Syyskuun makeana reseptinä oli mansikka-raparperi tiramisu, johon makua antoi Triple Sec -likööri. Joulukuussa esiteltiin perinteisen pullataikinan ohje.

10.4 Vuosi 2008

Vuoden 2008 suurimmat ryhmät olivat jälleen kotiruoka, uutuudet ja lisäksi sesonkien vaikutus ruokasivuihin näkyi suuresti.



Kaavio 8, Trendi 2008.

Vuoden ensimmäisessä numerossa oli artikkeli yrteistä ja niiden terveysvaikutuksista ja ominaisuuksista. Helmikuun numero oli omistettu samppanjalle ja chili-juomille. Rosee -samppanja on artikkelin mukaan vuoden 2008 tähti juoma. Huhtikuun numerossa käsiteltiin sen hetkisiä leipomistrendejä, jotka artikkelin mukaan ovat muun muassa silikonituotteet leivonnassa. Myös lihapullasakset ja Garlic Zoom -valkosipuliraastin mainittiin. Uutuustuotteena esiteltiin muun muassa Pellini Bio -luomukahvi. Toukokuun ruokasivujen teemana oli kahvi ja kesäkuussa jatkettiin leipomisteemalla. Heinäkuun teemana olivat kotimaiset kalat. Maaliskuun numero oli omistettu ainoastaan perinteiselle venäläiselle ruoalle. Venäläisiä ruokaohjeita olivat muun muassa venäläinen kalakeitto, blinit venäläisillä suolakurkuilla, hunajalla ja smetanalla, pelmenit sekä jälkiruoaksi Romanovin mansikat.

Perinteisillä ruokateemoilla jatkettiin myös vuonna 2008. Toukokuun numerossa oli isoäidin kahvikiisselin ohje ja kesäkuun numerossa tiikerikakun ohje. Artikkeleissa mainitaan, että vanhanajan kuivakakut pysyvät aina muodissa.

Tammikuun reseptinä esiteltiin rosmariinimansikat. Helmikuun pakkaskeleihin lämpöä toi chilikaakon ohje ja Huhtikuussa kerrottiin ohje suklaakonvehtien tekkoon. Heinäkuun reseptinä oli lohikeiton ohje. Elokuun numero oli omistettu grillaukselle ja mukana oli useita grillausohjeita kuten makkaravartaat, mozzarella-

rucolasalaatti, grillattua ananasta, mansikoita ja kookos-rusinajäätelöä, pariloidut lohimedaljongit ja lime-aioli, vuohenjuustoherkkusienet, sekä porsasta ja vihanneksia vartaassa. Lokakuun numerossa oli syksyisiä reseptejä, kuten maartisokkakeitto ja tryffelivahto, vanhanajan puolukkapuuro, äyriäisiä ja kanttarelleja kermakastikkeessa ja mustaa spagettia, sekä uuniomenat ja vaniljakastike. Marraskuun numerossa oli cocktailteema, jonka reseptit olivat savuporo-
karhunvatukkatoast, limelohi-katkaraputoast, sienisalaatti palttoonnapilla, goudaviikunatikut, pesto-crostinit ja tinjamiuunitomaatit. Joulukuun juhlateeman reseptit olivat lohiperuna-maki, wasabijogurtti, porkkanadippi, kalkkunakebabit, juustotarjotin ja viikuna-glögi-hilloke, sekä pekoniriisipasteijat.

11 VALMISTUSTAVAT

Tähän lukuun on koottu yhteen Trendissä ja Eevassa vuosina 2005 - 2008 esiintyneitä ruoanlaittovälineitä, keittiövälineitä ja kodinkoneita.

11.1 Ruoanlaittovälineet

Ruoanlaittovälineistä suosittuja olivat erilaiset padat. Eevan sivuilla mainittiin Fonduepata, Hackman Funktiopata ja haudutuspata. Myös Trendi esitteli Le creuset -padan. Eeva esitteli paljon kotimaisia ruoanlaittovälineitä kuten Hackmanin Match -kattilan. Trendi esitteli grillaukseen Lucifer Babygrillin. Etnisten ruokien laittoon ei juurikaan esitelty ruoanlaittovälineitä lukuun ottamatta Wokkipannua.

