

# SLOW FOOD SUOMALAISSA RUOKABLOGEISSA

Sari Vainio-Pekka

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2012

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala





Tekijä(t) VAINIO-PEKKA, Sari	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 12.11.2012
	Sivumäärä 41	Julkaisun kieli suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty ( X )
Työn nimi SLOW FOOD SUOMALAISSA RUOKABLOGEISSA		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) VIITASAARI, Mikael		
Toimeksiantaja(t) Slow Food Keski-Suomi, convivium leader Minna Junttila		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössäni yhdistin kaksi ajankohtaista aihetta: slow foodin ja ruokabloggaamiseen. Bloggaaminen on viimeisen viiden vuoden aikana kasvanut pienestä, yksittäisten henkilöiden tai yritysten blogeista suureksi blogosfääriksi, jossa monet bloggaajat ansaitsevat blogillaan rahaa ja luovat uraa blogiensa avulla. Slow food on kasvanut 80-luvun lopulla perustetusta paikallisesta yhteisöstä kansainväliseksi, yli 100 000 jäsenen organisaatioksi. Kuluttajien halu tukea paikallista ruokakulttuuria, nauttia yhdessä ruoasta ja samalla ajatella ruokavalintojensa vastuullisuutta on lisääntynyt.</p> <p>Omassa opinnäytetyössäni keskityttiin etenkin Slow Food Keski-Suomen tavoitteisiin luoda yhteyksiä erilaisten toimijoiden välille ja lisätä ihmisten mielenkiintoa slow-kulttuuria kohtaan. Opinnäytetyössäni tuodaan esiin, miten monipuoliset ja monisyiset mahdollisuudet bloggaajien kanssa yhteistyössä toimimisessa on. Opinnäytetyössä selvitettiin myös blogien kautta avautuvia mahdollisuuksia, ja niiden merkitystä nykyisen sosiaalisen median aikakautena.</p> <p>Tutkimukseen valittiin neljä Suomessa suosittua ruokablogia. Suositut blogit keräävät tuhansia lukijoita viikottain, ja niissä käydään aktiivista keskustelua ruokaan liittyvistä aiheista. Laadullisen sisällönanalyysin keinoin selvitin, miten slow foodiin liittyvät teemat näkyivät blogeissa. Tutkimuksen aineisto kerättiin huhtikuussa 2012 ja analyysi suoritettiin kesän ja syksyn 2012 aikana.</p> <p>Sisällönanalyysin johtopäätöksenä voidaan sanoa, että bloggaajille näyttäisivät olevan tärkeitä slow foodin keskeiset teemat. Etenkin ruoan sosiaaliset merkitykset korostuivat analyysissä. Tiedostamalla, mitä blogeissa kirjoitetaan, on helpompi luoda kontakteja ja yhteistyökuviota bloggaajien kanssa tulevaisuudessa. Yhteistyön avulla slow foodin tunnettavuus Suomessa voisi nousta, koska ruokablogit tavoittavat jo valmiiksi ruoasta ja ruokakulttuurista kiinnostuneen, suuren lukijakunnan.</p>		
Avainsanat (asiasanat) slow food, blogit, bloggaaminen, sisällönanalyysi		
Muut tiedot		



Author(s) VAINIO-PEKKA, Sari	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 12112012
	Pages 41	Language finnish
		Permission for web publication ( X )
Title SLOW FOOD IN FINNISH FOOD BLOGS		
Degree Programme Degree Programme in Service Management		
Tutor(s) VIITASAARI, Mikael		
Assigned by Slow Food Keski-Suomi, convivium leader Minna Junttila		
Abstract <p>In my Bachelor's Thesis I combined two current topics: food blogging and slow food. Blogging has grown during last five years from a small phenomenon into a huge blogosphere, where many bloggers earn money from their blogs and create a career with the blog. Slow food has grown from a small local community into international organisation, that has over 100 000 members. Consumers' will to support the local food culture, enjoy the food together and at the same time to think about food choices accountability has increased.</p> <p>In my thesis I focused especially on Slow Food Keski-Suomi's aims to create links between the different actors and to increase people's interest in the slow-culture. The thesis reports about the wide range of opportunities and various forms of co-operations with the bloggers. The thesis studied emerging opportunities offered by the blogs and their importance in the current era of social media.</p> <p>Four popular food blogs in Finland were chosen into research. Popular food blogs collect thousands of readers every week. The most current and the food-related topics are always shown in the blogs. With the qualitative methods including content analysis the research was made. The data was collected in April 2012 and the analysis was carried out during the summer and autumn of 2012. The aim in the content analysis was to figure out how slow food themes are shown in the chosen food blogs.</p> <p>As a conclusion it seems that the essential themes of Slow Food are important to the bloggers. Especially the social meanings related to food were emphasized in the analysis. By recognizing what the content of the blogs is, it is easier to establish contacts and collaborations with the bloggers. Co-operation with the food bloggers could raise the awareness of the slow food in Finland, because the blogs already reach a large readership of people interested in food and the</p>		
Keywords slow food, blogs, blogging, content analysis		
Miscellaneous		

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	3
2 SLOW FOOD – HIDASTA RUOKAA .....	6
2.1 Slow foodin arvot .....	6
2.2 Slow food -liikkeen toiminta .....	8
2.3 Slow food nousevana ruokatrendinä .....	10
3 BLOGIT .....	13
3.1 Blogin määritelmä .....	13
3.2 Blogien peruspiirteet .....	14
3.3 Blogit ilmiönä .....	15
3.4 Blogit osana sosiaalista mediaa .....	16
3.5 Ruokablogit Suomessa.....	18
4 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN .....	21
4.1 Blogit tutkimuksen kohteena .....	21
4.2 Tutkimuksen tavoitteet .....	22
4.3 Blogien esittely .....	23
4.4. Sisällönanalyysi.....	25
4.5. Tutkimuksen luotettavuus .....	27
5 TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	28
5.1 Puhdasta ruokaa.....	28
5.2 Hyvää ruokaa.....	29
5.3 Reilua ruokaa.....	30
5.4 Kiireetöntä ja yhdessä nautittua ruokaa .....	31
5.5 Johtopäätökset.....	33
6 POHDINTA.....	36

LÄHTEET .....	38
---------------	----

## **KUVIOT**

KUVIO 1. Slow Food vastaan pikaruoka .....	7
--	---

KUVIO 2. Yleisimpien sosiaalisten medioiden seuraaminen kolmen kuukauden aikana 2010, iän mukaan, osuus 16–74-vuotiaista internetiä käyttäneistä .....	17
--	----

## **TAULUKOT**

TAULUKKO 1. Ruokamarkkinoiden muutos teollisesta mallista yksilölliseen ja erikoistuneeseen malliin .....	11
---	----

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni ajatuksena oli yhdistää kaksi pinnalla olevaa ilmiötä: slow food ja bloggaaminen. Ruokakulttuuri ja siihen liittyvät ilmiöt ovat tällä hetkellä todella trendikkäitä. Ruokaan liittyviä ohjelmia on niin ammattilaisille (Top Chef) kuin amatööreille (Masterchef). Lisäksi usealla suomalaisella kokilla tai ruoka-alan ammattilaisella on jo oma tv-sarjansa (mm. Tomin keittiössä, Sikke – ruokaa rakkaudella ja Kuppilat kuntoon, Jyrki Sukula!)

Kaikki ruokaan tai ruokavalioon liittyvät aiheet tuntuvat olevan ajankohtaisia ja puhuttuja, ja ruoan kuluttaminen jakautuukin yhä enemmän erilaisiin luokkiin. Karppeaminen eli hiilihydraattien välttäminen ruokavaliossa oli viime vuonna suomalaisten huulilla. Kenties seuraavaksi Suomeen saapuu Yhdysvalloissa nyt jo vallalla oleva gluteeniton ruokavalio-buumi. Viime vuonna Suomeen syntyi myös uusi ruokakulttuurin muoto: ravintolapäivä. Ravintolapäivän ideana on antaa kenelle tahansa kotikokkaajalle mahdollisuus perustaa ravintola, kahvila, grilli tai mikä tahansa ruokatarjoava paikka yhdeksi päiväksi. Ravintolapäivän ytimessä ovat yhdessä tekeminen, nauttiminen ja ilonpito. (Ravintolapäivä 2012.)

Ruoasta keskustellaan paljon, ja ruokaa myös harrastetaan paljon. Ruokakeskustelu onkin siirtynyt yhä enemmän Internetiin, jossa keskustelupalstat ovat täynnä erilaisia ruokaan liittyviä keskusteluja. Entistä enemmän ruoasta myös blogataan. Ruokabloggaaminen on viimeisten viiden vuoden aikana noussut suosituksi jokaisen kuluttajan saatavilla olevaksi vaihtoehdoksi jakaa omia reseptejään ja ruokafilosofiaansa verkossa. Bloggaaminen on yksi vahvimmista sosiaalisen median ilmentymistä, ja ruokabloggaaminen tärkeä osa sitä. Ruokablogit keräävät ruoasta kiinnostuneita ihmisiä saman aiheen ympärille ja mahdollistavat ruokayhteisön luomisen verkossa. Suomessa ruokablogit eivät ole vielä suosiossaan saavuttaneet samaa asemaa kuin muoti- ja lifestyleblogit, joista suosituimpien kirjoittajat usein täysipäiväisesti keskittyvät blogin kirjoittamiseen ja siihen liittyvien yhteistyökuvuiden hoitamiseen. Bloggaaminen on kuitenkin ilmiönä vielä suhteellisen uusi, eikä sen kaikkia mahdollisuuksia ole vielä hyödynnetty.

Aiheen valinnan jälkeen etsin työlleni toimeksiantajan. Toimeksiantajaksi opinnäytetyölleni sain Slow Food Keski-Suomi -yhdistyksen, jonka vetäjänä toimii Jyväskylän ammattikorkeakoulussa kansainvälisten asioiden koordinaattorina toimiva Minna Junttila. Slow Food Keski-Suomi on perustettu lokakuussa 2011. Slow Food Keski-Suomi toimii Slow Food Internationalin paikallisena ryhmänä Jyväskylän alueella ja muualla Keski-Suomessa. Junttilalla on vahva näkemys ja usko siihen, että koulutus on avainasemassa slow food-tietoisuuden leviämisessä. Slow Food Keski-Suomi toimii tekemällä yhteistyötä erilaisten toimijoiden kanssa ja tarjoamalla kohtaamispaikkoja heille esim. tapahtumien, kurssien tai tiedotustilaisuuksien muodossa. Slow Food Keski-Suomi kokoaa tietoa osaamisesta ja mielenkiinnosta slow food -toimintaan sekä tunnistaa paikallisympäristön erikoispiirteitä ja markkinoi niitä. Lisäksi Slow Food Keski-Suomi tiedottaa slow food -toiminnasta www-sivuillaan ja Facebookin kautta ja luo yhteyksiä muihin Slow Food-ryhmiin. (Slow Food Keski-Suomi 2011.)

Omassa opinnäytetyössäni keskityin etenkin Slow Food Keski-Suomen tavoitteisiin luoda yhteyksiä erilaisten toimijoiden välille ja lisätä ihmisten mielenkiintoa slow-kulttuuria kohtaan. Opinnäytetyössäni halusin tuoda esiin, miten monipuoliset ja monisyiset mahdollisuudet bloggaajien kanssa yhteistyössä toimimisessa on. Tietoperustassa olen selvittänyt bloggaamisen kautta avautuvia mahdollisuuksia, ja sen merkitystä nykyisen sosiaalisen median aikakautena. Ajatuksena ei ollut pohtia, mitä hyötyä bloggaamisesta olisi Slow Food Keski-Suomelle, koska sillä on jo lähinnä tiedottamiseen keskittyvä blogi. Tarkoituksena oli sen sijaan syventyä ruokablogien maailmaan. Halusin selvittää toimeksiantajalle mahdollisuuksia, miten suosittujen ruokabloggaajien avulla päästäisiin kasvattamaan slow food-aatteen leviämistä ja tunnettavuutta.

Opinnäytteen aloittamisen aikoihin keskustelimme markkinointisuunnitelman luomisesta esim. Facebookiin, mutta oman kiinnostukseni takia aiheen rajaukseksi otettiin blogit. Sosiaalinen media kokonaisuudessaan olisi mielestäni liian laaja ja monisyinen aihe yhden opinnäytetyön aiheeksi. Halusin rajata aiheen mahdollisimman tarkasti, jotta voisin paremmin ja syvällisemmin keskittyä yhteen tiettyyn sosiaalisen median osa-alueeseen. Koska toimeksiantaja ei ollut kovin perehtynyt bloggaamiseen tai siihen liittyviin ilmiöihin, toivon opinnäytetyöni laajentavan toimeksiantajani tietämystä

aiheesta ja avaavan uusia mahdollisuuksia Slow Food Keski-Suomen kehittämislle blogien avulla.

Tutkimalla suosittujen blogien sisältöä siitä näkökulmasta, kuinka slow food niissä ilmentyy, on helpompaa ymmärtää bloggaajien arvomaailmaa, ja lähestyä heitä erilaisten yhteistyökuvioiden merkeissä. Bloggaamista ei voi maantieteellisesti rajata Keski-Suomen alueelle, koska usein ruokablogeissa ei edes mainita, miltä paikkakunnalta bloggaajat kirjoittavat. Mahdollisesti myös muut Suomen slow food -yhteisöt voivat hyötyä opinnäytetyöstäni, koska tutkimukseen valitut neljä suosittua ruokablogia eivät ole vain Keski-Suomen alueella. Bloggaamisessa maantieteellisellä sijainnilla ei kuitenkaan ole juuri merkitystä, koska suurin osa blogin sisällöstä syntyy kotikeittiöissä, jotka voivat olla samanlaisia niin Rovaniemellä kuin Helsingissäkin.



