

Aksel Saritas

**KULUTTAMISEN METAFORAT  
MERKITYSTEN RAKENTAJINA  
KASVISRUOKAVALIOON  
SIIRTYMISESSÄ**

Johtamisen ja talouden tiedekunta  
Pro gradu -tutkielma  
Toukokuu 2019  
Ohjaaja: Hannu Kuusela

# TIIVISTELMÄ

Aksel Saritas: Kuluttamisen metaforat merkitysten rakentajina kasvisruokavalioon siirtymisessä  
Pro gradu -tutkielma  
Tampereen yliopisto  
Kauppätieteiden tutkinto-ohjelma / Markkinointi  
Toukokuu 2019

---

Kiinnostus kasvissyöntiä kohtaan on kasvussa, jolloin aiheen syvällinen ymmärtäminen nousee tärkeään rooliin. Tämän tutkimuksen tehtävänä on ymmärtää kasvisruokavalioon siirtymistä ilmiönä suomalaisten miesten näkökulmasta, ja tarkastella niitä merkityksiä, joita he siirtymän aikana ovat kohdanneet kuluttamisen metaforien avulla. Tutkittavien kertomat tarinat jaettiin neljään kuluttamisen päämetaforaan, joiden sisältä tunnistettiin puheessa esiin nousseita metaforia ja niihin kytkeytyneitä merkityksiä.

Tutkimuksen teoriaosa keskittyi käsittelemään identiteettiteoriaa linkitettyinä kasvissyönnin kontekstiin, sekä kuluttamista osana identiteetin muodostumista. Identiteettinäkökulmaksi valittiin narratiivinen identiteetti, joka on muuttuva, moninainen sekä sosiaalisesti rakentuva. Näiden lisäksi huomioitiin kuluttamisen ja kulttuurin vaikutus identiteettiä rakentavina tekijöinä. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisesti haastattelemalla tutkittavia avoimen narratiivisen haastattelun keinoin. Aineisto analysoitiin hyödyntäen narratiivien analyysia jakamalla tarinat tarinatyyppeihin, sekä narratiivista analyysia, jonka avulla tarinat nivottiin lopuksi yhteen. Metafora-analyysin avulla tunnistettiin ja analysoitiin tarkemmin metaforia ja merkityksiä, joita haastateltavat nostivat puheessa esille. Haastatteluihin osallistui yhteensä 7 miestä Tampereelta ja Helsingistä, ja haastateltavien ikä vaihteli 25-33 välillä.

Tulosten perusteella aineistosta tunnistettiin neljä (4) kuluttamisen päämetaforaa, jotka olivat kuluttaminen kamppailuna, kuluttaminen neuvotteluna, kuluttaminen vapautumisena ja kuluttaminen ankkurina. Kuluttaminen kamppailuna -metafora kuvasti yksilön kokemia ulkoapäin tulevia haasteita ja niistä selviytymistä, ja kuluttaminen neuvotteluna -metafora puolestaan ristiriitaista kuluttamista, joka syntyi ulkoapäin tulevan vaikuttamisen ja oman identiteetin välillä. Kuluttaminen vapautumisena -metafora viittasi yksilön pyrkimykseen kuluttaa tavalla, jossa ristiriitaista neuvottelua ei tarvinnut käydä, ja kuluttaminen ankkurina -metafora edusti pysyvyyttä ja sitoutumista kuluttaa itse päättämällä tavalla. Kuluttamisen metaforien avulla pystyttiin tunnistamaan tarkemmin niitä merkityksiä, joita tutkittavat kokivat itselle tärkeäksi nostaa esille.

Haastateltavat perustelivat siirtymistä eri tavoin kuluttamisen metaforien kautta, jolloin osalla korostui vahva sitoutuminen tai sitoutumisen halu kuluttaa tietyllä tavalla, kun taas osa koki kuluttavansa tavalla, jonka itse koki itselle oikeaksi. Koetut haasteet ja ristiriitoihin ajautuminen vaihtelivat paljon sen mukaan, miten negatiivisena ulkoapäin tuleva vaikuttaminen yksilötasolla koettiin. Negatiivinen sosiaalinen vaikuttaminen oli vahvasti yhteydessä haastateltavien kokemaan kamppailun ja neuvottelun määrään, ja ulkoapäin tulevien vaikutteiden ollessa neutraaleja tai positiivisia oli havaittavissa, että vapautumista kuluttaa itse haluamalla tavalla pystyttiin tekemään helpommin. Sitoutuminen tiettyyn tapaan kuluttaa nähtiin myös keinona estää ulkoapäin tulevia vaikutteita, jolloin tavoitteena oli pysyvyys ja kuluttaminen uuden omaksutun identiteetin mukaisesti.