11.2 Keittiövälineet

Molemmat lehdet esittelivät perinteiselle valkosipulipuristimelle monia vaihtoehtoisia välineitä kuten Garlic Zoom -valkosipuliraastimen ja tämän lisäksi Trendi esitteli myös Garlic Card valkosipuliraastimen. Trendi esitteli myös kaksi erilaista sitruspuristinta. Molemmat lehdet mainitsivat lihapullasakset ja silikonimuotit leipomiseen. Myös mausteisiin liittyvät välineet olivat suosittuja, kuten erilaiset maustemyllyt ja morttelit. Uutuuskeittiövälineenä esiteltiin myös Jamie Oliverin Flavour shaker, joka on nykyaikainen versio maustemorttelista. Eeva esitteli Fiskarsin tuotteita kuten saksia ja Fiskars Colours sarjaa. Muita ruoanlaittoa helpottavia keittiövälineitä olivat ergonominen teroitushiiri, sieniveitsi, Palm brush -juuresharja, sarvimuotti leipomiseen, pullonavaajasormus, Cinderella-kakkulapio, Twin-fileointiveitsi, Rösle-kalanruotopihdit ja A porche-veitsi. Sushi kit oli ainoa etnisten ruokien keittiöväline.

11.3 Kodinkoneet

Kodinkoneista suosituimpia olivat erilaiset erikoiskahvinkeitimet kuten automaattinen kahvinkeitin, Moccamaster, Bugatti Diva-esspressokeitin ja Espresseria espressokeitin Eevassa ja Mocca-cappuchinopannu ja samainen Bugatti Diva espressokeitin Trendissä. Muita kodinkoneita olivat sähkövatkain, Disney -jäätelökone ja ruokavaaka.

12 NAISTENLEHTIEN RUOKATRENDEJÄ 2005 - 2008

Tässä luvussa kerrotaan johtopäätökset opinnäytetyöstä ja vertaillaan lehtien sisältöä keskenään ja selvitetään löytyikö lehtien ruokasivuilta eroavaisuuksia ja samankaltaisuuksia.

Trendin esittelemät reseptit olivat yleensä Trendin omia ja tai jonkun henkilön Trendille lainaamia. Eevan reseptit olivat yleensä uutuuskeittokirjoista lainattuja. Trendin sivuilla näkyi ehkä hieman enemmän luovuutta ja kekseliäisyyttä reseptien suhteen.

Uutuustuotteiden määrä oli sekä Eevassa että Trendissä suuri ja jälkeinpäin ajateltuna niiden laskeminen oli turhaa, koska ne olivat lähes joka vuonna kärjessä. Uutuustuotteet olivat lähinnä elintarvikkeita, ruoanlaitto -ja keittiövälineitä ja kirjoja.

12.1 Kesä ja joulukuun suosittu sesongit

Kesän saapuminen vaikutti suuresti ruokasivujen sisältöön. Toukokuusta elokuuhun saakka ruokasivuilla esiteltiin paljon grillausaiheisia aiheita ja reseptejä. Marras-joulukuussa lehtien sivuilla oli hieman jouluisia tuotteita ja muita jouluisia aiheita. Syksyn tullen esiintyi paljon omenaisia ruokia.

12.2 Ekoilu ja kasvisyönni

Varsinkin Eevassa ekologisuus ei näkynyt odotusten mukaisesti. Ekologinen ajattelu tuntui olevan varovaista, vaikka se on ollut 2000 -luvulla tapetilla jatkuvasti. Mahdollisesti lehdet, jotka kilpailevat lukijoista keskenään eivät halua kyllästyttää lukijoitaan jatkuvalla ekopuheella. Trendissä sen sijaan ekologisuus ja muun muassa luomutuotteet näkyivät Eevaa useammin aina 2005 vuodesta lähtien. Luomuruokia mainittiin Trendissä selvästi enemmän kuin Eevassa ja muutenkin ekotajattelu näkyi Trendissä selvemmin. Lehden sivuilla esiintyi kierrätettyjä tavaroita, kuten vanhoja astioita. Eeva taas useammin esitteli upouusia, yleensä suomalaisia designastioita ja ruoanlaittovälineitä kun taas Trendissä kehoitettiin hankki-

maan esimerkiksi ruokailuvälineitä kirpputorilta. Tämä selittyy tietenkin kohderyhmien eroavaisuuksilla. Eevan lukijoiden oletetaan olevan palkkatyössä, kun taas Trendin lukijat ovat nuoria, opiskelijoita tai juuri työelämään siirtyneitä. Näin Eevan lukijoilla on enemmän varaa kuluttaa esimerkiksi uusiin astioihin. Uutuustuotteiden suuri määrä kertoo siitä, että Eevan kohderyhmän ikäisillä naisilla on rahaa kulutukseen ja he mielellään haluavat vinkkejä uutuuksista. Toisaalta taas oman kokemukseni mukaan kirpputoreista on tullut suosittuja kaikenikäisten keskuudessa, joten Eevakin olisi voinut niihin viitata.