## 2 SLOW FOOD – HIDASTA RUOKAA

### 2.1 Slow foodin arvot

Slow food -liikkeen missiona on olla kansainvälinen ruohonjuuritason organisaatio, joka edistää hyvää, puhdasta ja reilua ruokaa kaikille. Hyvä ruoka tarkoittaa tuoretta ja maukasta sesonginmukaista ruokaa, joka tyydyttää aisteja ja on osa paikallista kulttuuria. Puhdas ruoka syntyy ruoan tuotannosta ja kulutuksesta, joka ei vahingoita ympäristöä, eläimiä tai terveyttä. Reilu ruoka takaa saavutettavat hinnat kuluttajille sekä reilut olosuhteet ja palkat pientilatuottajille. Slow food -liike uskoo, että jokaisella on oikeus hyvästä ruoasta nauttimiseen ja vastuu suojella ruokaperinteitä ja sitä kulttuuria, joka tekee ruoasta nauttimisesta mahdollista. (Slow Food International.)

Slow food -liikkeen perustajan Carlo Petrinin mukaan määriteltäessä mikä on *hyvää* ruokaa, täytyy ottaa huomioon kaksi tekijää: maku ja tietämys. Maku on aina persoonallinen ja linkittyy jokaisen omaan aistialueeseen. Tietämys on kulttuurillista, ja liittyy ympäristöön ja yhteisöjen, tekniikkojen ja paikkojen historiaan. Hyvään ruokaan liittyvät aistittavuus, maku, luonnollisuus ja nautinto. Ruoan *puhtaus* ei liity raaka-aineiden ominaisuuksiin, vaan enemmän tuotannossa ja kuljetuksessa käytettäviin tapoihin. Tuote on puhdas, jos se kunnioittaa maata ja ympäristöä, ei saastuta, ei tuhlaa tai käytä liioitellusti luonnon varoja sen matkalla pellostä pöytään. Puhtaan ruoan viljely, prosessointi ja kuljetus ovat vastuullisia.

*Reilu* ruoka liittyy läheisesti sosiaaliseen ja taloudelliseen vastuullisuuteen. Petrinin mukaan ei ole reilua, että ruoan tuottajia kohdellaan kuin sosiaalista alakastia. Globaali ruokasysteemi tulisi kytkeä mukaan selvittämään, mikä on reilua kaikille. Petrin haluaa luoda uuden systeemin, joka antaa ruoan tuottajille tunnustusta, sillä emme selviäisi ilman viljelijöitä. Meidän tulisi hänen mukaansa laittaa ihminen, maa ja ruoka takaisin keskiöön ja saada aikaan inhimillinen ruokaverkosto. Verkosto edistäisi ruoan laatua harmoniassa luonnon kanssa ja kunnioituksesta sen monimuotoisuuteen, kiteyttäen slow foodin perusarvot: hyvä, puhdas ja reilu. (Petrini 2005, 96–104, 114–123, 135–136.)

Slow food vastustaa pikaelämää. Länsimaisen elämän tehokkuus ja kiireinen arkirytmi ovat slow food -filosofian mukaan sekoittaneet luonnollisen tapamme nauttia hyvästä ruoasta. Vaikka slow food ei suoranaisesti painota terveellistä ruokavaliota,

on kiireetön ruokailu joka tapauksessa terveellisempi valinta. Kun syömme hitaasti ja nautiskellen, erotamme makuvivahteet, kuuntelemme paremmin kehoamme ja tu-  
lemme kylläisiksi vähemmällä ruokamäärällä. (Jyväs 2008.)

Monet perinteiset ruokalajit, jotka on valmistettu hyvistä ja tuoreista raaka-aineista, ovat vaarassa hävitä makumuististamme. Eineslihapullat saattavat joidenkin lasten mielissä olla niitä aitoja oikeita. Slow food haluaa ruoka- ja viinikulttuurin kansainvä-  
lisen vaihdon edistämisen lisäksi lisätä paikallisten ruokien ja perinteisen keittotaidon arvostamista. Kyseessä ei kuitenkaan ole pelkkien perinneruokien kokkaaminen vaan myös kotimaisten raaka-aineiden monipuolinen ja uudenvuodenlainen hyödyntäminen. Slow foodin filosofia on, että hyvälaatuista ja eettisesti oikeudenmukaista ruokaa saadaan parantamalla kuluttajien tietoa siitä, miten ja missä ruoka tuotetaan. Alkuperän tun-  
teminen lisää ruuan nautinnollisuutta. (Jyväs 2008.)



KUVIO 1. Slow Food vastaan pikaruoka. (Japan for Sustainability, 2012).

Slow food -liikkeen kannattaja eli hidas herkuttelija puolustaa elämän pieniä nautintoja ja inhimillistä elämänrytmiä. Hän vastustaa ruokailun liiallista yksinkertaistamista ja muistuttaa, että ruuasta ja juomasta nauttiminen on aina ollut osa kulttuuria. Hän kannattaa hyvälaatuisten ruoka-aineiden valmistusta ja ekologisesti järkeviä tuotantotapoja. Hidas herkuttelija vastustaa turhaa ruoka-aineiden teknistä ja kemiallista käsittelyä ja vaalii sen sijaan paikallisia ja perinteisiä keittotaidon menetelmiä. (Jyvä 2008.)

Slow Food Helsingin perustaja ja ravintolakoulu Perhon lehtori Jarmo Åke käyttää slow foodista suomennusta kiireetön ruoka. Kiireettömyyden lisäksi Åke haluaa painottaa ruoan hauskuutta. Ruoka valmistetaan itse, mutta valmistuotteitakin voidaan käyttää, kunhan tuotteen alkuperä tiedetään ja tuote on kestävän tuotannon mukaisesti valmistettu. Vaikka slow foodissa tuetaan pääasiassa oman alueen paikallisia tuottajia, voidaan käyttää myös kansainvälisiä raaka-aineita. Slow food haluaa opettaa nauttimaan ruoasta kaikilla aisteilla ja tunnistamaan luonnolliset raaka-aineiden maut ilman lisäaineita. (Ylen aamu-tv 2011.)

## **2.2 Slow food -liikkeen toiminta**

Slow food -liikkeen historia ulottuu 80-luvun Italiaan. Siellä paikalliset närkästyivät McDonald's aikeista rantautua maahan. Vastaiskuna perustettiin slow food -liike. (Slow Food – hidasta nautiskelua 2007.) Liikkeen perustaja Carlo Petrini vastusti yleisesti amerikkalaisen pikaruokakulttuurin leviämistä, ja vuonna 1987 slow food liike otti käyttöönsä etanalogon. Etana kuvastaa hitautta ja kiirettömyyttä. (Leitch 2008, 382.)

Petrini lanseerasi vuonna 1989 kansainvälisen slow food -liikkeen ja 1990-luvulla liike kasvoi isoksi kansainväliseksi organisaatioksi, jolla on tällä hetkellä yli 100 000 jäsentä kansainvälisesti. Slow food -liike on kehittänyt tasting-ohjelmia alakouluissa, ja Italiassa toimii gastronomian yliopisto. Liikkeen päämaja on edelleen Italian Brassa, mutta toimistoja on avattu Sveitsiin, Saksaan, New Yorkiin ja Brysseliin. Brysselissä liike lobbaa EU:ta maatalouden ja vientipolitiikan suhteen. (Counihan & Van Esterik 2008, 382–383.)

Slow Food Finland ry. perustettiin vuonna 1993 Tuusulassa. Jäsenistö koostui lähinnä ruokaharrastajista, jotka kunnioittavat slow food -elämänarvoja: ruokailu on muuta-kin kuin nopeaa syömistä. Suomeen syntyi nopeasti yksi kansainvälisen slow food -liikkeen suurimpia alaosastoja. Jäsenmaksuihin liittyvät kahnaukset italialaisen emo-liikkeen kanssa söivät kuitenkin joidenkin aktiivien alkuinnostusta, ja vasta 2000-luvun lopulla aika näyttää jälleen kypsältä slow foodin uudelle rantautumiselle. (Nelimarkka 2009.)

Nyt 2010-luvulla Suomessa on aktivoiduttu slow foodin uudelleen herättelyssä ja uusia pöytäkuntia on perustettu mm. Helsinkiin ja Keski-Suomeen. Paikallisia yhteisöjä kutsutaan nimellä convivium, joka tarkoittaa ”elää yhdessä”. Juuri paikalliset yhteisöt kuvaavat parhaiten slow foodin filosofiaa. Kaikki conviviat toimivat vapaaehtoisuuden periaatteella ja ilman rahallista korvausta. Jotkut suuremmat yhteisöt ovat perustaneet myös rekisteröidyn yhdistyksen ottaakseen vastaan rahaa esim. pääsymaksujen muodossa, myymällä kirjoja ja julkaisuja jne. Kerätyt rahat käytetään paikallisiin kehitysprojekteihin, kuten paikallisesti valmistettujen tuotteiden markkinointiin. (Slow Food Helsinki 2011.)

Slow food -liike on mukana mm. Nooan Arkki- ja Presidium-projekteissa, joiden tarkoituksena on estää uhanalaisia eläin- ja kasvilajeja kuolemasta sukupuuttoon. Projekteilla pyritään säilyttämään raaka-aineiden ja ruokalajien monimuotoisuus. Jo yli 10 vuotta liike on laatinut listoja raaka-aineista ja valmistusmenetelmistä, jotka ovat jo lähes unohdettuja tai vaarassa hävitä kokonaan. Lisäksi slow foodin alla toimii maailmanlaajuinen ruokayhteisöjen yhteenliittymä, jossa ovat mukana ruoan tuottajat, jakelijat, kokit, akateemikot ja kaikki ne ihmiset, jotka tekevät työtä vastuullisen ja kestävä ruoan tuottamisen puolesta. (Slow Food Helsinki 2011.) Vuonna 2011 Terra Madre -päivä järjestettiin 10.12, jolloin maailmalaajuisesti järjestettiin yli 1 000 tapahtumaa 125 eri maassa (Slow Food International 2012). Suomessakin järjestettiin tapahtumia viidellä eri paikkakunnalla, joista yksi Slow Food Keski-Suomen ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun kanssa yhteistyössä Jyväskylässä.

### 2.3 Slow food nousevana ruokatrendinä

Slow food -liikkeen nousu modernia pikaruokakulttuuria vastaan on asetettu aikaisemmin kyseenalaiseksi. Pientilatuottajat ja vapaaehtoiset samanhenkiset ihmiset, jotka säännöllisesti kokoontuvat nauttimaan perinteistä paikallista ruokaa ja juomaa, tuskin pystyvät realistisesti haastamaan massiivisia globaaleja pikaruokayhtiöitä, kuten Mc Donald'sia, Burger Kingia tai Kentucky Fried Chickenia. Harhaanjohtavaa on ylipäättään asettaa kiistat syömistavoista ja -käyttäytymisestä ainoastaan "slow food vs. fastfood"-väittelyksi. Kysymys siitä, pystyykö slow food -liike edistämään suuria muutoksia modernin maailman syömistavoissa, asetettiin kyseenalaiseksi British Food Journalin -artikkelissa Return to the traditional values? ( Jones, Shears, Hillier, Comfort & Lowell 2003, 297–304.)

Mutta slow food -organisaatio on kasvanut ja osoittanut tarpeen laadukkaammalle ruoantuotannolle. Slow food -liike alkoi vaihtoehtoisena paikallisen kuluttamisen mallina, mutta siitä on kasvanut globaali ilmiö. Kuluttajat vaativat luonnollisempia ja vastuullisemmin tuotettuja raaka-aineita. Slow food -liike on aina ollut vapaaehtoisuuteen perustuva organisaatio, jonka perusajatus on ollut vastata kuluttajan tarpeisiin, varoa kadottamasta kulttuurista identiteettiä ja vastustaa syömistapojen yhtenäistymistä. Kun alun perin vaihtoehtotrendistä kasvoikin suurempi ilmiö ja samaan aikaan suuret, ylikansalliset ruokayhtiöt osoittivat rakenteelliset ja kulttuuriset heikkoutensa, slow foodista kasvoi konkreettinen strateginen mahdollisuus isoille ruokamarkkinoille. Alla olevasta taulukosta näkyy, kuinka kuluttajien ostoprosessit ja motivaatiot sekä tarjontajärjestelmä ovat siirtymässä teollisesta massatarjonnasta erikoistuneempaan ja yksilöllisempään tarjontaan. (Nosi & Zanni 2004, 779–792.)

TAULUKKO 1. Ruokamarkkinoiden muutos teollisesta mallista yksilölliseen ja erikoistuneeseen malliin. (Nosi & Zanni, 2004, 790).

<p>Valinta ja ostoprosessi</p> <p>Motivaatio</p>	<p>Massakuluttaminen (alhaiset hinnat, yhdenmukaistaminen jne.)</p> <p>Yksinkertainen ostoprosessi (perinne tai mieliteko)</p> <p>Käytännölliset motivaatiot</p>	<p>Yhtenäistämätön kulutus (korkeat hinnat, korkea erilaistaminen, hidas kulutus jne.)</p> <p>Monimutkainen ostoprosessi: elämyksellisyys, tiedon suuri rooli</p> <p>Uusi motivaatio: turvallisuus, rituaali, myytti</p>
<p>Tarjonta järjestelmä (tuote/kauppa)</p>	<p>Paikalliset markkinat vs. globaalit markkinat</p> <p>Pieni informaatio sisältö</p> <p>Yhden tuotteen tarjoukset</p> <p>Perinteinen jakelu (erikoistumattomat kaupat, supermarketit)</p>	<p>Monikansalliset (paikalliset ja globaalit markkinat)</p> <p>Tietämys tuotteista (biodiversiteetti, suuri kulttuurinen identiteetti)</p> <p>Tuote- ja palvelupaketit</p> <p>Uudet kanavat: Internet, erikoistuneet kaupat</p>

Suomessa on viime vuosina avattu paljon luomu- ja lähiruokaa sekä pientilatuottajien tuotteita myyviä kivijalkamyymälöitä ja nettikauppoja. Yhtenä esimerkkinä tästä on nopeasti laajentunut Eat & Joy -ketju, jolla on kolmen maatilatorin lisäksi Helsingissä Kluuvin kauppahalli (Eat & Joy). Jyväskylässä vastaava lähi- ja luomutuotteita tarjoava kauppa on Katriinan kauppa, jolla on lisäksi yksi myymälä Seinäjoella. Lähi- ja luomuruoka ovat lisänneet suosiotaan ruoan ostotilanteessa. Vuonna 2011 lähes kaksi kolmasosaa kuluttajista piti lähiruokaa vähintään melko tärkeänä, kun vuonna 2005 osuus oli reilu kolmannes. Yli 60-vuotiaat ovat tyytyväisimpiä oman ruokakauppansa elintarvikevalikoimaan ja kriittisempiä ovat alle 25-vuotiaat. Informaation lisääntyminen ja koulutuksen parantuminen ovat muokanneet nuorista vaativia ja kulutustrendeistä perillä olevia ruoan ostajia. Lähi-, luomu- tai pientuottajien tuotteita myyvistä erikoismyymälöistä ruokaa hankitaan toistaiseksi melko harvoin. Yli puolet kuluttajis-

ta on joskus asioinut näissä myymälöissä, mutta pääasiallisesti suomalaiset ostavat ruokansa isoista marketeista. (STT 2012.)