Tutkimuksen kontribuutiona on tärkeää huomioida se, miten tässä tutkielmassa käytettyjä kuluttamisen metaforia voidaan hyödyntää laajemmin tavoitteena tunnistaa, millaisia haasteita ja merkityksiä kasvisruokavalioon siirtyvät kokevat. Akateeminen kiinnostus tulisi keksittää heterogeenisemmän joukon tutkimiseen kuluttamisen metaforia hyödyntäen, ja liikkeenjohdollisesti tärkeää on ehkäistä kuluttajien kohdalla tapahtuvaa kamppailua ja neuvottelua oikeanlaisten markkinointitoimenpiteiden avulla.

Avainsanat: Kuluttamisen metaforat, narratiivinen identiteetti, kasvissyönti, koetut merkitykset

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

## Sisällys

<b>1</b>	<b>JOHDANTO .....</b>	<b>5</b>
1.1	Kasvisruokavalioon siirtyminen kasvussa .....	5
1.2	Lihansyöjästä kasvissyöjäksi .....	7
1.3	Tutkimustehtävä ja rajaukset .....	9
<b>2</b>	<b>IDENTITEETTI KASVISRUOKAVALIOON SIIRTYMISESSÄ.....</b>	<b>13</b>
2.1	Identiteetin monet ulottuvuudet .....	13
2.1.1	Sosiaalisen identiteetin teoria .....	14
2.1.2	Monenlainen identiteetti .....	16
2.1.3	Muuttuva identiteetti .....	17
2.1.4	Narratiivinen identiteetti.....	18
2.2	Kuluttaminen osana identiteettiä .....	20
2.2.1	Symbolinen kuluttaminen merkitysten esiintuojana.....	20
2.2.2	Kuluttamisen metaforat .....	22
2.3	Tutkimuksen identiteettinäkökulma.....	23
<b>3</b>	<b>TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....</b>	<b>25</b>
3.1	Tieteenfilosofiset valinnat.....	25
3.2	Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä .....	27
3.3	Aineiston luominen.....	29
3.4	Pilottihaastattelu.....	32
3.5	Aineiston analysointi .....	32
<b>4</b>	<b>TULOKSET .....</b>	<b>36</b>
4.1	Aineiston kuvaus.....	36
4.2	Kuluttaminen kamppailuna .....	36
4.2.1	Taistelu ideaalista minäkuvasta .....	37
4.2.2	Itsensä puolustaminen .....	39
4.2.3	Ennakkoluulojen välttely.....	44
4.2.4	Läheiset liittolaisena .....	47
4.2.5	Kapinointi valtavirtaa vastaan .....	51
4.3	Kuluttaminen neuvotteluna.....	53
4.3.1	Ristiriitojen kanssa painiminen .....	53
4.3.2	Moraalinen tasapainottelu.....	57
4.4	Kuluttaminen vapautumisena .....	59
4.4.1	Maskuliinisuuden kahleiden murtaminen.....	60
4.4.2	Muotista pois astuminen.....	61
4.4.3	Inspiraation lähteet .....	64

4.5	Kuluttaminen ankkurina .....	66
4.5.1	Omalla tiellä pysyminen .....	66
4.5.2	Etiikka ankkurin laskijana .....	70
4.6	Tulosten yhteenveto .....	72
<b>5</b>	<b>JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO .....</b>	<b>74</b>
5.1	Tutkimuksen yhteenveto .....	74
5.2	Johtopäätökset.....	74
5.3	Tutkimuksen kontribuutio.....	77
5.4	Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitteet.....	79
5.5	Jatkotutkimusmahdollisuudet ja liikkeenjohdolliset implikaatiot .....	81
	<b>LÄHTEET .....</b>	<b>83</b>

#### **KUVIOT**

Kuvio 1.	Lihattomien ruokavalioiden osuus ikäryhmästä .....	6
Kuvio 2.	Tutkimuksen identiteettinäkökulma .....	24
Kuvio 3.	Tulosten yhteenasettaminen .....	72