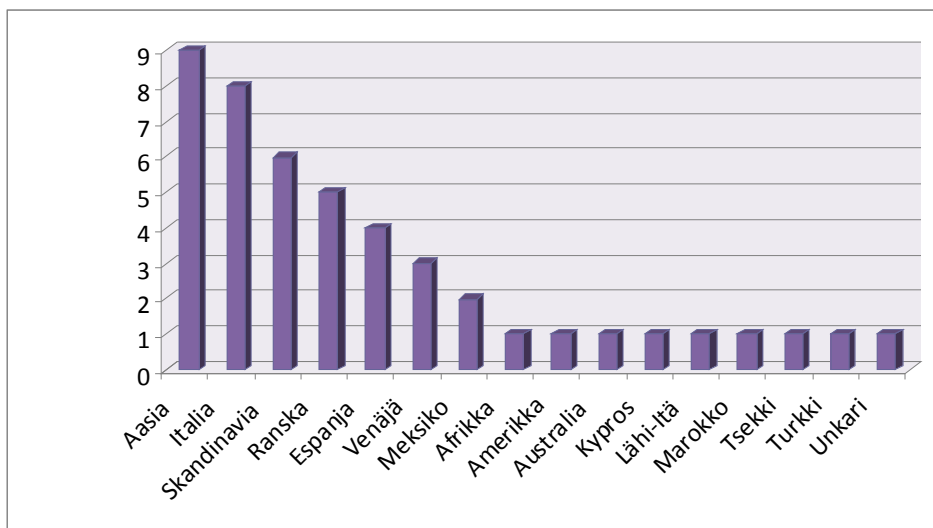
Kasvissyönti ei ilmeisesti enää ole niin suosittua ja tapetilla koko ajan verrattuna, esimerkiksi ekologisuuteen. Kasvisreseptejä esiintyi kyllä tasaisesti, mutta aina ei erikseen mainittu, että ne ovat kasvissyöjiä varten. Joitakin tuotteita mainittiin kuten kasvisnakit tai Berliinin kasvisravintolat. Varsinkin Trendissä oli useita monipuolisia reseptejä, jotka sopivat kasvissyöjille. Saattaa olla mahdollista, että enää ei erikseen korosteta kasvissyöntiä, vaan se koetaan luonnollisena osana terveellistä ja monipuolista ruokavaliota.

12.3 Kotimaan makuja ja ulkomaisia herkkuja

Vaikka suomalainen ruoan maku on kyseenalaistettu julkisuudessa viime vuosina, tuntuvat suomalaiset suosivan kotimaista ruokaa ja olevan ylpeitä kotimaisista raaka-aineistaan. Vaikka etnisten ruokien osuus oli ruokasivuilla suuri, muistettiin varsinkin Eevassa vaalia myös kotimaisuutta lähes joka numerossa esittelemällä kotimaisia uutuustuotteita ja keittokirjoja tai vaikkapa muistuttamalla puutarhamarjojen viikosta. Eeva tuntui olevan uskollisempi kotimaisille tuotteille, kun taas Trendi kokeili rohkeasti enemmän ulkomaisia tuotteita ja joskus ruokasivuilla oli jonkin maan ruokateema. Molemmille lehdille ominaista oli aitojen, puhtaiden ja luonnonmukaisten elintarvikkeiden ja aterioiden ihannointi.

Lähiruokaa ei esiintynyt lehtien sivuilla juuri lainkaan. Trendi ei maininnut lähiruokaa sanallakaan ja Eevakin vain jonkin verran. Lähiruokaa olisi voinut tuoda esille esittelemällä lähiruokareseptejä tai lähiruoantuottajia tietyillä alueilla tai

millaista lähiruokaa on saatavilla eri vuodenaikoina. Lähiruoka on ilmeisesti vasta vuosikymmenen vaihteen trendi.



Kaavio 9. Etnisten keittiöiden esiintyminen tutkimuksessa.