Lähi- ja luomuruoka ovat jo muutamia vuosia olleet kasvavia trendejä, joita vastuulliset kuluttajat ovat osanneet vaatia. Lähiruoka on Sitran Lähiruokatyöryhmän (2010) mukaan lähellä tuotettua, oman alueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia hyödyntävää sekä kuluttajien toiveisiin vastaavaa ruokaa. Lähiruokan piirteitä ovat myös alueelliset markkinat, tuotantoketjussa käytettyjen menetelmien vastuullisuus, sesonkien suosiminen sekä alueelliseen ruokaperinteen hyödyntäminen tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Tiivistetysti siis lähiruokalla on mahdollisimman lyhyt tuotantoketju, se on tuoretta ja korkealaatuista sekä ottaa huomioon kestävän kehityksen ja ympäristönäkökulmat. (Mäkipeska & Sihvonen 2010.)

Luomuruoka on luonnonmukaisesti tuotettua ravintoa, jonka viljelyssä hyödynnetään luonnon omia menetelmiä ja eläinten kasvatuksessa taataan lajille tyypillinen käyttäytyminen. Luomuelintarvikkeissa vältetään keinotekoisia aineita, eikä geenimuuntelua hyväksytä luomuviljelyssä. Luomuruokan menetelmät pohjautuvat luonnonmukaisiin periaatteisiin: terveys, ekologia, oikeudenmukaisuus ja huolenpito. (EkoCentria, 2010). Lähi- ja luomuruoka liittyvät tiiviisti slow food -liikkeen arvomaailmaan, vaikkei sitä suoranaisesti missään alleviivata. Luomu- ja lähiruokan tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyvät kuitenkin samat arvot, jotka ohjaavat myös slow food -liikettä. Laadukas ja luonnonmukainen ruoka, joka on tuotettu vastuullisesti ja sesonginmukaisesti, on slow foodia.

Suomessa slow food -liikkeen tunnettavuus on kasvanut ennen kaikkea suurien markkinoiden avulla. Vuoden 2011 lokakuussa Slow Food Länsi-Uusimaa järjesti Länsi-Uudenmaan maistiais- tapahtuman, jossa vieraili kahden päivänä aikana 12 000 - 15 000 ihmistä. Samaan aikaan Inkoossa järjestettiin lähiruokamarkkinat, joissa kävijöitä oli noin 6 000. (Laiho 2011.) Tänä vuonna järjestetään markkinat jo kolmatta vuotta peräkkäin. Toivottavasti slow food -liike rantautuisi pian paremmin myös pohjoisemmaksi Suomea entistä näkyvämmiin. Aika on otollinen, koska lähi- ja luomuruoasta puhutaan jo laajasti ja uudenlainen ruoasta nauttiminen ja yhteisöllisyys ovat korostumassa Suomessakin.

## 3 BLOGIT

### 3.1 Blogin määritelmä

Blogi määritellään verkkosivuksi tai sivustoksi, johon tuotetaan ajankohtaista, päivämäärällä varustettua sisältöä. Tärkein vaikuttaja blogikulttuurin syntymisen taustalla on blogijulkaisemisen nopeus, helppous ja yksinkertaisuus. (Kilpi 2006, 5.) Bloggaminen on yksi vanhimpia ja menestyneimpiä sosiaalisen median työkaluja. Blogilla voi olla yksi tai useampi kirjoittaja, joka luo sisältöä. Sisältö julkaistaan aina aikajärjestyksessä, uusin kirjoitus (bloggauskielessä postaus) ylimpänä. Blogit voivat keskittyä johonkin tiettyyn aiheeseen kuten muotiin tai sisustukseen, mutta ne voivat olla myös nk. lifestyle-blogeja. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu.)

Blogeja käytetään hyödyksi myös työelämässä yritysblogien muodossa. Yritysblogit mahdollistavat sisäisen ja ulkoisen viestinnän parantamisen ja parhaassa tapauksessa se tarjoaa suoran yhteyden kohderyhmän ja yrityksen/palvelun välille. Yritysblogien kohderyhmänä voivat olla asiakkaat, sidosryhmät tai kollegat. Blogien avulla voidaan luoda yrityskuva, tehdä läpinäkyväksi organisaation toimintaa, parantaa kriisiviestintää sekä tarjota asiakaspalvelua ja tietoa palveluista. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu.)

Blogeista muodostuu yhteisöllinen tietokokonaisuus, jota kutsutaan blogosfääriksi. Sosiaalinen media luo aina yhteisön, mutta yhteisön muoto voi vaihdella hetkellisestä pysyvään ja virallisesta epäviralliseen. (Ojala & Pöysti 2008, 18–19.) Blogosfääri muodostuu kaikista blogeista ja niiden yhteyksistä. Blogosfääri kuvaa blogeja yhtenä suurena yhteisönä tai sosiaalisena verkostona. Toinen muoto blogosfäärille on blogistania.

Blogosfääriä seuraavia ja mittaavia palveluita on useita, mutta suurin ja vanhin on Technorati, joka on perustettu vuonna 2002. Technorati on palvelu, joka pyrkii seuraamaan kaikkia olemassa olevia blogeja ja toimii blogihakukoneena blogien lukijoille. Suomessa vastaava palvelu on Blogilista, josta löytyy tällä hetkellä yli 44 000 blogia. Yli 10 000 blogilla on tunnisteena ruokaan tai juomaan liittyvä tunniste, joten lähes neljäsosa suomalaisista bloggaajista käsittelee ruokaa ja/tai juomaa blogissaan. (Blogilista 2012.)



### 3.2 Blogien peruspiirteet

Bloggaamisen kuusi peruspilaria ovat Scoblen & Israelin mukaan (2006, 45) helppo julkaiseminen, löydettävyyys, sosiaalisuus, nopeus, syndikoitavuus ja linkittyvyys. Julkaisemisen helppoutta tukevat monet blogialustat, joista suurin on vuonna 1999 perustettu Blogger. Google osti palvelun vuonna 2003, ja tarjosi sen ilmaiseksi työkaluksi kaikille bloggaamisesta kiinnostuneille. *Helppo julkaiseminen* on kiistatta blogien elinehto eikä blogin kirjoittamiseen tarvita teknisiä kykyjä. (Alasilta 2009, 69.) *Helppo löydettävyyys* mahdollistuu hakukoneiden avulla, joilla ihmiset voivat etsiä haluamansa aihepiiriä käsitteleviä blogeja, tietyn kirjoittajan blogeja tai molempia. Mitä useammin blogiin kirjoittaa, sitä helpompi lukijoiden on se löytää.

*Sosiaalinen* näkökulma liittyy blogosfääriin, joka merkitsee käytännössä valtavan laajaa keskustelua. Mielenkiintoisia aiheita käsittelevät keskustelut liikkuvat sivustolta toiselle ja linkittyvät toisiinsa. Blogien avulla samoista aiheista kiinnostuneet ihmiset voivat solmia jopa ystävyyssuhteita maantieteellisistä etäisyyksistä välittämättä. *Syndikoitavuus* tekee blogien lukemisesta helpompaa. Ikonia klikkaamalla on mahdollista saada rss-ohjelmaa hyödyntäviä blogeja ilmaiseksi koneelleen. Rss-ohjelma säästää selaamisen vaivan ilmoittamalla tilatussa blogissa tapahtuneista muutoksista. Menetelmä on huomattavasti nopeampi kuin muutosten etsiminen yhdeltä sivulta kerrallaan. (Scoble & Israel 2006, 45.) Blogien tilaussovelluksia ovat esim. Bloglovin ja Bloggila.

*Linkittyminen* on blogien kautta helppoa. Jokaisesta blogista voidaan luoda linkki kaikkiin muihin blogeihin. Käytännössä kaikilla bloggaajilla on siis mahdollisuus linkittää miljooniin muihin blogeihin. Blogit ovat myös *nopeita*. Uutiset leviävät blogeissa usein nopeammin kuin uutistoimistojen kautta. Mikään muu markkinointikeino ei yllä blogien tasolle nopeudessa ja tehokkuudessa. (Scoble & Israel 2006, 45.) Yksi esimerkki uutisten leviämisestä blogien ja sosiaalisen median kautta on keväällä julkaistu YouTube-video Kobysta, joka videon mukaan toimi Ugandassa diktaattorina. Video levisi kuulovalkean lailla verkossa, ennen kuin perinteiset julkaisumediat havahtuivat siihen lainkaan. Uusin tieto kulkee usein nopeasti ennen virallisia kanavia. Perinteiset lehtikustantajat ja julkaisijat ovatkin liittäneet blogit osakasi viestintäänsä ja samalla uusien lehtiartikkelien innoittajaksi (Ojala & Pöysti 2008, 79.)

Tunnusomaisia piirteitä blogeille ovat keskusteleavuus ja yhteisöllisyys. Lukija pystyy osallistumaan keskusteluun, jota käydään blogien keskustelupalstoilla. Näistä keskusteluista rakentuva sisältö tekee blogeista demokraattisen ja moniäänisen median. Blogit antavat mahdollisuuden tehdä lukijoista julkaisijoita ja kuluttajista tuottajia. Kuka tahansa voi perustaa blogin milloin tahansa ja kenelle tahansa. (Kilpi 2006, 17, 97.) Tärkeimpiä syitä blogin aloittamiseen ovat kokemuksen ja tietotaidon välittäminen muille sekä mahdollisuus kirjoittaa omista mielenkiinnon kohteistaan. Kiinnostuksen kohteisiin entistä paremmin perehtyminen sekä mahdollisuus tavata ja saada yhteys samanhenkisiin ihmisiin ovat myös tärkeitä motivaatioita. (State of Blogosphere 2011.)

### **3.3 Blogit ilmiönä**

Kommunikointi on muuttunut paljon viimeisten vuosien aikana. Sosiaalinen media ja sen digitaaliset työkalut ovat mahdollistaneet sen, että verkossa esiintyy vähemmän tiedottamista ja enemmän keskustelua. Helpoin ja tehokkain tapa kaksi-suuntaiseen vuorovaikutukseen ovat blogit. Blogit luovat kommunikaatiota ja kommunikaatio rakentaa luottamusta. (Safko & Brake 2009, 161.) Blogien myötä kommunikaatio on muuttunut valvotusta ja yksisuuntaisesta vuorovaikutuksesta keskittymättömäksi ja kahdensuuntaiseksi (Scoble & Israel 2006, 43.)

Yksi nykyaikaisen internetin uusia piirteitä on ihmisten aktiivinen osallistuminen sisältötuotantoon. Kuluttajat voivat osallistua media luomiseen itse tekemällä tai olemalla vuorovaikutuksessa tekijöiden kanssa. Median kuluttamisesta tulee aivan erilaista verrattuna pelkkään verkkosivujen selailuun tai television katseluun. Osallistuvista ihmisistä muodostuu yhteisöjä, joiden vaikutusvalta voi olla hyvinkin suuri. Blogit antavat mahdollisuuden julkaista mitä tahansa ja yhdistävät potentiaalisesti moninkertaisen yleisön. (Salmenkivi & Nyman 2008, 17.)

Suusta suuhun kulkenut tieto on aina ollut luotettava tapa laajentaa tietämystään ja saada aikaan uusia asioita, ja tällä hetkellä blogit ovat kaikkein tehokkain tapa saada puskaradio kiertämään (Scoble & Israel 2006, 62.) Tutkimukset ovat osoittaneet, että aktiiviset bloggajat kirjoittavat kuusi kertaa todennäköisemmin positiivisesti brändeistä ja tuotteista kuin negatiivisesti. Yksi nopeimmista ja helpoimmista tavoista

ilmoista persoonallisuutta ja yksilöllisyyttä omassa blogissaan on puhua tuotteista ja brändeistä, joista pidämme. (Gillin 2009, 11.)

Blogosfääri vaikuttaa itse itseensä. Tärkein ja suurin vaikuttaja bloggaamisessa ovat toiset blogit, joita kirjoittajat lukevat. Toiseksi suurin tekijä on keskustelut ystävien kanssa, ja kolmanneksi suurin on muut sosiaalisen median sovellukset ja painetut lehdet, joita bloggaaja seuraa. (State of Blogosphere 2011.) Usein blogosfäärissä asiat pyörivät lumipallon lailla: yksi aloittaa bloggamaan jostain, mistä toinen kirjoittaa hänen jälkeensä ja pian kaikki tietävät ilmiöstä. Jos slow foodistakin kirjoitettaisiin jossain suositussa blogissa, voisi sen tunnettavuus nousta suuremmaksi Suomessa.