#### **TAULUKOT**

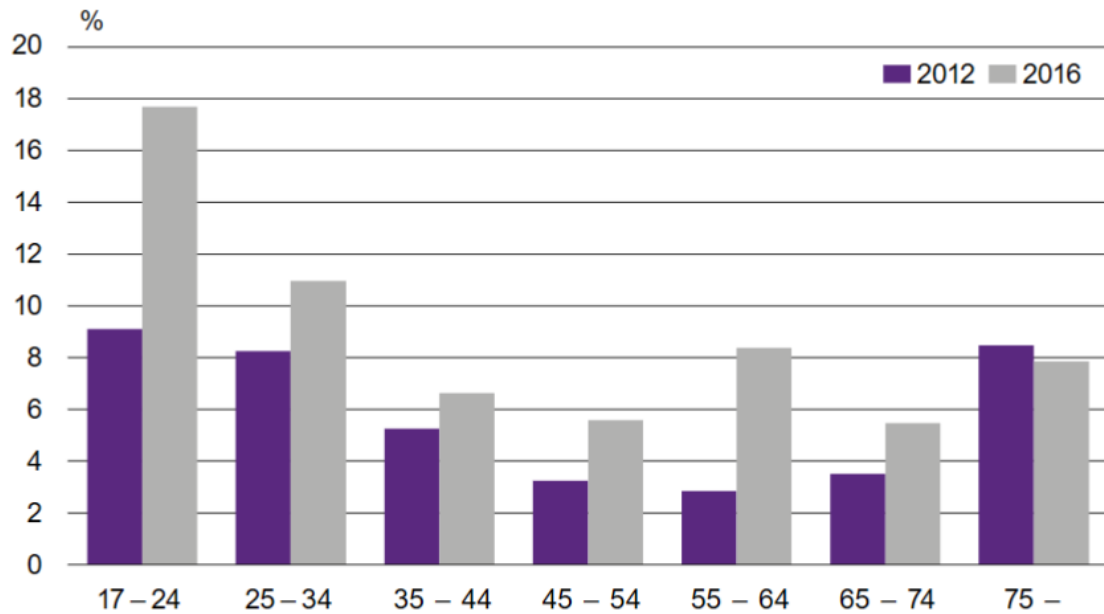
Taulukko 1.	Tiivistys interpretivismistä .....	26
Taulukko 2.	Haastateltavat .....	30

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Kasvisruokavalioon siirtyminen kasvussa

Kasvisruokavalioon siirtyminen on yleistynyt. Vuosien 1997 – 2016 välillä tehtyjen kyselytutkimusten mukaan vegetaristien määrä on ollut tasaisessa kasvussa Yhdysvalloissa (The Vegetarian Resource Group 1997, 2009, 2016), ja vuosien 2014 ja 2017 välillä mitattuna itsensä vegaaneiksi identifioivien määrä Yhdysvalloissa oli kasvanut yhdestä prosentista kuuteen prosenttiin (The Food Revolution Network 2018). Lihan kokonaiskulutus on kuitenkin ollut myös jatkuvasti kasvussa, ja lihan tuotannon odotetaan jopa kaksinkertaistuvan vuoteen 2050 mennessä (Bailey ym. 2014; Caro ym. 2014). Kasvissyönti ilmiönä ei ole mitenkään uusi, mutta kiinnostus aiheen tutkimiseen on lähivuosien aikana kasvanut merkittävästi (Ruby 2012). Tämä herättääkin kysymyksen siitä, onko kyseessä pelkästään ohimenevä trendi, vai onko taustalla mahdollisesti kyse asenteiden muutoksesta?

Suomessa puolestaan vuosina 2012 ja 2016 tehtyjen kulutustutkimusten mukaan lihattomien kotitalouksien osuus oli kasvanut 5,3 prosentista 8 prosenttiin (Tilastokeskus 2018), ja lihansyöntiä ovat vähentäneet kaikki muut ikäryhmät paitsi yli 75-vuotiaat (Tilastokeskus 2018). Saman tutkimuksen mukaan suurin muutos on tapahtunut kuitenkin 17-24 vuotiaiden joukossa, joilla vuosien 2012 ja 2016 välillä lihattoman ruokavalion osuus kasvoi 9,2 prosentista 17,7 prosenttiin, ja toiseksi eniten lihattomia ruokavalioita kuluttivat 25-34 vuotiaat. Tulosten perusteella nuoremman sukupolven voikin nähdä olevan trendien edelläkävijöitä, ja nuorten siirtymisellä lihattomaan ruokavalioon voi olettaa olevan heijastevaikutuksia myös vanhempien ihmisten lihan kulutukseen (Tilastokeskus 2018). Kemppainen (2016) puolestaan toteaa, että juuri näihin aikoihin Suomessa käynnistyi laajempi buumi kasvisruokaan siirtymistä kohtaan. Muutosta kasvisruokavalioon siirtymisessä on kyseisen tutkimuksen perusteella havaittavissa, vaikka lihan kokonaiskulutus Suomessa onkin pysynyt viime vuosien aikana verrattain samana (Lihatiedotus 2018).