Kaaviosta 9 näkyy, että hyvin tunnettu italialainen keittiö oli esillä todella usein ruokasivuilla ja se näkyi resepteissä, keittokirjoissa, ja ravintoloiden esittelyissä. Myös todella suosittu meksikolainen ruokakulttuuri ei taas saanut näkyvyyttä juuri lainkaan ruokasivuilla. Sen sijaan aasialainen ruokakulttuuri oli tasaisesti esillä niin tavallisissa resepteissä kuin valmisruoissakin.

12.4 Valmisruokia arjen helpotukseen

Eevan ruokasivuilla esiteltiin todella usein valmisruokia, mikä tietenkin selittyy Eevan kohderyhmällä. Valmisruoat helpottavat kiireisen perheen äidin tai uraa tekevän arkea. Eevan sivuilla huomioitiin myös lapset esittelemällä heille uutuustuotteita kuten elintarvikkeita ja astioita. Myös Trendi esitteli ruokasivuillaan joi-takin eineksiä tai puolivalmisteita, mutta niitä oli myös hyödynnetty toisen aterian osana, kuten gourmet-kalasopassa, jossa valmistetaan ranskalainen maustekastike Rouille ja lisätään se valmiiseen kalakeittoon. Tämä tuo tietenkin osaltaan help-

poutta ja nopeutta ruoanlaittoon. Trendin sivuilla näkyikin paljon puolivalmisteita aterioiden osana ja välillä niiden käyttö oli kekseliästä.

Valitettavasti valmisruokien suuri osuus näytti vievän tilaa slow food -ilmiöltä ja ruokailun sosiaalinen merkitys ei juuri korostunut. Kahden viimeisen vuoden osalta Trendi esitteli teemoja, joissa selvästi korostui yhdessä olo. Eevan ruokasivuista sen sijaan sai kuvan, että ne toivat helpotusta kiireisen arjen pyörittämiseen esittelemällä uutuustuotteita. Ainoastaan kesäsesonkina ja jouluna Eevan ruokasivuista huokui seesteisyys ja kiireettömyys. Positiivista oli, että pikaruogan suosio näkyi vain satunnaisesti ruokasivuilla.

12.4 Pastaa halloumijuustolla

Trendissä käytettiin leivonnassa ja ruoanlaitossa alkoholijuomia antamaan makua, kuten sherryllä terästetty sienisoppa ja rusina-pähkinävahto, johon oli käytetty myös viskiä. Alkoholijuomien lisäksi molempien lehtien resepteissä näkyi useita erikoisjuustoja, joista voiton vei kyproslainen halloumijuusto. Muita suosittuja raaka-aineita olivat kookos ja artisokka. Trendin sivuilla käytettiin paljon pastaa, mikä selittyy trendin kohderyhmällä. Pasta on nopea ja edullinen elintarvike. Mansikkaa käytettiin salaateissa ja jälkiruoissa paljon.

Viineihin ja drinkkeihin ei tässä tutkimuksessa kiinnitetty huomiota, mutta molempien lehtien sivuilla esiintyi runsaasti erilaisia teollisia terveysjuomia ja ohjeita juomasekoituksiin, kuten esimerkiksi kahvismoothie Eevassa ja kesäinen välipalajuoma Trendissä.

12.5 Perinteisiä reseptejä ja tuunausta

Perinteisyys näkyi varsinkin Trendin sivuilla. Trendikästä oli valmistaa omien äitien laittamia ruokia kuten tiikerikakkuja, mokkapaloja ja kiisseleitä. Perinteinen suomalainen kotiruoka on nykyään taas trendikästä, kuten kermanen lohikeitto. Trendin resepteille oli myös ominaista perinteisten reseptien ”tuunaaminen”, esimerkiksi köyhät ritarit oli muunneltu marjaritareiksi liköörillä ja marjoilla.

12.6 Terveyttä ja keveyttä ruoasta

Terveys oli Eevassa yksi tärkeimmistä teemoista jokaisena vuosikertana. Lehtien sivuilla esiintyi lukuisia terveyttä edistäviä uutuustuotteita. Ainoastaan vuonna 2008 ei terveyteen viitattu niin usein kuin aikaisemmin. Trendissä terveys ei ollut paljoa esillä ja vuonna 2007 siihen ei viitattu lainkaan. Tämäkin ero selittyy kohderyhmien eroavaisuuksilla. Eevan lukijat ovat varttuneempia ja kiinnittävät varmasti terveyteensä enemmän huomiota kuin nuoret aikuiset.