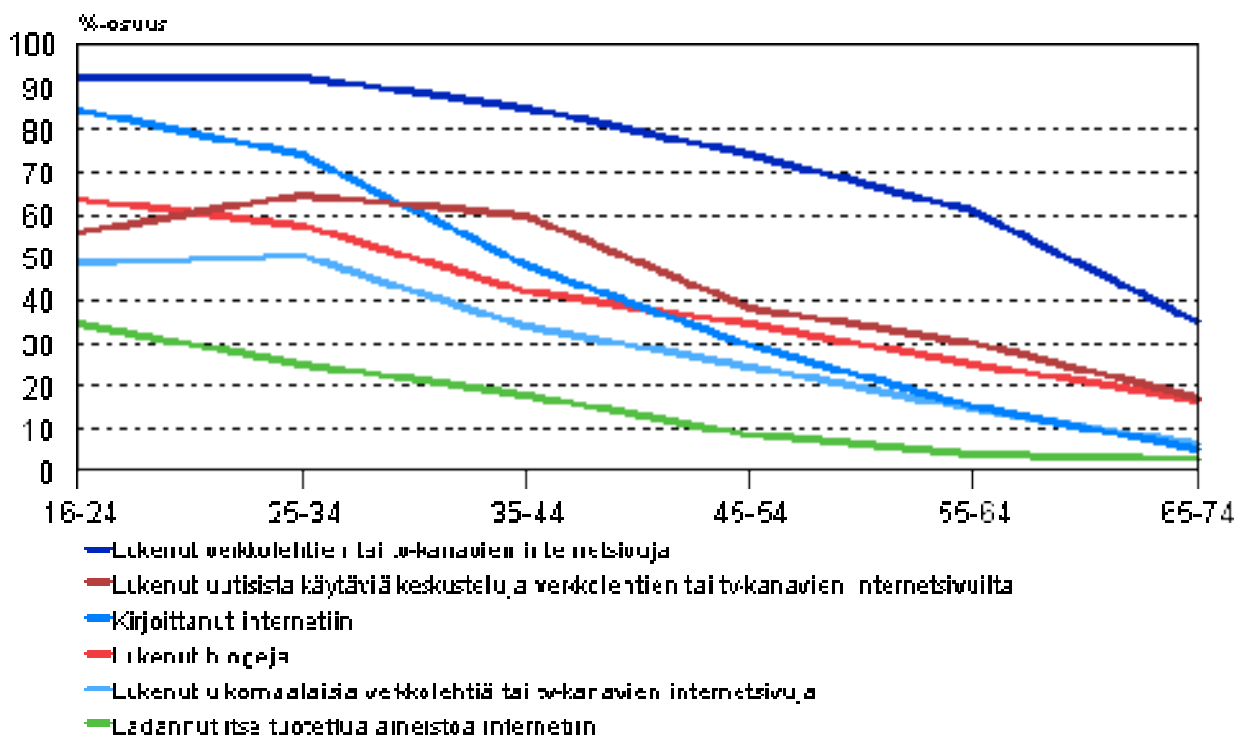
Blogeissa on useimmiten mahdollisuus kommentoida muita blogeja ja ne ovat verkostoitumisensa ansiosta hyvin linkitettyjä. Tämän ansiosta ne pääsevät muita sivustoja useammin hakupalvelujen etusivulle. Koska blogit ovat useimmiten yksityisten henkilöiden kirjoittamia, hakutulosten kriittisen tärkeän ensimmäisen sivun tietoa hallitsevat usein yksityiset henkilöt. (Salmenkivi & Nyman 2008, 17, 104.) Tällä voi olla arvaamattomat seuraukset yritysten ja yhdistyksien brändin rakentamisen ja imagon kannalta.

Blogit kommunikaatiokanavana haastavat perinteisiä internetsivustoja ja muita mediajulkaisuja. Blogien keskinäisen verkostoitumisen, rss-syötteiden mahdollistaman sisällönjakamisen ja uudelleenjulkaisun sekä näistä syistä seuraavan erinomaisen löydettävyyden ansiosta hyvä blogi voi nousta jonkin aiheen osalta suosituimpien tietolähteiden joukkoon. (Salmenkivi & Nyman 2008, 146.) Blogit nousivat Technoratin teettämässä tutkimuksessa State of Blogosphere (2011) Facebookin, aikakauslehtien, lehtien ja keskusteluiden jälkeen suosituimmaksi informaatiolähteeksi. Mielenkiintoista on, että uutiset televisiosta ja netistä tulevat vasta blogien jälkeen. Blogien ensisijainen tarkoitus lukijalle on tuottaa ideoita ja inspiraatiota, mutta yli 50 % luki-joista käyttää blogeja myös uutisten tai informaation välineenä. (Technorati 2011.)

### **3.4 Blogit osana sosiaalista mediaa**

Sosiaalista mediaa käytetään Suomessa laajasti, mutta sen käytössä on eroja ikäryhmien välillä. Esimerkiksi yhteisöpalveluja käyttää yli 80 prosenttia 16–24-vuotiaista,

mutta vain alle 30 prosenttia 45–54-vuotiaista. Sosiaalisen median ja yhteisöpalvelujen käyttö laskee selvästi iän myötä, ja tässä on havaittavissa sukupolvien välinen ero. Monet sosiaalisen median palvelut ovatkin alun perin syntyneet nimenomaan nuorten väliseen viestinnän tarpeeseen (mm. Blogger, Flickr, Facebook ja Twitter). (Matikainen 2011, 19,26.)



KUVIO 2. Yleisimpien sosiaalisten medioiden seuraaminen kolmen kuukauden aikana 2010, iän mukaan, osuus 16–74-vuotiaista internetiä käyttäneistä. (Tilastokeskus 2010)

Ruokablogien lukija on usein 20–50-vuotias nainen, joka hakee aktiivisesti uusia ideoita ruoanlaittoon. Hän on kiinnostunut ruoanlaitosta, ja jakaa mielellään ruokaan liittyviä aiheita muualla sosiaalisissa verkostoissa. Usein blogeilla on hyvin aktiivinen ja uskollinen lukijakunta, joka kommentoi ja keskustelee mielellään blogien kommenttipalstalla. (Pätilä 2011.)

Kuluttajalla on sosiaalisessa mediassa valta tuottaa sisältöä ja julkaista sitä. Tämä on kiinnostavaa, koska aiemmin julkaiseminen on ollut yksinomaan ammattilaisten hallitsema alue. Nyt kuka tahansa voi julkaista sisältöä sosiaalisessa mediassa, josta se

voi kulkeutua perinteiseen valtamediaan. (Matikainen 2011, 111.) Tästä hyvänä esimerkkinä oli kirjoitus keväällä 2012 Leijonaemot ry:n blogissa, jossa asiallisesti kritisoitiin HUS:in lastenklinikan yhtä teho-osastoa vierailuajoista. Blogista nousi vilkas keskustelu sosiaalisessa mediassa ja kaksi päivää myöhemmin valtamedioissa, kuten Iltalehdessä, kirjoitettiin artikkeli blogikirjoituksen pohjalta.

Kilven mukaan (2006, 97) blogit ovat loistava työkalu yhteisöllisyyden rakentamiseen. Blogit ovat yhteisömedioita, jotka mahdollistavat moniäänisen keskustelun. Sosiaalinen media on muuttamassa yritysten toiminnan läpinäkyvämmäksi - halusivatpa ne sitä tai eivät. Yritykset ovat myös mukana sosiaalisessa mediassa riippumatta heidän omasta halustaan – asiakkaat ja työntekijät pitävät siitä huolen. (Isokangas & Kankkunen 2011, 27.) Slow Food Keski-Suomi ei ole yritys vaan yhdistys, mutta samat pelisäännöt pätevät myös siihen. Slow Food Keski-Suomella on omat nettisivut, joita päivitetään harvakseltaan ja tämän lisäksi Facebookissa oma ryhmä, jossa on tällä hetkellä 55 tykkääjää (tilanne 22.10.2012). Slow Food Keski-Suomi ei siis ole kovinkaan näkyvä sosiaalisessa mediassa, mutta aktiivisella keskustelulla ja osallistumisella verkossa sen suosio varmasti kasvaisi. Yhteinen kiinnostus ja innostus luovat energiaa ja sitoutumista. Mahdollisuus olla mukana uusimmassa ja kriittisimmässä tiedon vaihdossa luo uskollisuutta yhteisöön ja halua aktiivisesti osallistua siihen. (Ojala & Pöysti 2008, 151.)

### **3.5 Ruokablogit Suomessa**

Ruokablogeja löytyy Suomesta monenlaisia. Jotkut keskittyvät nimenomaan ruokakulttuuriin ja jotkut eri ravintoloiden arvosteluihin. Toiset bloggaavat pelkästään viineistä tai väkevistä alkoholijuomista. Monilla ruokablogin määritelmä on laajentunut lifestyle-tyyliseen blogiin, jossa kerrotaan jokapäiväisiä kuulumisia ja tunnelmia. Suurin osa ruokablogeista on kuitenkin sisällöltään samankaltainen: mielenkiintoinen resepti, jota on kokattu kotona ja siitä on otettu kauniita valokuvia, jotka liitetään visuaaliseksi katseenkiinnittäjiksi postaukseen reseptin oheen. Jotkut bloggajat postaavat vain reseptejä ja kuvia, mutta useimmat myös kertovat jotain kokkaamastaan ruoasta ja siihen liittyvistä tunnelmista. Mistä inspiraatio ruokaan syntyi, miltä se maistui jne.

Viestintätoimisto Manifeston teettämä Blogibarometri vuodelta 2010 jakaa ruokabloggajat seuraaviin ryhmiin:

- *Kokkaavat äidit*, jotka puolustavat maukasta kotiruokaa kertoen sekä arjesta että juhlista. Tähän ryhmään voidaan laskea myös ns. kakkublogit, jotka keskittyvät pelkästään leivontaan, ja ovat usein kolmikymppisten perheenäitien ylläpitämiä.
- *Kokeilijat* haluavat nauttia hyvästä ruoasta ja kokeilla uusia trendejä ja makuelämyksiä.
- *Terveys- ja ravitsemusintoilijat* bloggaajat ruoan terveellisyys ja ravintoarvot pääpainona.
- *Luomu- ja kasviruokabloggaajiin* lukeutuvat ovat kriittisiä kuluttajia, joille ruoan alkuperä ja valmistusprosessi ovat avainasioita.
- *Lifestylebloggaajiin* kuuluvat ruokabloggajat, joille ruoka ja kokkaaminen ovat osa elämää. Usein blogit saattavat keskittyä ruoan ja kokkauksen lisäksi myös muotiin, sisustukseen jne. (Pätilä 2011.)

Viestintätoimisto Akvamariini tutki ruokabloggaajakenttää Yhdysvalloissa ja Euroopassa, ja tutkimuksessa kävi ilmi ruokablogien kasvu ja erilaistuminen. Suomessa on kansainvälisesti katsoen monipuolinen ja asukaslukuun suhteutettuna suuri ruokabloggaajakenttä. Ruokabloggaus on kasvanut voimakkaasti viimeisten viiden vuoden aikana ja kehitys jatkuu edelleen. Suurimmissa ruokabloggausmaissa Yhdysvalloissa, Ranskassa ja Saksassa päätrendinä on blogien erilaistuminen. Yhä useammin blogi keskittyy vain yhteen asiaan, kuten vegekokkaukseen, slow food-kokkaukseen tai leivontaan. (Akvamariini 2011.)

Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma valitsi joka kuukausi vuonna 2009–2010 Kuukauden ruokablogin suomalaisten blogien joukosta. Tunnustus annettiin blogille, joka toiminnallaan edisti ruoasta käytävää keskustelua, keräsi kiinnostuneita ruoka-aiheiden ympärille ja puhui hyvänmakuisen ruoan puolesta. Ansioiksi laskettiin myös kestävän kehityksen huomioiminen ja yhdessä syömisen esillä pitäminen. (Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma 2010). Tämän vuoden (2012) toukuussa lähes 30 ruokabloggaajaa järjesti koko toukokuun kestävän Hävikistä herkuksi -kampanjan, jonka aikana bloggaajat kertovat omia vinkkejään purkinpohjien ja täh-

teiden vähentämiseksi. Tempauksen ideana oli innostaa suomalaisia ruoanlaittajia vähentämään hävikkiä, jota nykyisellään syntyy 120–160 miljoonaa kiloa vuositasolla (Leminen 2012).

Ruokabloggaajien vaikutusvalta tulee kasvamaan edelleen. Liemessä-blogin kirjoittaja ennustaa, että bloggaaminen kaupallistuu yhä enemmän ja bloggaajia kohtaan kasvava mielenkiinto nousee edelleen. Hän myös uskoi, että joku bloggaaja perustaisi ravintolan, herkkupuodin tai saisi jopa oman tv-ohjelman. Näin on juuri käynytkin, sillä TV2 esitti keväällä 10-osaisen Blogistania-ohjelmasarjan, jonka jokainen jakso käsitteli eri aihealueista kirjoittavia suosittuja bloggaajia. Yksi jaksoista esitteli Jauhottuussa -blogin kirjoittajan, joka blogissaan on keskittynyt leivontaan. Lisäksi syksyllä 2012 Liv-kanavalla esitetään Ullan unelmakakku-sarjaa, jossa blogeista alun perin tutuksi tullut Ulla Svensk leipoo fantasiakakkuja. Useat kakkubloggaajat ovat jo julkaisseet omia keittokirjojaan, ja ilmiö levinnee pian myös ruokabloggaajiin.

Suomen ruokabloggaajat, kuten myös esimerkiksi muotibloggaajat, muodostavat tiiviin yhteisön. Bloggaajat seuraavat toisiaan ja kommentoivat usein toisten postauksia. Bloggaajista saattaa muodostua ystäviä verkon ulkopuolellakin. (Keltto 2012.) Bloggaajat järjestävät yhteisiä tapahtumia, kuten tämän vuoden kesäkuussa Helsingissä järjestetty ruokabloggaajien piknik. Ruokabloggaajat ovat myös hyvin tarkkoja tekijänoikeusasioista ja varjelevat hyvin omia ideoitaan. Monet seuraavat tarkoin esimerkiksi kuviensa käyttöä. Usein bloggaajat käyttävät muista blogeista saatuja reseptejä, ja muokkaavat niitä mieleisekseen. Lisäksi useimmilla bloggaajilla on käytössään blogroll eli lista blogeista, joita he itse seuraavat ja mistä he saavat inspiraatiota.