Kuvio 1. Lihattomien ruokavalioiden osuus ikäryhmästä (Tilastokeskus 2018)

Kasvisruokavaihtojen määrä kauppojen hyllyillä on myös lisääntynyt huomattavasti. Suomessa kasviproteiinipohjaisten tuotteiden myynti on kasvanut keskimäärin noin 25 % vuosina 2015-2016, toteaa Keskon päivittäistavaratoimialan tavarakaupan johtaja Ari Akseli (Kesko 2016), ja vegehyllijien lanseerauksen jälkeen kasvipohjaisten tuotteiden myynnin on arvioitu kasvaneen vuodesta 2016-2017 noin 50 prosenttia (Kesko 2017). Kasvisruokavaihtoehtojen myynti onkin yllättänyt useat vähittäiskaupat suosiollaan. S-ryhmällä kasvaneen suosion kehityksen arvioidaan viittaavan ajattelutapojen muutokseen ennemmin kuin hetkelliseen trendiin kehityksen ollessa tasaisesti kasvavaa (S-ryhmä 2018), sekä lisääntyneen ymmärryksen aiheuttamasta muutoksesta kulutuskäyttäytymisessä, jolloin kasvipohjaisten tuotteiden myynnistä uskotaan tulevan valtavirtaa ja pysyvä tapa toimia (S-ryhmä 2018). Myös Keskolla (2017) kasvisruoan kulutuksen lisääntyminen yhdistetään vahvasti muuttuneisiin kulutustottumuksiin. Yhdysvalloissa puolestaan kasvipohjaisten tuotteiden myynti kasvoi 8% vuonna 2017 (Fox 2017), jolloin ilmiö on havaittavissa muuallakin länsimaissa.

Vaikka muutosta kasvisruokavalioon siirtymisessä on tunnistettavissa, on tämän hetkinen lihankulutus kestävämmällä tasolla ympäristön kannalta maailman väestön kasvaessa ja ihmisten kuluttaessa lihaperäisiä tuotteita yhä enemmän (Tilman ym. 2002). Nykyinen lihatuotanto on yhdistetty vahvasti ympäristöä negatiivisesti aiheuttaviin tekijöihin ja ilmastonmuutoksen yhdeksi suurimmaksi aiheuttajaksi (Hedeenus ym. 2014).

Lihatuotannon seurauksena aiheutuvat kasvihuonepäästöt vastaavat 18% kaikista kasvihuonepäästöjen aiheuttajista (Steinfeld ym. 2006), ja lihan ja maidon kysynnän on arvioitu kaksinkertaistuvan vuoteen 2050 mennessä (Steinfeld ym. 2006).

Lihatuotanto vaatii myös valtavia määriä puhdasta juomavettä, ja sillä on merkittäviä vaikutuksia ympäristön biodiversiteetille (Lang ym. 2010). Tuotantoeläinten ruokkiminen edellyttää myös valtavia määriä viljelysalaa, joka on johtanut metsien hävittämiseen ja aavikoitumiseen (Stehfest ym. 2009; McMichael ym. 2007). Ympäristöasioiden lisäksi lihansyöntiin liittyvät myös sen tuomat eettiset kysymykset, muun muassa tuotantoeläinten kohtelu ja hyvinvointi, jotka ovat nousseet yhä suurempaan huomioon läntisessä maailmassa (Buller & Morris 2003; Hobson 2007).

Tutkimuksissa havaitut suurimmat syyt lihan syömiseen ovat olleet lihan hyvä maku, haluttomuus muuttaa omia ruokatottumuksiaan, uskomus sille, että ihmisten kuuluu syödä lihaa, sekä tietämättömyys kasvisruokavaihtoehdoista (Worsley 2003). Nämä ovat mahdollisuuksia, joihin yritykset voivat pyrkiä vaikuttamaan entistä paremmin kasvisruokaan siirtyvien tai siihen siirtymistä harkitsevien ihmisten kohdalla. Kokonaisvaltaisen kuvan saaminen edellyttääkin aiheen syvällisempää tutkimista, sillä kuluttajien aito ymmärtäminen ja kuunteleminen on elintärkeää markkinoinnin näkökulmasta (Webster & Lusch 2013, 398), jolloin yritykset pystyvät vastaamaan kuluttajien muuttuneisiin tarpeisiin entistä paremmin. Tärkeää on myös tunnistaa tekijöitä, jotka saattavat ehkäistä kasvisruokavalioon siirtymisen prosessia valtaosan kuluttaessa lihatuotteita. Monessa länsimaassa lihasta onkin tullut itse ruoan symboli, jolloin kuluttajat ottavat sen itsestäänselvyytensä (Fiddes 1991). Nykyinen tapa ei ole kuitenkaan kestävä, ja koska kuluttajien mielenkiintoa kasvisruokavalioon siirtymistä kohtaan on havaittavissa, on ilmiötä tärkeää tutkia tarkemmin.