Medikalisoituminen näkyi varsinkin Eevan esittelemissä uutuustuotteissa, mutta Trendissä sitä näkyi todella vähän. Tämäkin eroavaisuus selittyy kohderyhmien erolla. Eevassa esiteltiin esimerkiksi joitakin lapsille suunnattuja tuotteita, joihin oli lisätty vitamiineja.

Keveys näkyi varsinkin Eevan sivuilla useissa uutuuskevyttuotteissa. Trendissä taas ei keveyttä mainostettu millään tavalla. Kumpikaan lehdistä ei mainostanut tiettyä reseptiä kevyeksi. Ilmeisesti lehdet halusivat enemmän hemmotella lukijoitaan herkullisilla resepteillä, kuin muistuttaa heitä painonhallinnasta. Toisaalta myös naposteltavia esiintyi molemmissa lehdissä. Varsinkin Eeva esitteli aina uutuustuotteita, kuten karkkeja ja sipsejä. Molempien lehtien sanoma tuntui olevan, että herkuttelu ja itsensä hemmotteleminen silloin tällöin on sallittua ja terveellistä.

12.7 Elämäntyylinen näkyminen lehdissä

Elämäntyylien näkyminen ruoan kautta tuntuu olevan yksi trendi tänä päivänä. Kuluttajat pohtivat omia ruoka-arvojaan. Toiset suosivat kotimaista, toiset haluavat ostaa lähiruokaa tai luomuruokaa. Toiset ovat kiinnostuneita etnisistä ruoista. Yhä yleisempää on myös seurata julkisuudesta tunnettujen ihmisten ruoanlaittoa ja tällä tavalla saa vinkkejä myös omaan ruoanlaittoon. Tämä ilmiö näkyi myös lehtien ruokasivuilla, joissa esiteltiin julkkiskokkien kirjoja ja kuuluisuudet kertoivat omista ruokakokemuksistaan. Eeva tuntui viestivän lukijoilleen helpposta arjesta, jota siivittävät laadukkaat ja usein kotimaiset ateriat ja elintarvikkeet.

Trendi taas viestitti lukijoilleen tasaiseen tahtiin uusista trendeistä, mutta halusi myös kunnioittaa vanhoja ruokaperinteitä.

Mielestäni 2000 – luvun alun loppupuoliskon ruokatrendejä kuvaa hyvin Trendin joulukuun 2006 numerossa esiintyneet maailman helpoimmat alkupalat neljälle; savulohimousse, simpukoita tomaattisalsassa, poropaistia ja vadelmaa, sekä jättikatkaravut wasabimajoneesilla. Savulohimousse kertoo skandinaavisuudesta, simpukoita tomaattisalsassa kertoo välimerellisyydestä ja texmexruoan suosiosta, poropaistia ja vadelmaa kertoo kotimaisen ruoan suosiosta ja jättikatkaravut wasabi -majoneesilla kertoo aasialaisen ruoan trendikkydestä. Reseptit yhdistelevät uutta ja perinteikästä ja ne ovat helppoja ja nopeita valmistaa. Reseptit antavat myös hieman makua tulevasta nimittäin espanjalainen tapas -kulttuuri on erittäin trendikästä juuri nyt.

13 PÄÄTÄNTÖ

Aloitin opinnäytetyöni tutkimalla suomalaisen ruokakulttuurin muutoksia ja sitä kuinka aistit vaikuttavat ruoanvalitsemisprosessiin. Mielestäni nämä asiat auttavat ymmärtämään, miksi Trendin ja Eevan ruokasivuille on valittu tietyt asiat. Johanna Mäkelän haastateltavien vastauksia tutkimalla sain kokonaiskuvan suomalaisen naisen syömistottumuksista ja ajatuksista koskien ruokaa.

Food Related Lifestyle -mallin peruskäsitteet kokoavat yhteen ruokatrendejä ruokamaailmassa. Peruskäsitteet ovat ostotavat, laatutekijät, ruoanlaittotavat, käyttötilanteet ja ostomotiivit. Opinnäytetyöhön koottiin peruskäsitteiden alle asioita, jotka kuvaavat tämän päivän kuluttajakäyttäytymistä ja trendejä ruokamaailmassa ja kuinka nämä trendit näkyivät kahden suomalaisen naistenlehden sivuilla. Laatu-tekijöihin liittyvät läheisesti ruoka -ja terveys, hinta -ja laatusuhde, uutuudet, orgaaniset tuotteet, ruoan maku ja ruoan tuoreus. Ruoanlaittotottumuksiin liittyvät kiinnostus ruoanlaittoa kohtaan, uusien ruokasuuntauksien etsiminen, valmisruoat ja pikaruokat, ruoanlaitto ja perhe, ruoanlaiton suunnittelu ja naisen työ. Käyttötilanteisiin liittyvät naposteltavat, ateriat, sekä ruoka ja sosiaalinen tilanne.