Bloggaaminen on ammattimaistumassa, vaikka bloggaajat eivät sitä välttämättä itse tiedosta. Bloggajista suosituimmat ovat onnistuneet kasvattamaan itselleen vakioyleisön, ja tätä kautta saaneet sponsoreita ja lehtiä yhteistyökumppaneiksi. Ammattimaistuminen näkyy myös siinä, että bloggaaja alkaa systemaattisesti kehittää blogiaan. Vastuuntuntu lukijoita kohtaan alkaa pikkuhiljaa muistuttaa työvelvoitetta, enemmän kuin vapaa-ajan harrastusta. (Keltto 2012.)

## 4 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

### 4.1 Blogit tutkimuksen kohteena

Ruokabloggaajat synnyttävät trendejä. Blogeilla on yhä enemmän lukijoita, ja niiden esille nostamista ruoka-aiheista tulee trendejä myös kotikeittöissä. Joissakin maissa blogeissa on onnistuttu luomaan todellisia trendi-ilmiöitä, ehkä pian Suomessakin. Kun suosittu ruokabloggaaja kertoo suosikkituotteestaan, se loppuu kaupasta ja vastaavasti suosikkibloggaajan lempiravintola on pian monen lukijankin lempiravintola. Esimerkiksi Iso-Britanniassa Pop Up-ravintolatoiminta on syntynyt ruokablogien ympärille ja New Yorkissa Brooklynin alueen maine uutena gourmet-ruokakehtona on suurelta osin bloggaajien ansiota. Blogien suosion kasvu ja ammattimaistuminen kasvattavat myös bloggaajien vaikutusvaltaa ja merkitystä trendien luojina. Tätä kautta myös blogien arvo ruoka-alan mediana kasvaa. Kiinnostus niin ruokablogeihin kuin bloggaamiseenkin vaikuttaa pysyvältä ilmiöltä. (Akvamariini 2011.) Osaltaan myös Ravintolapäivä on varmasti hyötynyt Suomessa blogien puffauksesta. Useimmat ruokabloggajat haluavat kertoa tämänkaltaisista tapahtumista ja mahdollisesti olla myös itse mukana toteuttamassa niitä.

Ruokabloggaajat ovat tämän päivän ruokavaikuttajia. Bloggaajat ovat edelläkävijöitä itsetehdyn ruoan saralla, ja he keräävät vaikutteita omasta elämästään, ammattilaisilta ja maailman bloggaajilta. Ruokablogeja seuraa kasvava joukko ruoasta kiinnostuneita ihmisiä. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma (Sre) teetti ruokabloggaajille kyselyn, jossa selvitettiin, minkä asian (raaka-aineen, tavan tai piirteen) ja millä keinoin he haluaisivat suomalaisesta ruokakulttuurista säilyttää ja siirtää jälkipolville. Moni bloggaaja nosti pääosaan yhdessä tekemisen, oli kyse sitten kokkaamisesta tai syömisestä. Sesonginmukaisten raaka-aineiden käyttöä pidettiin vastauksissa tärkeänä. Mm. perinteiset ainekset kuten nauris, puolukka ja ruis nostettiin esille säilytettävänä raaka-aineina. (Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma 2011.) Yhdessä syöminen ja aidot raaka-aineet ovat tärkeitä ruokabloggaajille, joten voidaan olettaa, että he olisivat kiinnostuneita myös slow foodista, jossa samanlaiset arvot korostuvat.



Vaikka toimeksiantajana opinnäytetyössäni oli Slow Food Keski-Suomi, ei blogeja voinut kuitenkaan rajata tutkimuksessa vain Keski-Suomen alueelle. Useimmat suosituimmat bloggaajat ovat pääkaupunkiseudulta, mutta toisaalta verkossa maantieteellisellä sijainnilla ei ole niin merkitystä. Vaikka Suomen ruokakulttuurista löytyykin alueellisia eroja, valitut blogit eivät esittele vain Etelä-Suomelle tyypillisiä ruokia vaan hyvin useasti perusraaka-aineista muutamalla erilaisella vivahteella tehtyjä reseptejä. Näin ollen mielestäni bloggaajan kotipaikkakunnalla ei ollut väliä, ja usein blogeista ei välttämättä edes selviä, miltä paikkakunnalta kirjoittaja on. Tutkimukseni tulokset ovat siis laajemmaltikin hyödynnettävissä kuin vain Slow Food Keski-Suomen osalta. Kaikki slow foodia Suomessa eteenpäin vievät tahot voivat hyötyä opinnäytetyöstäni.

## **4.2 Tutkimuksen tavoitteet**

Tutkimuksen tarkoituksena oli syventyminen ruokablogien maailmaan. Tutkimuksen tarkoitus oli laadullisen tutkimuksen avulla selvittää, millä tavalla slow food suosituimmissa suomalaisissa ruokablogeissa esiintyy. Lähtökohtana laadullisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen. Todellisen elämän tapahtumat muovaavat samanaikaisesti toinen toistaan ja kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on tutkia kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen pyrkimyksenä on pikemminkin löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassaolevia väittämiä. Laadullisen tutkimuksen peruspiirteitä ovat tutkimuksen kokonaisvaltaisuus, jossa aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa. (Hirsjärvi, Semes & Sajavaara 2009, 160-164.)

Laadullisessa tutkimuksessa suositaan ihmistä tiedon keruun välineenä, ja tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin tutkittaviensa kanssa kuin mittausvälineillä hankittavaan tietoon. Laadullisessa tutkimuksessa käytetään induktiivista analyysia, jonka lähtökohtana ei ole teorian tai valmiiden hypoteesien testaaminen vaan aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu. Tutkija ei määrää mikä on tärkeää, vaan kaikki olennainen nousee esiin aineistosta. Lisäksi laadullisen tutkimuksen aineiston hankinnassa käytetään laadullisia metodeja, jotka nostavat tutkittavien näkökulman esille. Laadullisessa tutkimuksessa kaikkia

tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti. (Hirsjärvi, Semes & Sajavaara 2009, 160-164.)

Syventymällä laadullisen tutkimuksen avulla siihen, mitä blogeissa kirjoitetaan slow foodista, on helpompi lähestyä bloggaajia ja tehdä heidän kanssaan yhteistyötä tulevaisuudessa. Suosittujen ruokablogien avulla voidaan helposti saavuttaa slow food -liikkeelle suurempi kohdeyleisö, koska oletusarvona on, että ruokablogeja seuraavat lukijat ovat itsekin kiinnostuneita ruoan laitosta ja jopa ruokakulttuurin edistämisestä Suomessa.

Neljä avainasiaa synnytetessä menestyksellisiä bloggajasuhteita ovat syventyminen, koskettaminen, realistisuus ja arvostus. Syventymällä valmiiksi siihen, mitä yrityksestäsi, toimialastasi tai kilpailijoista puhutaan ruokablogeissa ja sosiaalisessa mediassa, olet valmiimpi ottamaan yhteyttä bloggaajiin. Hyvä on myös miettiä, ketkä ovat alasi mielipidevaikuttajia verkossa. Koskettamisella tarkoitetaan persoonallisten ja puhuttelevien elämysten ja kokemusten tarjoamista. Tarinoita kertomalla voi erottautua muista. Realistisuus on hyvä pitää mielessä, koska bloggaaja kertoo aina omasta subjektiivisesta näkökulmasta eikä omista kirjoitusta vain yrityksen tarkoituksiin sopivaksi. Bloggaajia on tärkeää arvostaa, koska he voivat olla oivallinen tapa tavoittaa omiin tarkoituksiin sopiva kohderyhmä. (Pätilä 2011.)

### **4.3 Blogien esittely**

Tutkimuksen alussa oli tärkeä määrittää, mitkä olisivat juuri Slow Food Keski-Suomelle tärkeimmät ja relevanteimmat blogit. Tutkimuksen kohteista karsittiin pois pelkästään leivontaan keskittyvät blogit, koska niissä usein pääsisältö ei liity paikalliseen ruokakulttuuriin, kestävään ruokatuotantoon jne. Laadullisen tutkimuksen kohteeksi valikoitui neljä Suomessa suosittua ruokablogia, joiden näkyvyys ja tunnettuus ovat suomalaisista ruokabloggaajista suurimpia. Uskoisin, että he voisivat olla mielipidevaikuttajia lukijoiden suuntaan.

Neljä sisällönanalyysin kohteeksi valittua bloggajaa ovat bloganneet jo pitkään, tosin Eeva Kolu aikaisemmin toisessa blogissa. He ovat erilaisissa elämäntilanteissa ja asuvat eri paikkakunnille, mutta rakkaus ruokaan yhdistää heitä. Ei olekaan ihme, että

kaikki neljä blogia ovat ehdolla ensimmäistä kertaa järjestettävässä Glorian Blog Awardseissa, joissa palkitaan Suomen parhaimmat ruoka- ja sisustusblogit. Sillä Sipuli ja Pastanjauhantaa ovat mukana Paras ruokablogi-kategoriassa; Kauhaa ja rakkautta sekä Liemessä taas Kaunein ruokablogi-kategoriassa. (Gloria Blog Awards 2012.) Seuraavassa tarkemmat esittelyt blogeista.

*Liemessä (www.liemessa.blogspot.fi)*

Liemessä-blogin kirjoittaja Jenni Häyrinen on jakanut ruokareseptejään verkossa jo vuodesta 2006 saakka. Vuonna 2011 Häyrinen jättäytyi pois päivätyöstään, ja hänen toimenkuvaansa kuuluu nykyään bloggaamisen lisäksi valokuvaaminen. Neljästä blogista Liemessä on selvästi ammattimaisin ja valokuvatkin ovat viimeisen päälle stailattuja. Häyrinen on aktiivinen bloggaja: hänen sivuilleen on kerätty mm. Suomen ruokablogit-sivu, jossa on linkitetty paljon ruokaan keskittyviä kotimaisia blogeja. Häyrinen tekee sisältöyhteistyötä esim. Valion kanssa, ja hänen blogissaan esitelläänkin usein yhteistyökumppaneiden tuotteilla valmistettuja aterioita. Top 100 ruokablogit-sivustolla, joka järjestää blogit niiden linkkisuosion ja aktiivisuuden mukaan, Liemessä-blogi on sijalla kolme (tilanne 4.9.2012) (Top 100 ruokablogit 2012).

*Kauhaa ja rakkautta (www.blogit.hs.fi/kauhaajarakkautta)*

Kauhaa ja rakkautta-blogin taustalla toimii toimittaja Eeva Kolu, joka kirjoittaa blogia Helsingin Sanomien verkkosivuille. Ennen nykyistä blogiaan Kolu ehti kirjoittaa Voisilmäpeliä -blogia, joka oli yksi suosituimmista ruokablogeista. Kolu kertoo blogissaan usein pelkkien reseptien lisäksi myös omasta ruokafilosofiastaan ja korostaa ruoasta nauttimisen sosiaalista puolta. Top 100 ruokablogit sivustolla Kauhaa ja rakkautta on sijalla 10 (tilanne 4.9.2012) (Top 100 ruokablogit 2012). Blogilistan kautta Kolun blogia lukee 15 000 ihmistä viikoittain, mutta tämä kertoo lukijoiden määrän vain blogilistan kautta tulevista kävijöistä (Blogilista 2012).

*Sillä Sipuli (www.sillasipuli.blogspot.fi)*

Sillä Sipulin kirjoittajana toimivat nummelainen pariskunta, Merituuli ja Jukka. He ovat kirjoittaneet blogiaan vuodesta 2008 asti, ja reseptien lisäksi blogin sisältö koostuu myös ravintolakäyntien ja ulkomaanvierailujen aikana tapahtuvien syömisten jakamisesta. Bloggaajat kertovat usein postauksissan lapsiystävällisistä ravintoloista

ja yhteinen tekeminen nousee postauksista paljon esiin. Top 100 ruokablogit - sivustolla Sillä Sipuli on sijalla 16 (tilanne 4.9.2012) (Top 100 ruokablogit 2012).

*Pastanjauhantaa (www.pastanjauhantaa.blogspot.fi)*

Suomen kenties tunnetuin ruokablogi, Pastanjauhantaa, on jakanut ruokaohjeita ja ravintolakokemuksia jo syyskuusta 2005 asti. Se on siis jo huimat seitsemän vuotta vanha! Blogi on yksi Suomen ensimmäisiä ruokablogeja ja edelleen suosituin: tälläkin hetkellä sijalla yksi Top 100 ruokablogit-listauksessa (tilanne 4.9.2012) (Top 100 ruokablogit 2012). Blogilistan kautta Pastanjauhantaa lukee noin 15 000 lukijaa viikottain (Blogilista 2012) ja sen Facebook-ryhmällä on lähes 4500 ”tykkääjää”. Blogin takana kokkailee oululainen pariskunta, joka esiintyy blogissaan nimimerkeillä Pippurimyly ja Rosmariini. Pastanjauhantaa osallistuu usein erilaisiin blogitapahtumiin ja järjestää erilaisia kilpailuja lukijoilleen.

#### **4.4. Sisällönanalyysi**

Sisällönanalyysia on mahdollista tehdä niin laadullisesti kuin määrällisestikin. Opin- näytetyössäni olen keskittynyt laadulliseen sisällönanalyysiin. Sisällönanalyysissa tarkasteltua aineistoa eritellään, etsitään yhtäläisyyksiä ja tiivistetään. Sisällönanalyysin avulla pyritään muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty kuva, joka kytkee tulokset ilmiön laajempaan yhteyteen. Laadullisessa sisällönanalyysissa aineisto pilkotaan ensin pieniin osiin, käsitteellistetään ja lopuksi järjestetään uudestaan uudelleenlaiseksi kokonaisuudeksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Omassa analyysissäni keskityin tiivistämään blogeista nousevat teemat slow food-ilmiötä kuvaaviin teemoihin.

Sisällönanalyysi nähdään nykyisin lähinnä laadullisen aineiston analyysimenetelmänä, jossa korostetaan tekstin sisällöllisiä ja laadullisia merkityksiä. Analyysia tehdessä voidaan erottaa kaksi tapaa laatia sisältöä kuvaava luokitus: aineistolähtöinen ja teoriasta johdettu lähestymistapa. Tämä kahtia jako ei kuitenkaan ole selvärajainen, sillä usein luokittelu syntyy niin aineiston kuin teoreettisen käsitteellistämisen yhteistyönä. Tavoite kvalitatiivisessa sisällönanalyysissä on ennen kaikkea saavuttaa systemaattinen ja kattava kuvaus aineistosta.