## **1.2 Lihansyöjästä kasvissyöjäksi**

Vegetaristilla tarkoitetaan henkilöä, joka ei sisällytä lihaa päivittäiseen ruokavalioonsa (Ruby 2012), mutta saattaa kuluttaa muita eläinkunnan tuotteita, kuten maitotuotteita ja kananmunia. Vegaanit puolestaan kieltäytyvät syömästä tai käyttämästä mitään eläinkunnan tuotteita. Osa ihmisistä kuitenkin identifioivat itsensä vegetaristiksi, vaikka syövät päivittäisessä ruokavaliossaan kalaa, ja toiset eivät (Rosenfeld & Burrow 2017).

Luokittelu tiettyyn ryhmään voidaankin nähdä haastavana, sillä osa ihmisistä voi kutsua itseään vegetaristiksi syöden lihaa toisinaan, jolloin vegetaristin käsite on nähty haastavana kasvisyöntiin liittyvässä aikaisemmassa tutkimuksessa (Weinsier 2000). Tämän vuoksi onkin kehitetty useita luokitteluja eri kasvisruokavaliota noudattaville, jolloin jako ei ole niin mustavalkoinen.

Tutkimuksia vegetaristisen ruokavalion siirtymisen syistä on tehty laajasti, ja yleisimmät syyt kuluttajilla kasvisruokavalioon siirtymiseen ovat liittyneet huoleen eläinten hyvinvoinnista, oma terveys ja itsensä kehittäminen, ympäristöasiat, inho lihansyöntiä kohtaan sekä uskonnolliset syyt (Amato & Partridge 1989; Brown 1990; Ruby 2012). Myös muita tutkimuksissa esiin nousseita syitä ovat painonpudotus, makumieltymykset, rahan säästäminen, ja poliittiset syyt (Hofman ym. 2013). Puolestaan nuoremmalla sukupolvella etenkin eettiset ja ympäristölliset tekijät ovat vaikuttaneet vahvasti kasvisruokavalioon siirtymiseen (Pribis 2010). Kuten aikaisempien tutkimusten perusteella voi päätellä, syitä kasvisruokavalioon siirtymiseen voi olla useita ihmisten motiivien ollessa erilaisia.

Aikaisemmat tutkimukset nostavat esille myös demografisten tekijöiden vaikutuksen kasvisruokavalioon siirtymisessä. Rimal (2002) havaitsi, että korkeamman koulutus- ja palkkatason omaavilla ihmisillä oli matalampi kynnyks siirtyä lihansyönnistä kasvisyöjäksi, jolloin syyt kasvisruokavalioon siirtymisen suhteen voivat eri tilanteissa olevien ihmisten kohdalla vaihdella. Myös maantieteellisellä sijainnilla on havaittu olevan eroja lihankulutukseen liittyen urbaaneilla alueilla lihankulutuksen ollessa alhaisempaa kuin maaseudulla (Ruby 2012). Tämän voi nähdä liittyvän kasvisruokavaihtoehtojen suurempaan määrään tiheimmin asutuilla alueilla, sekä myös mahdollisesti asenteiden erilaisuudesta kasvisyöntiä kohtaan.

Kasvispohjaisen ruokavalion valitseminen voi johtua monesta tekijästä, ja myös sukupuolten väliset erot on huomioitava, sillä miesvegetaristien ja naisvegetaristien käsitykset kasvisruokavalioon siirtymiseen liittyen voivat vaihdella (Thomas 2016). Lukuisissa tutkimuksissa on havaittu, että miehet ovat vastahakoisempia naisiin verrattuna välttämään lihaa ja vähentämään lihansyöntiä. Ruby & Heine (2011) toteavat, että tutkimuksessaan tutkittavat pitivät kasvisyöjiä vähemmän maskuliinisina lihansyöjiin verrattuna, ja Schösler ym. (2015) tunnistivat maskuliinisen kulttuurin



olevan suoraan yhteydessä siihen, miten vahvasti maskuliinisuus yhdistetään lihansyöntiin, vaikkakin myös vähemmän maskuliinisissa kulttuureissa selvä ero kasvissyöjistä miesten ja naisten välillä on nähtävissä (Prättälä 2006). Myös Ruby (2012) nostaa esille lihansyönnin yhdistämisen tietynlaiseen maskuliinisuuteen länsimaisessa kulttuurissa, jolloin naisten suurempi osuus vegetaristeista miehiin verrattuna ei ole yllättävä. Aikaisemmissa tutkimuksissa onkin havaittu selkeä yhteys maskuliinisuuden ja kasvisruokavalion noudattamisen välillä (Adams 1991; Sobal 2005; Twigg 1979; Rozin ym. 2012).