Suurimmissa määrin ruokatrendinä tuntuu olevan terveyden painottaminen ja se näkyi myös naistenlehtien ruokasivuilla. Aikaisemmin naistenlehtien sivuilla terveyttä ei painotettu niin paljon, koska ihmiset söivät alkujaan terveellisesti ja teollistuminen ja pikaruokat eivät olleet vielä vallanneet markkinoita. Nyky-yhteiskunnassa terveellistä ruokaa painotetaan, koska erilaiset pikaruokat ovat saaneet suuren jalansijan länsimaisessa ruokakulttuurissa ja tämän myötä terveysongelmat ovat lisääntyneet.

Valmisruokien käyttäminen näyttää jatkuvan hamaan tulevaisuuteen ja niiden suosio näkyi myös naistenlehdissä. Valmisruoat sopivat nykypäivän kiireisen ihmisen päivärytmiin ja marketeissa valmisruoille omistetaan usein hyllykaupalla tilaa. Toivon ettei tämä trendi jatkuisi tulevaisuudessa ja ihmiset oppisivat taas hyödyntämään lähiruokaa, joka ei ainakaan vielä näytä olevan kovin suosittua. Kotimaisen ruoan suosio sen sijaan näkyi ilahduttavasti naistenlehtien sivuilla ja

kotimaisten elintarvikkeiden käytöstä on lyhyt matka lähiruokaan. Ulkomaisista keittiöistä aina kovin suosittu Italia säilytti suosionsa myös naistenlehtien ruokasivuilla. Italialaisen ruoan edelle meni vain aasialainen ruoka, mikä selittyy sen monipuolisuudella. Se taipuu pikaruoksi, noutoruoksi, valmisruoksi ja à la carte -ruoksi siinä missä italialainenkin.

Ekologisuus tuntuu olevan ainakin vuonna 2010 tapetilla, mutta 2005 – 2008 ekologisuuden vaaliminen oli vielä varovaista ainakin Eevan kohderyhmässä. Sen sijaan nuoremmat naiset eli Trendin lukijat olivat jo ennen vuosikymmenen vaihdetta omaksuneet ekologisuuden ruoanlaitossa. Kasvissyönti sen sijaan näyttää sulautuneen jokapäiväiseen ruokailuun ja harvemmin mainittiin jonkin reseptin sopivan kasvissyöjille. Uutena buumina kasvissyönnin sijaan voisi odottaa olevan luomuruoka, jota myös mainostettiin kiitettävästi Trendin sivuilla.

Vanha on uutta -ajattelutavan näkyminen kertoo myös ekologisen ajattelutavan lisääntymisestä ja perinteisyyden kunnioittamisesta. Ne näkyivät nostalgisten tavaroiden mainostamisena, kirpputorien hyödyntämisenä ja vanhojen reseptien vaalimisella ja tuunaamisella. Ilokseni voin todeta, että tämä trendi tuntuu olevan yhä pinnalla.

Mielenkiintoista olisi tietää, minkälaisia trendejä esimerkiksi vuosina 2010 – 2014 olisi näissä naistenlehdissä. Ehkäpä lähiruoka alkaa viedä sijaa valmisruoilta ja terveyttä muistetaan hakea useammin kotimaisista supermarjoista kuin apteekin purkista. Perinteisten italialaisen ja aasialaisen ruokakulttuurien tilalle saattaisi nousta skandinaavinen ja venäläinen ruokakulttuuri. Venäläisellä ruoalla on kaikki edellytykset nousta suosioon. Esimerkiksi blinipikaruokakojut ovat venäjällä jo arkipäivää, joten miksi ei myös meilläkin. Toisaalta venäläiset myös osaavat slow food -tyylin, eli nautitaan ruoka hitaasti ja hyvässä seurassa. Tästä voisimme me suomalaiset ottaa mallia ja jättää einokset kaupan hyllylle.

LÄHTEET

Painetut teokset:

Frewer L.J, Risvik E, Schifferstein H, 2001. Food, people and Society, A European Perspective of Consumer's Food Choices. Germany. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Knuutila, Maarit 2010. Kauha ja kynä. Tampere . Tammerprint.