Ennen kuin analyysi voidaan aloittaa, tutkijan on kehitettävä luokittelurunko tai luokittelujärjestelmä. Sisältöluokkien määrittely on tärkein sisällönanalyysin vaiheista. Luokittelujärjestelmän kehittäminen pohjautuu tutkimusteemoihin ja tutkimusongelmiin. Luokitteluun liittyvät luokat ovat aina aineisto- ja tutkimussidonnaisia, eikä ole valmiita yleispäteviä luokkia, joita voitaisiin hyödyntää toiseen tutkimusaineistoon. Tutkimuksen teoriataustasta nousee usein esiin myös aineistosta luokiteltavia luokkia. Sisällönanalyysillä luodaan selkeyttä aineistoon, jotta voidaan tehdä selkeitä ja luotettavia johtopäätöksiä. Aineiston käsittely perustuu loogiseen päättelyyn ja tulkintaan, jossa aineisto aluksi hajotetaan osiin, käsitteellistetään ja kootaan uudelleen uudella tavalla loogiseksi kokonaisuudeksi. (Seitamaa-Hakkarainen 2000.)

Aineiston keräämisen ajankohdaksi valittiin huhtikuu 2012. Aineiston keruun ajankohdalla ei ollut mitään tiettyä motiivia tai syytä, enkä oletanut, että huhtikuu olisi mitenkään toisista kuukausista poikkeava ajankohta bloggaajien kirjoituksissa. Huhtikuu valittiin ajankohdaksi lähinnä opinnäytetyön tekemisen kannalta sopivana ajanjaksona. Tältä ajanjaksolta havainnoin neljän ruokablogin postauksia, joita analysoin sisällönanalyysin keinoin. Tutkimusmenetelmänä oli tarkoitus käyttää myös bloggaajien teemahaastatteluja, joiden avulla olisi voitu syventää sisällönanalyysistä tehtyjä johtopäätöksiä. Useista yhteydenotoista huolimatta en tavoittanut bloggaajia haastatteluja varten, joten tutkimukseni rajautui vain sisällönanalyysiin.

Aineiston keruun jälkeen kävin aineistoa läpi useaan otteeseen, niin pitkään kuin koin, etten saanut siitä enää mitään uutta esille. Aineistosta poimin lauseita, ajatuksia tai sanoja, jotka mielestäni liittyivät valitsemiini teemoihin. Tutkimuskysymykseni oli siis: Millä tavalla slow food ilmenee suomalaisissa ruokablogeissa? Teemat valitsin slow foodin perusarvojen mukaan, jotka ovat reiluus, puhtaus ja hyvä maku. Näiden teemojen lisäksi luokitteluun lisäsin vielä yhden teeman, joka korostui aineistossa kaikista eniten. Ruoan yhteisöllisyyttä ja sen sosiaalistavaa vaikutusta korostettiin monessa aineiston kohdassa, ja tämä teema liittyy myös slow foodiin.

#### 4.5. Tutkimuksen luotettavuus

Kaikissa tutkimuksissa pyritään arvioimaan tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. Ydinasioita laadullisessa tutkimuksessa ovat henkilöiden, paikkojen ja tapahtumien kuvaukset. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta parantaa tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta. Aineiston tuottamisen olosuhteet olisi kerrottava totuudenmukaisesti ja selvästi. Aineiston analyysissa keskeistä on luokittelujen tekeminen ja lukijalle olisi kerrottava luokittelun perusteet. Tutkimuksen tulosten analysoinnissa, olisi lukijalle kerrottava, millä perusteella tutkija esittää tulkintoja ja mihin hän päätelmänsä perustaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 232–233.)

Omassa tutkimuksessani olen mahdollisimman tarkasti pyrkinyt kuvaamaan ja analysoimaan tutkimuksen vaiheita ja tuloksista vedettyjä johtopäätöksiä. Blogeista tehtyjä tutkimuksia on mahdotonta arvioida perinteisten reliaabelisuureen ja validiuden näkökulmasta, koska blogit muuttuvat jatkuvasti, eikä sisältö pysy samanlaisena kuin pienen hetken. Tutkimustani olisi siis mahdotonta yrittää toisintaa ja saada aikaan samanlaisia johtopäätöksiä. Riskinä tutkimuksessa on omien johtopäätöskien liian pitkälle vetäminen, jossa ylitulkitsen bloggaajien ajatuksia liian pitkälle. Olen myös perehtynyt aikaisemmin blogeihin, joten riskinä on, etten tarpeeksi selvästi ja kokonaisvaltaisesti onnistu selittämään blogeihin liittyviä lainalaisuuksia ja ilmiöitä. Tutkimukseen valituista blogeista on lisäksi vaikea tehdä yleistettäviä johtopäätöksiä, koska ihmiset ja tilanteet muuttuvat. Se mikä on ollut bloggaajan mielipide asiasta huhtikuussa 2012, saattaa puolen vuoden päästä olla täysin erilainen.

Koska olen itse ruoka- ja ravintolapuolen ihminen, täytyy se ottaa huomioon analyysissäni. Kiinnitän kenties huomiota sellaisiin asioihin, joihin aiheeseen perehtymätön ei välttämättä paneutuisi. Tämä on mielestäni sekä etu että haitta, koska voin perehtyä aineistoon yksityiskohtaisemmin oman tietopohjani ja kokemukseni perusteella. Toisaalta aineiston täysin objektiivinen tulkinta voi kärsiä ja saatan ohittaa tärkeitä kohtia, joihin jonkun toisen alan ihminen voisi tarttua. Olen myös seurannut kyseisiä blogoja aikaisemminkin ja tutustunut niihin hyvin jo ennen aineistonkeruun ajankohtaa. Tämän takia koen ”tuntevani” bloggaajat paremmin kuin niihin perehtymätön, joten aineistosta nouseviin johtopäätöksiin saattavat vaikuttaa myös aikaisemmat tulkintani blogien sisällöstä.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Sisällönanalyysissä arvioin aineistoa slow foodin näkökulmasta. Kuinka bloggaajien kirjoituksissa nousivat esiin slow foodin kolme peruspilaria: hyvä, puhdas ja reilusti tuotettu ruoka. Hyvältä maistuvaan ruokaan liitetään hyvän maun lisäksi sesonkien hyödyntäminen ja paikallisen ruokakulttuurin tukeminen. Puhdas ruoka tarkoittaa ruokaa, joka on tuotettu ja kulutettu ympäristöä, eläinten hyvinvointia ja ihmisten terveyttä ylläpitävällä tavalla. Puhtaaseen ruokaan voi liittää myös vastuullisuuden ja kestävän tuotannon käsitteet. Reiluun ruokaan liittyy pienten tuottajien tukeminen ja lähiruoan arvostaminen. (Slow Food Helsinki 2012.)

Muodostin aineistosta näiden kolmen pilarin perusteella pääluokat otsikoilla reilu, puhdas ja hyvä. Puhtaan luokan yläluokkia on kaksi: reilut arvot ja vastuullinen ruoanvalmistus. Hyvän luokan yläluokkina ovat sesongit ja raaka-aineet. Reilun luokan yläluokkina olivat paikallisuus ja luomu. Näiden kolmen pääluokan lisäksi aineistosta nousi yksi hyvin selkeä ja suuri luokka: kiireetön ja yhdessä valmistettu ruoka.

### 5.1 Puhdasta ruokaa

Yksi aineistosta selkeästi nouseva asia oli vastuullisuuden huomiointi omassa ruoanvalmistuksessa. Bloggaajat mainitsevat monessa kohtaa, kuinka he ovat käyttäneet edellispäivän ruokien tähteitä seuraavan päivän ruoan osana. Tämä on kestävän kehityksen mukaista ruoanvalmistusta, koska Suomessakin elintarvikehävikkiä syntyy kotitalouksissa todella paljon. MTT:n selvityksen mukaan ruokahävikkiä syntyy eniten juuri kotitalouksissa, joissa ruokaa heitetään roskiin noin 50–65 kg/hlö/vuosi.

Useimmat arviot hävitetyksi päätyvän ruoan osuudesta vaihtelevat 10–20 prosentin välillä kotitalouksien ruokaostoista. Suurin osa kotitalouksissa heitettävästä ruokahävikistä syntyy tuoreista vihanneksista, hedelmistä, lihasta ja leipomotuotteista. (Koi-vupuro, Jalkanen, Katajajuuri, Reinikainen & Silvennoinen 2012, 2.) Jopa siis yksi viidesosa ostetusta ruoasta saattaa päätyä roskiin.

Bloggaajat ovat suunnannäyttäjiä ruokakeskustelussa, joten huomioimalla kestävän kehityksen mukaisen ruoanvalmistuksen omassa keittiössään he saattavat tartuttaa

ajatuksen blogin lukijoihinkin. Yksi bloggaaja kertoo ostavansa kerralla vain parin päivän ruoat ja kokkaavansa illalliseksi sitä, mikä on kaupassa tai torilla ollut sinä päivänä tarjouksessa tai näyttänyt erityisen hyvältä. Näin kaappeihin ei kerry ylimääräisiä purnukoita ja pakkauksia lojumaan.

Bloggaajat antavat myös vinkkejä, mihin ylimääräisiä raaka-aineita voi käyttää, jos niitä ei sillä hetkellä pysty heti hyödyntämään. Tomaatinsiemenet voi käyttää jo valmiiksi tomaattipitoiseen keittoon tai kastikkeeseen ym. Hävikin hyödyntämisestä kertovat myös seuraavat mukailut lausahdukset:

*Laitetaan mitä kasviksia nyt kulloinkin sattuu löytymään.*

*Aloin haalia kasaan raaka-aineita edes jonkinlaisiin leivonnaisiin.*

Bloggaajien arvot nousevat aineistosta esille. Ruokakulttuurin tukeminen tuntuu olevan bloggaajille tärkeää. Eräs bloggaajista tukee kesäistä Taste of Helsinki -festivaalia blogissaan ja on mielissään siitä, että kaupunki haluaa toimillaan tukea suomalaista ruokakulttuuria. Toinen bloggaaja kertoo ulkomaanmatkastaan ja paikallisten raaka-aineiden suosimisesta siellä. Kanarialla syödään iberico possua, langustiineja sekä paikallisia lehmän- ja vuohenmaidosta tehtyjä juustoja. Slow foodin arvomaailmaan liittyy kiinteästi paikallisen ruokakulttuurin tukeminen, ja tämä on myös ruokabloggaajalle arvokysymys. Bloggaajan täytyy valita, haluaako hän ulkomailla vieraillessaan tukea kansainvälisiä ketjuyrityksiä, joiden raaka-aineet ovat haalittu ympäri maailmaa vai paikallista ja perinteistä ruokakulttuuria?

## **5.2 Hyvää ruokaa**

Kevätsezonkiin kuuluvia raaka-aineita ovat mm. viljellyt sienet, raparperi, parsat, idut ja versot, varhaisperunat sekä keväällä kutevat kalat, kuten hauki, ahven ja silakka. Sesongin raaka-aineet ovat tuoreita ja edullisia ja lisäksi ekologisista. Tuotteita ei ole tarvinnut varastoida pitkään tietyissä lämpötiloissa tai kasvattaa runsaasti energiaa kuluttavissa oloissa (kuten esimerkiksi kasvihuonetomaatit talvella Suomessa). Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma SRE:n tutkimuksen mukaan suomalaiset ovat kiinnostuneita kausiruoasta, mutta sen yleistuntemusta pidetään heikkona. (Upola 2010.)



Bloggaajat ovat huhtikuussa kerätyssä aineistossa kaikki huomioineet parsan sesongin. Parsa tuntuukin olevan helppo sesonkiraaka-aine, samalla tavalla kuin mansikka kesällä. Hankalampaa lienee kokonaisvaltaisesti hahmottaa kevään raaka-ainesesonkeja. Eräs bloggaaja on antanut blogissaan parsan käsittelyyn vinkkejä, toinen arvioinut ravintolan parsamenun ja yksi kokannut parsasta houkuttelevan illallisen.

*Kevään ensimmäiset eurooppalaiset parsat!*

*Parsa on kevään juttu ja hyvä juttu onkin.*

*Parsakausi on kukkeimmillaan.*

Parsan lisäksi bloggaajat eivät ole erityisemmin korostaneet muita kevään sesonkiraaka-aineita. Joissain resepteissä bloggaajat ovat käyttäneet pavunituja, kevätsipuleita, ruohosipulia ja retiisejä, mutta uskon sen johtuvan enemmänkin maun korostamiseksi kuin sesonkiajattelun takia. Pääsiäinen sattui vuonna 2012 huhtikuulle, ja silloin bloggaajat ovat nauttineet karitsasta tai lampaasta. Yksi bloggaajista kertoo kuuluvansa luomuruokapiiriin, jonka kautta saa läheiseltä tuottajalta ”huippuhyvää” ja erittäin kohtuuhintaista luomulammasta. Bloggaaja kertoo muutenkin siirtyneensä naudasta lampaanlihan syömiseen eettisten syiden vuoksi.

Slow foodin arvomaailmaan kuuluu alueellisen ruokakulttuurin tukeminen. Yksi bloggaajista on tehnyt lettuja spelttijauhoihin ja jakanut reseptin lukijoille. Spelttivehnä, jota kutsutaan joskus myös alkuvehnäksi, on yksi vanhimmista ihmisen viljelyksiinsä ottamista viljoista. Spelttiä kasvatetaan nykyisin myös Suomessa, ja se sopii hyvin luomuviljelyyn. (Makumaku). Ihmisten halu palata ”juurille” lienee yksi syy speltin käytön lisääntymiseen ja sen kiinnostavuuteen. Normaalin vehnäjauhon vaihtaminen spelttijauhoihin lisää paitsi ruoan makua, herättää lukijoissa keskustelua speltistä ja lisää kiinnostusta alkuperäislajikkeita kohtaan.