Nath (2010) havaitsi, että kasvispohjaiseen ruokavalioon siirtyneet miehet kokivat painetta syödä lihaa tietyissä tilanteissa etäännyttääkseen itseään feministiseksi leimaamiselta. Yleisesti havaittua on myös sekasyöjien suuremmat ennakkoluulot kasvissyöntiin siirtyneitä miehiä kohtaan naisiin verrattuna (MacInnis & Hodson 2017) miesten kohdatessa negatiivisempia asenteita ja ennakkoluuloja muun muassa perheen ja lähipiirin suhtautumisessa muuttuneeseen ruokavalioon (Sedupane 2017; Torti 2017). Ymmärrys kasvisruokavalioon siirtymisessä identiteetin tasolla puolestaan voi selittää sitä, miksi vegetaristit syövät satunnaisesti lihaa ja silti kutsuvat itseään kasvissyöjäksi (Rothgerber 2017), miten ennakkoluulot kasvissyöjiä kohtaan muodostuvat (MacInnis & Hodson 2017), ja miten kasvissyöjät perustelevat itselleen ja muille siirtymistä kasvisruokavalioon (Rothgerber 2014a).

Rosenfeld (2018) nostaa esille kasvisruokavalioon siirtymisen liittyvän tutkimuksen teemoja, joita ei ole vielä kunnolla tutkittu. Näitä ovat muun muassa sukupuolten väliset erot kasvissyöntiin liittyen, identiteetin kehittyminen erilaisissa sosiaalisissa konteksteissa kasvissyöntiin siirtyvillä, sekä miten omia ruokavalintoja perustellaan itselle ja muille. Identiteettitutkimus voi auttaa ymmärtämään paremmin tätä ilmiötä, jolloin kysymys miesten identiteetistä kasvisruokavalioon siirryttäessä sekä niiden syiden tunnistamisesta, jotka edistävät tai ehkäisevät vegetaristiksi ryhtymistä miesten keskuudessa, on aiheellista tutkia tarkemmin.

### **1.3 Tutkimustehtävä ja rajaukset**

Tutkimuksen tavoitteena on tutkia suomalaisten miesten identiteetin kehittymistä lihansyöjästä kasvissyöjäksi ja ymmärtää paremmin niitä merkityksiä, joita miehet tässä

siirtymävaiheessa kokevat ja havainnoivat, sekä mitkä tekijät vaikuttavat vahvimpana kasvisruokavalioon siirtymisessä. Tutkimukseen pyritään valitsemaan henkilöitä, joille kasvisruokavalioon siirtyminen on ollut merkittävä osa yksilön elämää, sekä tutkittavia pyritään valitsemaan eri lähtökohdista välttämättä tutkimuksen kohdistuminen vain tiettyyn demografiseen kohderyhmään mahdollisimman rikkaan aineiston hankkimiseksi. Siirtyminen tässä tutkimuksessa tarkoittaa valintaa muuttaa ruokailutottumuksiaan subjektiivisesti koettuna radikaalisti kasvispainotteisemmaksi, jolloin tutkimuksen kannalta ei ole olennaista, syövätkö tutkittavat lihaa satunnaisesti vai eivät. Tutkimuksen kannalta tärkeää on kuitenkin vetää raja sille, että tutkittavat ovat tietoisesti päättäneet siirtyä kasvispainotteiseen ruokavalioon, jolloin voidaan puhua aidosti siirtymästä, eikä pelkästään pienestä muutoksesta kulutusvalintoihin liittyen.

Mielenkiinnon kohteena on kokonaisvaltaisen kuvan hahmottaminen suomalaisten miesten identiteetistä, jolloin tärkeää ei ole se, miten tarkasti henkilöt noudattavat kasvispohjaista ruokavaliota, vaan pikemminkin pyrkiä tiedostamaan identiteetin kehittymistä dynaamisena prosessina, joka on jatkuvan muutoksen alla. Yksilötasolla mitattuna ihmisten valintaan syödä tiettyntyyppistä ruokaa vaikuttavat sosiaalipsykologiset tekijät, kuten uskomukset, asenteet, normit ja arvot (Breidenstein 1988; Guseman ym. 1987), ja kirjallisuudessa ruokavalintojen on nähty olevan identiteettiin vaikuttava tekijä kasvisruokavalioon siirtyvien keskuudessa (Sneijder & Te Molder 2009; LeRette 2014). Tutkimuksen tarkoituksena on paremmin ymmärtää niitä tekijöitä, joita tutkittavat kokevat itselleen merkitykselliseksi kasvisruokavalioon siirtymisessä, ja millä tavalla tutkittavat merkityksiä nostavat esille.