Lehmusoksa, Ritva; Muurinen, Pirjo 1998. Ruokasanakirja. Jyväskylä. Gummerus.

Mononen, Tuija; Silvasti, Tiina 2006. Ruokakysymys, Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki. Gaudeamus.

Oranen, Janina 2006. HMR-ruoan kuluttajien elämäntyyli. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Selvityksiä numero 47.

Rantanen, Lasse 2007. Mistä on hyvät lehdet tehty?. 1 painos. Libris Oy.

Valpola, Veli 2000. Suuri sivistysanakirja. 1 p. Juva. WSOY

Varjonen, Johanna 2000. Trendejä vai kaaosta? Ruokatottumusten ja ruokatalouden hoidon muutokset 1980 ja 1990 – luvuilla. Helsinki. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja.

McDonald's mainos otettu Trendi -lehden elokuun 2009 numerosta.

Artikkelit

Järvenpää, Tomi 2009. Ruokapöydässä maistuu kotimainen. Pirkka. Syyskuu. 72.

Piha, Kirsi 2009. Hermoromahduksen partaalla. Gloria. Elokuu. 24.

Muut kirjalliset lähteet (Mikrolukukortti)

Mäkelä, Johanna 2004. Kunnan ateria: Naisten käsityksiä ruoasta. Helsingin yliopisto. Sosiologian lisensiaatin työ.

Luennot

Alamäki, Helena 27.10.2009. Trendejä ravintoloissa (luento). Vaasa. Vaasan ammattikorkeakoulu.

Vaahtoniemi, Saira 27.10.2008. Myyvän ruokalistan suunnittelu (luento). Vaasa. Vaasan ammattikorkeakoulu.

Elektroniset julkaisut:

Aamulehti 2009. Luomu ei petkuta vilunkiaromeilla. 5.8.2009 [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL: <http://www.aamulehti.fi/teema/ruoka/luomu-ei-petkuta-vilunkiaromeilla/151656>>

Animalia 2009. Kasvissyöinti, Kasvistellen mailma paremmaksi. [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL: <http://www.animalia.fi/animalia-toimii/kasvissy%C3%B6inti>>

Fairtrade Challenge 2009 [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL:<http://www.fairtradechallenge.org/>>

Suomisanakirja 2010 [online]. [viitattu 26.7.2010]. Saatavilla www-muodossa: URL:<http://suomisanakirja.fi/>>

Helsingin Sanomat 2009. Michael Jacksonin levymyynti räjähti. 29.6.2009 [online]. [viitattu 1.7.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL:<http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Michael+Jacksonin+levymyynti+r%C3%A4j%C3%A4hti/1135247278199>>

Iltalehti 2009. Kymmenia miljoonia kiloja ruokaa roskeen. 9.8.2009. [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL:http://www.iltalehti.fi/uutiset/2009080910052902_uu.shtml>

Keskisuomalainen 2009. Lehti: Jyväskylästä löytyi lasi ruoasta. 6.4.2009 [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL:<http://www.ksml.fi/uutiset/keski-suomi/lehti-jyv%C3%A4skyl%C3%A4st%C3%A4-l%C3%B6ytyi-lasia-ruoasta/407179>>

Luomuruoka 2009. [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa:
URL:<http://luomuruoka.fi/index.html>>

Reilukauppa 2009. [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa:
URL: <http://www.reilukauppa.fi/>>

Saarioinen 2010. [online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa:URL:
[http://www.saarioinen.fi/index~id~90124B321BBE4CB9BA5BF3F955C192AD.a
sp](http://www.saarioinen.fi/index~id~90124B321BBE4CB9BA5BF3F955C192AD.asp)>

Slow Food Finland 2009. Mita on Slow Food? [online]. [viitattu 20.10.2009].
Saatavilla www-muodossa URL:<http://www.netti.fi/~parvela/Slowly2.html>>

Taloussanommat 2009. Virus Vauhkoonnuttaa maailmalla. 3.5.2009 [online]. [viitattu 1.7.2009]. Saatavilla www-muodossa: <URL:<http://www.taloussanommat.fi/ulkomaat/2009/05/03/virus-vauhkoonnuttaa-maailmalla--ja-kurittaa-meksikoa/20091111/12>>

Taloussanommat 2009. Ruoan alv-ale rokottaa ravintoloita. 4.10.2009.[online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa: URL:
<http://www.taloussanommat.fi/yritykset/2009/10/04/ruuan-alv-ale-rokottaa-ravintoloita/200921278/12>>