### **5.3 Reilua ruokaa**

Reiluun luokkaan liitin paikallisuuden ja luomuruoan. Näistä aiheista ei kovinkaan paljon juuri valitsemani ajankohtana blogeissa puhuttu, mutta pitkään kyseisiä bloge-

ja seuranneena uskallan väittää, että etenkin luomuruoka on bloggaajille tärkeää. Joitakin mainintoja paikallisuudestakin kuitenkin on. Bloggaja on käyttänyt reseptisään paksoita, mutta kehottaa kokeilemaan reseptiä myös sydänsalaatilla tai romainella. Voi olla, että taustalla on myös bloggaajan epäily siitä, ettei kaikkien saatavilla ole paksoita lähikaupasta, mutta ajatuksena on voinut olla myös suomalaisten kasviksien tukeminen. Eräs bloggaaja on myös vaihtanut amerikkalaisen reseptinsä ”buttermilk biscuits” raaka-aineet kotoisiin, suomalaisiin raaka-aineisiin.

Luomumainintoja poimin vain yksittäisiä ajatuksia:

*Karkkimaiset luomuviinirypäleet*

*Yksi omista valkkariviineistäni (luomu) sopii loistavasti yhteen rullien kanssa.*

Luomusta mainittiin siis vain harvakseltaan, mutta en osaa arvioida, kuinka paljon bloggaajat käyttävät luomua mainitsematta siitä. Se voi olla heille jo niin tavanomaista, että sen korostaminen saattaisi tuntua hassulta, tai sitten he eivät vain ole käyttäneet luomuraaka-aineita huhtikuun aikana. Yhden blogin kirjoituksessa on maininta kuulumisesta luomupiiriin, jonka kautta hän saa läheiseltä tuottajalta luomulammas-ta. Tällaisen pienen ajatuksenkin esille nostaminen voi saada jossain blogin lukijassa halun siirtyä eettisesti tuotettuun lihaan ja etsiä vaihtoehtoja omalle lihakulutukselle.

#### **5.4 Kiireetöntä ja yhdessä nautittua ruokaa**

Monessa kohtaa aineistossa nousi esiin mainintoja ruokalajien tai reseptien valmistuksen stressittömyydestä ja kiireettömyyden tunteesta niitä valmistettaessa. Yksi bloggaaja kertoo blogissaan lastenkutsujen helpoista ja yksinkertaisista tarjottavista ja mainitsee, kuinka stressittömät, mutta silti onnistuneet tarjoilut on saanut aikaan. Toinen bloggaaja kertoilee blogissaan, kuinka sunnuntai on hänen lempikokkailupäivänsä sen takia, että silloin on aikaa ruoanvalmistukseen ilman kiirettä. Arkena illallisen valmistamiseen voi kulua enintään puoli tuntia, mutta sunnuntaina pastakastike tai lihapata saa muhia kannen alla vaikka koko päivän. Sunnuntairuoka voi valmistua nopeastikin, mutta hänen mukaansa tärkeintä on, että se nautiskellaan ilman kiirettä. Tällainen ajatushan on kuin suoraan slow foodin ytimeistä: kiireetöntä ja herkullista

ruokaa, joka on kokattu hyvistä raaka-aineista alusta asti itse. Stressittömyyttä korostetaan eräässä blogissa myös puhuttaessa ruokatarjoiluista ystäville tai kavereille. Yhdessä kokataan ruokaa, jota voi tehdä ja tarjoilla sitä mukaa kun pöytä tyhjenee, eikä kenellekään synny stressiä siitä, että yksi pääruoka onnistuisi täydellisesti, Kiireettömyyden lisäksi blogeista nousee esiin ruoan sosialisiva vaikutus. Monessa kohtaa aineistoa mainitaan ruoan nauttiminen toisten kanssa:

*Kokoonnuimme tänään ystäväperheen kanssa meille päivälliselle.*

*Eriyisen hienoa viikonlopun kynnyksellä perjantai-iltana istahtaa ihan rauhassa perheen kanssa pöydän ääreen.*

*Täydellistä kaveriruokaa!*

Yksi bloggaajista nostaa esiin myös lasten kanssa ravintoloissa käynnin. Hän kysyy lukijoilta mielipidettä, millä tavalla muut ovat kokeneet ravintoloiden suhtautuneen lapsiperheisiin. Bloggaaja itse haluaa antaa lapsilleen mahdollisuuden maistella uusia makuja ja tarjota ruokaelämyksiä myös lapsille.

Ihmisillä on tarve kokoontua yhteen ruoan äärelle. Samaa ruokaa syövät kokevat kuuluvansa samaan yhteisöön, ja yhteinen ateria lähentää ja vahvistaa ihmisten välisiä suhteita. Yhteisellä ruokailulla ei pyritä vain nälän tai janon sammuttamiseen, vaan sillä myös nostetaan tunnelmaa ja luodaan mielihyvää. Ruoka viestittää yhteenkuuluvuuden tunteesta: jokainen samaa ruokaa nauttiva voi tuntea kuuluvansa porukkaan. (Sertti.) Slow foodin arvoissa puhutaan monessa kohtaa vain ruokaan tai raaka-aineisiin liittyvistä arvoista (puhtaus, maku, reiluus), mutta yhtä lailla ruoan kiireetön nauttiminen ja sen sosiaaliset vaikutukset ovat osa slow foodia.

Kulttuurisestikin on tärkeää syödä yhdessä. Suomessa syödään kuitenkin vähiten yhdessä perheen kanssa kaikista EU-maista. Ruokakulttuurin professori Johanna Mäkelä muistuttaa, että ruokakulttuuria ei ole vain ravintoloissa, vaan sen perusta luodaan kotona. (Ruokatieto 2012.) Tätä ajatusta tukevat ruokabloggaajat: he kokkaavat reseptit kotonaan ja jakavat ne blogien lukijoille. Ruokakulttuuria luodaan bloggaajien kotikeittiöissä eikä hienoissa ravintoloissa. Toki blogeissa kerrotaan usein mieleen-

painuvista ravintolakokemuksista, mutta pääsisältö on kuitenkin kotona kokatuissa ruokalajeissa.

## 5.5 Johtopäätökset

Blogeista nousi mielestäni runsaasti esiin slow foodiin liittyviä arvoja. Missään kohtaa aineistossa slow foodia ei kuitenkaan varsinaisesti mainittu sen omalla nimellä. Tässä voi olla myös kielellinen vaikeus, koska slow food ei ole kovin suomalainen ilmaus. Toisaalta se on jo niin juurtunut käyttöön suomalaisissakin kirjoituksissa ja julkaisuissa, joten enää ei ehkä ole järkevääkään yrittää muuntaa slow foodin nimeä ”hitaaksi ruoaksi” niin kuin sen suora käänös kuuluisi.

Aineistossa korostuivat slow foodin näkökulmasta mielestäni ruoan vastuullisuuteen liittyvät teemat sekä myös ruokakulttuurin eteenpäin vieminen. Esimerkiksi yhdessä blogissa mainittu Taste of Helsinki keräsi tänä vuonna ensimmäistä kertaa Helsingissä. Festivaali keräsi neljän päivän aikana yhteen yli kymmenen suomalaista ravintolaa, jotka tarjosivat makupaloja Helsingin ydinkeskustassa. Festivaalin tarkoitus oli ennen kaikkea esitellä suomalaista ruoka- ja ravintolakulttuuria, ja festivaali aiotaan järjestää uudestaan vuonna 2013. (Kiiski 2012.) Bloggaajat ovat kiinnostuneita ruokakulttuuriin liittyvistä tapahtumista, ja voidaan olettaa, että he haluavat myös viedä suomalaista ruokakulttuuria eteenpäin.

Analyysissa eniten yllätti se, kuinka paljon blogeissa puhuttiin yhdessä nautitusta ruoasta. Blogeissa mainittiin niin kavereiden kanssa kokatusta yhteisestä päivällisestä, perheen kanssa nautitusta kiireettömästä illallisesta kuin ystävien kanssa vietettyä kotoisesta viikonloppubrunssista. Tämä on kenties merkki uudenlaisesta yhteisöllisyydestä, mikä liittyy ruokaan ja ruokakulttuuriin. Parhaimpana esimerkkinä tästä on tietysti Ravintolapäivä, jonka ydinajatuksena on nimenomaan yhdessä nautittu ruoka. Ruokakulttuuriprofessori Johanna Mäkelän mukaan Suomessa ollaankin yhä enemmän menossa uudenlaiseen, yhteisöllisempään ruokakulttuuriin. Ennen vieraille laitettiin valmis ruoka pöytään, mutta yhä enemmän vieraita kutsutaan mukaan laittamaan ruokaa. (Rönni 2012.) Bloggaajat tapaavat toisiaan myös keskinäisissä tapaamisissa, joten Slow Food Keski-Suomellakin olisi hyvä mahdollisuus järjestää

bloggaajille esim. keväinen piknik, jossa bloggaajille tarjottaisiin paikallisia tuotteita ja kerrottaisiin samalla slow foodista.

Vähiten slow foodin arvoista analyysissäni nousi esiin sesonkiajattelua raaka-aineiden hankinnassa. Parsa mainittiin kaikissa blogeissa, mutta se onkin Suomen keväässä ehkä ilmeisin ja näkyvin sesonki. Slow Food Keski-Suomella olisi mahdollisuus tarjota bloggaajille esim. tilaisuutta tulla tutustumaan sesonkien mukaisiin raaka-aineisiin, ja heidän blogiensa avulla viestiä sesonkiajattelua myös blogien lukijoille. Toki voi olla, että bloggaajat tiedostavat raaka-aineiden sesongin, mutta eivät koe sitä niin tärkeäksi omassa ruoanlaitossaan. Mielestäni olisi hienoa, jos myös Keski-Suomen aluetta pystyttäisiin markkinoimaan ruokakulttuurisena alueena, jolla on omat erikoisuutensa ja paikalliset tuotteensa. Tällä hetkellä Keski-Suomen alue on kenties hieman persoonaton ruokakulttuurin alue, joka voisi saada halutunlaista piristysruisketta vaikkapa juuri slow food -liikkeen ansiosta.

Näen, ettei slow foodin viestimiselle blogien kautta olisi minkäänlaista estettä. Bloggaajat ovat valistuneita ja useimmiten ensimmäisinä perillä uusista ruokatrendeistä. Uskon, että he olisivat kiinnostuneita tekemään yhteistyötä slow food-yhteisöjen kanssa, jos yhteistyö olisi ns. molempia osapuolia hyödyttävää. Olettamalla, että bloggaajat ilman minkäänlaista korvausta tuottaisivat slow foodin etua ajavaa sisältöä blogiinsa, on luultavasti väärä. Bloggaaminen on kuitenkin tutkimuksessa mukana olleista bloggaajista kahdelle työtä. Kukaan tuskin haluaa tehdä työtä, jollei siitä saa minkäänlaista korvausta tai hyvitystä. Jos slow food saadaan yhdistettyä esim. tapahtumiin tai sisältöyhteistöihin, uskon että bloggaajat olisivat kiinnostuneita. Yhteistyön alussa on tärkeää suhtautua bloggaajiin ammattimaisesti ja ymmärtää heidän arvonsa ruoka-alan vaikuttajina. Ajatus amatöörimäisesti puuhastelusta kotikeitössä on ainakin näiden neljän blogin kohdalla väärä.

Viestintätoimisto Manifeston teettämän Blogibarometri 2012 tutkimuksen mukaan blogeista on tullut tärkeä sidosryhmä yrityksille ja organisaatioille. Tutkimukseen vastanneista bloggaajista 85 prosenttia suhtautuu yritysten yhteydenottoihin myönteisesti. Yritysyhteistöiltä kaivataan kuitenkin laadukkuutta ja blogimaailman pelisääntöjen tuntemusta. (Manifesto 2012.) Bloggaajiin tulisikin suhtautua kuin asiakaisiin: laadukkaasti ja yksilöllisesti palvellen. Opinnäytetyölläni olen selvittänyt blo-

gimaailman lainalaisuuksia, jotta toimeksiantajan on helpompi lähestyä bloggaajia yhteistyön muodossa.

Aineiston analyysissä täytyi huomioida bloggaamisen realiteetit. Bloggaajilla on usein korkea kynnyks julkaisusta reseptejään ja kuviaan arvostelevalle yleisölle, ja harvoin blogeissa näkee epäonnistuneita ruokia. Blogeja lukiessa on otettava huomioon, että normaali bloggaajan arki voi olla hyvinkin erilaista kuin blogien kauniissa ja stailatuissa valokuvissa, joissa kaikki ruokalajit ovat onnistuneet täydellisesti. Se, kuinka paljon blogeissa halutaan viestiä itsestään normaalia valistuneempina kuluttajana, joka arvostaa luomu- ja lähiruokaa ja ajattelee kestävä tuotannon näkökulmia, jäänee arvoitukseksi. Uskon kuitenkin, että bloggaajilla on lähtökohtaisesti tietämystä ja arvostusta näitä asioita kohtaan, koska he ovat kuitenkin niin kiinnostuneita ruoasta ja ruokakulttuurista, että jaksavat viikosta ja vuodesta toiseen blogata siitä.

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyön tekeminen alkoi oikeastaan jo viime syksynä aiheen pohtimisella. Olin pitkään lukenut ruokaan ja ruokakulttuuriin liittyviä blogeja, ja olin kiinnostunut tutkimaan niitä syvällisemmin. Kävin keskusteluja eri Jyväskylän ammattikorkeakoulun henkilöstöön kuuluvien henkilöiden kanssa, ja idea slow foodin yhdistämisestä blogeihin nousi sieltä. Prosessi eteni kuitenkin suhteellisen hitaasti, ja vasta tämän vuoden keväällä aloitin syvällisemmän perehtymisen aiheeseen.