Tutkimuskysymykset ovat:

1. Millaisia kuluttamisen metaforia kasvisruokavalioon siirtyneiden suomalaisten miesten kertomista tarinoista voidaan tunnistaa?
2. Millaisia merkityksiä kuluttamisen metaforiin kytkeytyy?

Tutkimuskysymysten tarkoituksena tarkastellaan kasvisruokavalioon siirtyneiden identiteettiä huomioiden kuluttaminen sekä metaforat, joiden kautta tunnistetaan merkitykset, joita haastateltavat tuovat näkyväksi kertoen tarinoita menneestä, nykyisestä ja tulevasta. Kuluttamisen metaforat toimivat apukeinona merkityksellisten tekijöiden

tunnistamisessa niiden tarjotessa rikkaan ja monipuolisen tavan tarkastella niihin kytkeytyneitä merkityksiä.

Tutkimuksessa olennaista on nostaa esille tutkittavien ikä, sillä vanhemmiten kasvisruokavalioon siirtyminen saattaa johtua terveydellisistä syistä (Pribis ym. 2010), jolloin siihen saatetaan ajautua niin sanotusti pakon edessä. Akateeminen kiinnostus kasvissyöntiä kohtaan keskittyykin yleisellä tasolla yksilöihin, jotka ovat läpikäyneet itsereflektoivan prosessin muuttua syömistottumuksiaan valtavirrasta pysyvästi (Twigg 1983).

Myös kulttuuri on vaikuttava tekijä kasvissyöjäksi siirtymisessä, ja länsimaisessa kulttuurissa lihansyönti on yleinen ilmiö tarkoittaen sitä, että lihansyönnin lopettaminen on ollut suurimmalla osalla ihmisistä tietoinen ja vapaaehtoisesti tehty valinta (Beardsworth & Keil 1991). Tämän tutkimuksen kohteena ovatkin ne henkilöt, jotka ovat kyseisen päätöksen itse vapaaehtoisesti päättäneet tehdä, ja kuten Spencer (1993) toteaa, tutkimus kasvissyöntiin liittyen tulisi keskittyä yksilöihin, jotka vapaaehtoisesti päättävät vaihtaa ruokatottumuksiaan eivätkä joudu sitä tekemään pakon edessä.

Epäselvyyden välttämiseksi tässä tutkimuksessa vegetaristilla viitataan lihattomaan tai melkein lihattomaan ruokavalioon, kuitenkin muita eläinperäisiä tuotteita käyttävään henkilöön, ja vegaanilla tarkoitetaan täysin kasvispainotteista ruokaa syövää henkilöä. Kasvisruokavalioon siirtymisellä puolestaan viitataan yksilötasolla koettua merkittävää muutosta lihapitoisesta ruokavaliosta kasvisperäiseen ruokavalioon. Kategorisointia tiettyihin ryhmiin pyritään liaksi välttämään tavoitteena huomioida yksilöiden subjektiiviset kokemukset siitä, miten he loppujen lopuksi haluavat tulla luokitelluksi.

Tutkimukseen on valittu narratiivinen lähestymistapa, sillä sen avulla pystytään löytämään uusia tapoja ymmärtää ja nostaa esille ihmisten aitoja kokemuksia tutkittavien kertomien tarinoiden kautta (Clandinin 2000; Greswell 2005). Narratiivisia menetelmiä hyödyntämällä on mahdollista saada syvempää ymmärrystä kuluttajien identiteetistä, joka on täynnä rikkaita yksilöllisiä tarinoita. Narratiivinen tutkimus mahdollistaa identiteetin tutkimisen laaja-alaisesti ilman, että tutkittavaa aihetta lokeroitaisiin valmiiksi tiettyjen raamien sisälle. Tutkimuksen tarkoituksena ei ole etsiä vastauksia

tiettyihin yksittäisiin kysymyksiin, vaan pikemminkin asettaa tutkimukselle yleisluontoinen tutkimustehtävä ongelmanasetteluiden ollessa joustavia.