Uusisuomi 2008. Outi Toivanen-Visti: Mikä ihmeen superruoka?
10.4.2008.[online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa:
URL:<http://www.uusisuomi.fi/nakokulmat/outitoivanenvisti/mika-ihmeen-superruoka>>


Verkkotutka 2010. Uudet lehdet laskevat vanhojen levikkiä. 26.7.2010 [online].
[viitattu 31.7.2010]. Saatavilla www-muodossa:
URL:<http://www.verkkotutka.fi/artikkeli?id=2649>>

YLE 2009.Munissa ei ollutkaan salmonellaa –valvojalla väärinkäsitys. 4.3.2009
[online]. [viitattu 20.10.2009]. Saatavilla www-muodossa:
URL:http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2009/03/munissa_ei_ollutkaan_salmonellaa_-_valvojalla_vaarinkasitys_588021.html>

LIITE 1

Lisätietoja 100-prosenttisistä naudanlihapihveistämme, tuoreista
 vihanneksistamme ja Suomessa leivotuista sämpylöistämme saat osoitteesta mcdonalds.fi

Sämoistä ainekseista valmistetaan myös **Big Mac™, 3,95 €**

 **i'm lovin' it™**

© 2009 McDonald's

Natalia Brotherus **RUOKA&JUOMA**

Voissa paistetut blinit ovat venäläisen keittiön lahja kulinaristeille. Tarjoile blinit perinteisen mädin ja smetanän sijaan kevyen lohisalaatin kera.

Blinit pannulle



Myös vegaaneille ja keliakikoille sopiva resepti on Englannin-tuliaiseni ja lievittää ikävääni. Ystävänäpäivänä tarjoan kakkua haudutetun teen kanssa. Vinkki: Höystä kakku erilaisilla pähkinöillä, kuivahedelmillä ja vaikka lakritsilla!
—MARIANNE KISKOLA,
MYYNTI-JA MARKKINOINTIPÄÄLLIKÖ

Blinitaikina

2 dl maitoa
1 pussi kuivahiivaa
2 dl smetanaa
1 tl sokeria
1 tl suolaa
2,5 dl tattarijuuhoja
Kuumenna maito 42-asteiseksi eli reilusti kädenlämpöiseksi. Sekoita kuivahiiva maitoon, lisää smetanaa, sokeri, suola ja tattarijuuhoja. Sekoita ja anna tuota pari tuntia.
2 rkl voita
1,5 dl maitoa
1 kananmuna
Lämmitä maito. Lisää voi. Sekoita taikinan ensin keltuainen ja sitten maito-voiseos. Vaahdota valkuainen kovaksi vaahdoksi ja kääntele taikinan joukkoon. Paista blinit voissa.

Sekoita erilaisia salaatteja, kylmäsavulohta ja oliivijyppöistä salaattinkastiketta blinien kyytipojaksi.

Yllättäjä

Söin ravintolassa taivaallisen makuista lammasta. Kun kokki kertoi, että marinadissa on tervasiirappia, marssin oikopäätä kauppaan. Marinadin lisäksi siirappi on hyvää jäätelön ja kuumien juomien kanssa. Taipuu varmasti moneen muuhunkin. Villiaromin Tervasiirappikastike Stockmannilta, 5,10 e.

Taivaallinen suklaakakku

(ilman uunia)
190 g tummaa suklaata, esimerkiksi Plamil-suklaata (87% kaakaota)
100 g margariinia
1 rkl siirappia
½–1 dl luomurusinoita
1 dl kookoslustuja tai hiutaleita
½ dl kuorittuja pistaasipähkinöitä
1 dl makadamiapähkinöitä
pari gluteenitonta keksiä
Vuoraa leipävuoka tuorekelmulla ja sulata suklaa vesihautteessa. Lisää margariini ja siirappi. Murena keksit pieniksi paloiksi. Lohko isoja pähkinöitä pienemmiksi. Sekoita kaikki ainekset keskenään ja kumoa vuorattuun vuokaan. Peitä kelmulla ja nosta jääkaappiin kovettumaan ainakin pari tunniksi. Nauti hyvällä omallatunnolla!

KUVAT IARI KESTI JA PIA INBERG



Mantelikalvy
2 cl konjakkia
2 cl mantelilikööriä
espresso
löysästi vatkattua kermää juoman päälle
Rakenna lasiin ja nauti.

Mikä se on?
Ihan selvästi hanaanin kuljetusvehje.
Eiring, 6,90 e.