Aiheeseen liittyvää lähdekirjallisuutta ei ole vielä saatavilla suomenkielisenä kovinkaan runsaasti, mutta Internet-lähteitä ja englanninkielistä kirjallisuutta löysin enemmän. Etenkin amerikkalaisissa sosiaalista mediaa käsittelevissä kirjoissa näkökulma oli enemmän siinä, kuinka blogien avulla voidaan saavuttaa suurempia markkinoita ja tienata rahaa, mutta onnistuin mielestäni poimimaan lähteistä omaan opinnäytetyöhöni relevantteja ajatuksia. Slow foodistakin on kirjoitettu suhteellisen vähän, etenkin objektiivista lähdemateriaalia. Slow food liikkeen perustaja Petrini on tuottanut paljon slow foodiin liittyvää kirjallisuutta, mutta liikkeen ulkopuolisten henkilöiden kirjoittamaa materiaalia oli vaikeampi löytää. Internetistä onnistuin kuitenkin löytämään muutamia julkaisuja slow foodiinkin liittyen.

Kevään ja kesän aikana perehdyin tutkimukseen valittuihin blogeihin, ja keräsin aineiston sisällönanalyysia varten. Alkuperäisenä ajatuksena oli saada mukaan myös bloggaajien oma näkökulma teemahaastattelujen avulla. Useista yhteydenotoista huolimatta en onnistunut tavoittamaan bloggaajia, joten tutkimukseni rajautui vain sisällönanalyysiin. Uskoakseni suositut bloggaajat saavat hyvin paljon yhteydenottoja niin yksityishenkilöiltä kuin yrityksiltäkin, joten etukäteen jo hieman pelkäsin, että näin tulee käymään. Jos olisin valinnut tutkimukseeni vähemmän suosittuja ruokablogeja, olisi yhteydensaaminen kenties ollut helpompaa. Tutkimuksen hyödyn kannalta ajattelin kuitenkin sen olevan tärkeämpää, että tutkimuksessa mukana olevat blogit ovat jo valmiiksi paikkansa vakiinnuttaneet blogisfäärissä ja heillä on enemmän vaikutusvaltaa lukijoiden suuntaan.

Koulun, työn ja harjoittelun ohella sain hitaasti kasattua tietoperustaa ja sisällönanalyysia kasaan. Minulla ei ollut mitään tarkkoja suunnitelmaan merkittyjä päivämääriä,

jotka kenties olisivat helpottaneet opinnäytetyöprosessia ja tehneet siitä jouhevamman. On kuitenkin hyvä, että opinnäytetyöni on ollut näin pitkämuotoinen prosessi, koska olen ainakin paneutunut aiheeseen kunnolla, ja pystynyt tekemään lisäyksiä, mikäli joku kohta on jäänyt vajaaksi. Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen omaan työhöni ja koen sen hyödyttävän minua tulevaisuudessakin. Tulevaisuudessa aihetta voisi tutkia uudelleen, jolloin nähtäisiin, mihin suuntaan blogit ovat sisällöltään kehittyneet ja onko slow food näkyvämmässä roolissa blogosfäärissä.

Uskon, että blogit jatkaa vielä voittokulkuaan, koska ihmiset haluavat jakaa kokemuksiaan ja yhä enemmän se tapahtuu virtuaalisesti. Ruokaan liittyvät keskustelut tulevat tuskin koskaan häviämään, koska se on aihe, joka koskettaa jokaista. Jokaisen on pakko syödä, ja omalla syömiselläsi kerrotaan yhä enemmän, minkälainen ihminen on tai haluaisi olla. Minkälaisia arvoja kannattaa, miten ottaa kantaa vastuullisuuden liittyviin kysymyksiin jne.

Slow food on aatteena mainio ja toivon, että se saavuttaa suuremman aseman suomalaisen kuluttajan elämässä. Omalla opinnäytetyölläni olen pyrkinyt avaamaan suomalaisten ruokabloggaajien maailmaa, jotta slow foodin keskuudessa toimivien ihmisten on helpompi hahmottaa ja luoda kokonaiskuva bloggaamisesta ilmiönä ja sen vaikuttavuudesta ruokakeskusteluun. Toivon, että tulevaisuudessa blogeissa puhutaan entistä enemmän slow foodista ja jaetaan sen sanomaa eteenpäin. Suomen nykyisen einespainotteisen elintarviketeollisuuden toivoisi muuttuvan yksilöllisempään ja erilaistuneeseen suuntaan, jolloin kuluttajalla on yhtäläinen mahdollisuus valita pienen paikallisen tuottajan kasvattamaa luomulihaa kuin suuren elintarvikejätin pakkaamaa tehotuotettua lihaa. Liian ruusuinen tulevaisuuden kuva kenties, mutta blogitkin ovat yksi vaikuttaja, jonka kautta ihmiset voivat havahtua vaatimaan laadukkaampia raaka-aineita niin ruoan vastuullisuus kuin paikallisuuskin huomioon ottaen.



## LÄHTEET

- Akvamariini. 2011. Ruokabloggajakenttä Euroopassa ja Yhdysvalloissa. Viitattu 6.6.2012. <http://www.akvamariini.fi/ruokabloggaajakentte-euroopassa-ja-yhdysvalloissa>
- Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Otavan kirjapaino oy.
- Blogilista. 2012. Viitattu 4.9.2012. <http://www.blogilista.fi/>
- Counihan, C. & Van Esterik, P. 2008. Food and culture. New York: Routledge.
- Eat&Joy. 2012. Viitattu 6.6.2012. <http://eatandjoy.fi>
- EkoCentria. Savon ammatti- ja aikuisopisto. 28.6.2010. Portaat luomuun – ohjelma ammattikeittiöille. Viitattu 14.6.2012. [http://www.portaatluomuun.fi/mita\\_luomu\\_on](http://www.portaatluomuun.fi/mita_luomu_on)
- Gillin, P. 2009. Secrets of social media marketing. How to use online conversations and customers communities to turbo-charge your business. United States of America: Quill drive books.
- Gloria. 2012. Gloria Blog Awards 2012. Viitattu 4.9.2012. [http://www.gloria.fi/artikkeli/osallistu/gloria\\_blog\\_awards/gloria\\_blog\\_awards\\_2012](http://www.gloria.fi/artikkeli/osallistu/gloria_blog_awards/gloria_blog_awards_2012)
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.
- Isokangas, A. & Kankkunen, P. 2011. Suora yhteys. Näin sosiaalinen media muuttaa yritykset. EVA-raportti. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Japan for sustainability. 2012. Slow food versus fastfood. Viitattu 4.6.2012. [http://www.japanfs.org/en/20080207101529\\_t.jpg](http://www.japanfs.org/en/20080207101529_t.jpg).
- Jones, P., Shears, P., Hillier, D., Comfort, D. & Lowell, J. 2003. Return to traditional values? A case study of Slow Food. British Food Journal, Vol. 105 Iss: 4 pp. 297 – 304. Viitattu 14.6.2012. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=870694&show=abstract>
- Jyväs, E. 26.6.2008. Slow Food – herkuttele hitaasti. Ellit.fi. Viitattu 7.6.2012. <http://ellit.fi/liikunta-ja-terveys/ravinto-ja-laihdutus/slow-food-herkuttele-hitaasti>
- Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Verkkokirjoittaminen työelämässä. Viitattu 5.6.2012. <http://oppimateriaalit.jamk.fi/verkkokirjoittaminen/blogit/>
- Keltto, S. 27.5.2012. Blogit ja bloggaajat ovat tiivis yhteisö. Viitattu 5.6.2012. <http://www.ilikka.fi/arki-ja-el%C3%A4m%C3%A4/blogit-ja-bloggaajat-ovat-tiivis-yhteiso-1.1200918>
- Kiiski, P. 15.6.2012. Taste of Helsinki –festivaaleille herkullinen startti: ”Iloinen ja rento tunnelma”. MTV3. Viitattu 21.10.2012 <http://www.mtv3.fi/makuja/uutiset.shtml>
- Kilpi, T. 2006. Blogit ja bloggaaminen. Helsinki: readme.fi

- Koivupuro, H., Jalkanen, L., Katajajuuri, J., Reinikainen, A. & Silvennoinen, K. 2012. MTT-raportti. Elintarvikeketjussa syntyvä ruokahävikki. Kirjallisuuskatsaus. Viitattu 9.9.2012. <http://www.mtt.fi/mtrraportti/pdf/mtrraportti12.pdf>
- Laiho, E. 4.10.2011. Ruokatapahtumat vetivät ennätysyleisön. Länsi-Uusimaa. Viitattu 14.6.2012. <http://www.lansi-uusimaa.fi/artikkeli/73432-ruoka-tapahtumat-vetivat-ennatysyleison>
- Leitch, A. 2008. Slow food and the politics of pork fat: Italian food and European identity. New York: Routledge.
- Leminen, T. 4.5.2012. Ruokabloggaajat tempaisevat elintarvikehävikkiä vastaan. Viitattu 5.6.2012. <http://nyt.fi/20120504-ruokabloggaajat-tempaisevat-elintarvikehaevikkiae-vastaan/>
- Manifesto. 26.9.2012. Blogibarometri 2012: Bloggaajasta tuli julkkis ja asiantuntija. Viitattu 20.10.2012. <http://www.manifesto.fi/news/2012/09/blogibarometri-2012-bloggaajasta-tuli-julkkis-ja-asiantuntija.html>
- Matikainen, J. 2011. Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet. Helsinki: Infor Oy.
- Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010. Lähirooka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29. 28.5.2010. Viitattu 14.6.2012. <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2029.pdf>
- Nelimarkka, M. 16.12.2009. Gastronominen Suomi. Ruokatieto. Viitattu 7.6.2012. <http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/sisaltosivu.aspx?id=1145083>
- Nosi, C. & Zanni, L. 2004. Moving from "typical products" to "food-related services": The Slow Food case as a new business paradigm. British Food Journal, Vol. 106 Iss: 10 pp. 779 – 792. Viitattu 14.6.2012. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=870785&show=abstract>
- Otala, L. & Pöysti, K. 2008. Wikimaniaa yrityksiin. Yritys 2.0 tuottamaan. Porvoo: WSOY.
- Petrini, C. 2005. Slow Food Nation. Why our food should be good, clean and fair. United States of America: Rizzoli Ex Libris.
- Pätilä, H. 2011. Ruokabloggaajat – tämän päivän mielipidevaikuttajat. Kalafoorumi 12.4.2011. Viitattu 5.6.2012. [http://www.prokala.fi/www/fi/mediapankki/Kalafoorumi\\_Hanna\\_Ptil.pdf](http://www.prokala.fi/www/fi/mediapankki/Kalafoorumi_Hanna_Ptil.pdf)
- Ravintolapäivä. 2012. Viitattu 20.10.2012. <http://www.restaurantday.org/fi/>
- Ruokatieto. 5.3.2012. Yhdessä syöminen saa uusia muotoja. Viitattu 20.10.2012. <http://uutiset.ruokatieto.fi/>
- Rönni, T. 22.2.2012. Yksin syömistä ja yhdessä kokkailua. Viitattu 21.10.2012. <http://blogs.helsinki.fi/wdc-2012/2012/02/yksin-syomista-ja-yhdessa-kokkailua/>

- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere : Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 4.9.2012.  
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>
- Safko, K. & Brake, D. 2009. Social media bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success.
- Salmenkivi, S. & Nyman, N. 2008. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum.
- Scroble, R. & Israel, S. 2006. Blogit ja bisnes. Yritys 2.0. Helsinki: Basam books oy.
- Seitamaa-Hakkarainen, P. 1.1.2000. Kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Academia.edu. Viitattu 20.10.2012.  
[http://www.academia.edu/589363/Kvalitatiivinen\\_sisallon\\_analyysi](http://www.academia.edu/589363/Kvalitatiivinen_sisallon_analyysi)
- Serti, P. Syödään yhdessä. Huippukuntoon.fi. Viitattu 20.10.2012.  
<http://www.huippukuntoon.fi/ravitsemus/sy%C3%B6d%C3%A4n-yhdess%C3%A4>
- Slow food – hidasta nautiskelua. 2007. TV1 Priima. Yle.fi Elävä arkisto. Viitattu 7.6.2012. [http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/slow\\_food\\_-\\_hidasta\\_nautiskelua\\_48815.html#media=48826](http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/slow_food_-_hidasta_nautiskelua_48815.html#media=48826)
- Slow Food Helsinki. 2011. Convivium – paikalliset yhteisöt. Viitattu 7.6.2012.  
<http://www.slowfoodhelsinki.fi/>
- Slow Food Keski-Suomi. 2011. Viitattu 7.6.2012.  
<http://slowfoodkeskisuomi.wordpress.com/>
- Slow Food International. 2012. Viitattu 7.6.2012. <http://www.slowfood.com/>
- STT.2012. Lähiruoka maistuu jo monelle. 14.6.2012. Keskisuomalainen. Viitattu 14.6.2012.
- Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma. 18.4.2011. Ruokabloggaajat arvostavat yhdessä syömistä ja aitoja raaka-aineita. Viitattu 14.6.2012.  
[http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/index.php?we\\_objectID=581](http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/index.php?we_objectID=581)
- Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma. 2010. Kuukauden ruokablogi. Viitattu 5.6.2012. [http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/blog/kuukauden\\_blogi.php](http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/blog/kuukauden_blogi.php)
- Technorati. 4.11.2011. State of Blogosphere. Viitattu 12.6.2012.  
<http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>
- Tilastokeskus. 2010. Tilastot > Tiede, teknologia ja tietoyhteiskunta > Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö > 2010 > 3. Sosiaalinen media: verkkomedian ja yhteisöpalvelujen käyttö. Viitattu 5.6.2012.  
[http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi\\_2010\\_2010-10-26\\_kat\\_003\\_fi.html](http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html)
- Top 100 ruokablogit. 2012. Viitattu 4.9.2012. <http://top100ruokablogit.com/>

Upola, T. 14.9.2010. Kausiruokaa voi syödä talvellakin. Viitattu 9.9.2012.  
<http://uusimusta.squarespace.com/etusivu/2010/9/14/kausiruokaa-voi-syoda-talvellakin.html>

Weinberg, T. 2009. The new community rules: marketing on the social web. Unites States of America: O'Reilly.

Ylen aamu-tv. 7.7.2011. Slow Food korostaa ruoasta nauttimista. YLETV1. Viitattu 7.6.2012. <http://areena.yle.fi/tv/1287005>