## 2 IDENTITEETTI KASVISRUOKAVALIOON SIIRTYMISESSÄ

### 2.1 Identiteetin monet ulottuvuudet

Identiteettiä on tutkittu sosiaalitieteissä hyvin laajasti, mutta sille ei ole muodostunut mitään yhtenäistä teoriaa. Tämä johtuu pitkälti siitä, että identiteetti on moninainen ja hankalasti ymmärrettävä rakennelma, jolloin sitä pystytään lähinnä vain tulkitsemaan eri näkökulmista usealla eri tavalla. Identiteettitutkimuksen ytimessä on samanlaisuuden ja erilaisuuden tunnistaminen. Tällä viitataan identiteetin säilymiseen samana ajan saatossa, mutta myös erottautuminen muista toimii identiteettiä rakentavana osana (Côté 2006). Identiteettitutkimuksessa pyritäänkin löytämään vastauksia kokonaisvaltaisiin kysymyksiin ihmisyydestä, kuten kuka jokin on tai keitä olemme. Identiteettiä ei voi kuitenkaan nähdä pelkistetysti yhdeksi olemassa olevaksi asiaksi, vaan on ymmärrettävä sen moninainen luonne, jolloin on ymmärrettävä sen monet eri ulottuvuudet.

Sedikides & Brewer (2001) erottelevat yksilöllisen identiteetin, relationaalisen identiteetin, sekä kollektiivisen identiteetin käsitteet. Yksilöllinen identiteetti kuvastaa henkilön ainutlaatuisuutta (Sedikides ym. 2011), jolloin keskiöön nousevat yksilön ominaisuudet, kuten kokemukset, kiinnostukset, käyttäytyminen ja tavoitteet. Nämä ovat kyvykkyyksiä, jotka vaihtelevat yksilöiden kesken ja toimivat erottavina tekijöinä yksilön ja muiden välillä (Sedikides ym. 2011). Yksilötasolla ihmisiä erottavat heidän eri ominaisuudet, ja identiteetti määrittyy näiden ominaisuuksien kautta. Sedikides ym. (2011) jatkavat, että relationaalinen identiteetti koostuu puolestaan yksilön ihmistenvälisistä suhteista, jolloin yksilölle läheiset ihmiset määrittävät yksilön suhdetta heihin. Läheisten ihmisten vaikutuksella yksilön identiteettiin voi taten olla suurikin merkitys yksilön identiteettiin. Kollektiivinen identiteetti puolestaan korostaa henkilön ominaisuuksia, joita jaetaan tietyn ryhmän sisällä, ja jotka erottavat ryhmän muista ryhmistä (Sedikides ym. 2011). Tämä liittyy vahvasti kategorisointiin, jossa samalla tavalla itsensä kanssa identifioituneet kokevat olevansa yhteenkuuluvampia verrattuna ryhmiin, joilla ajatusmaailma on kyseisestä ryhmästä poikkeava.

Vallitsevan näkemyksen mukaan ihmisellä voi olla lukuisia identiteettejä kaikilla aikaisemmin mainituilla tasoilla. Yksilöön on voinut vaikuttaa esimerkiksi tietyt kokemukset, ja samanaikaisesti peilataan itseä kumppaniin ja tiettyyn ryhmään, jossa ollaan aktiivisesti läsnä. Psykologinen kehitys ilmenee monitasoisena eri konteksteissa, ja jokainen taso vaikuttaa toiseen (Rosenfeld & Burrow 2017). Sosiaalisten tekijöiden vaikuttaessa huomattavasti identiteetin kehitykseen (Erikson 1968) kasvisruokavalion aloittaneella identiteettiin vaikuttavia tekijöitä voi olla useita, kuten normit, media, ravintolat, perhe ja ystäväpiiri, ja nämä kaikki voivat muokata kasvisruokavalioon siirtyneen identiteettiä (Rosenfeld & Burrow 2017). Identiteetin voidaan siis nähdä rakentuvan lukuisten tekijöiden kautta, jolloin esille nousee varsinkin identiteetin sosiaaliset ominaisuudet; yksilö rakentaa identiteettiään muiden ihmisten kautta.

### **2.1.1 Sosiaalisen identiteetin teoria**

Henri Taifel ja John Turner (1979) ovat sosiaalisen identiteetin teorian sekä itsekategorisointiteorian yksiä suurimpia myötävaikuttajia. Sosiaalinen identiteetin teoria kehitettiin 1970-luvulla, jotta pystyttäisiin paremmin ymmärtämään ryhmien välisiä suhteita (Rees ym. 2015) erityisen mielenkiinnon kohteen ollessa sosiaalisissa konflikteissa. He kuvailevat sosiaalisen identiteetin rakentumista perustuen siihen, mihin ryhmiin yksilöt kokevat kuuluvansa. Ihmisillä on taipumus laittaa toisiaan erilaisiin sosiaalisiin ryhmiin sosiaalisen kategorisoinnin kautta (Taifel & Turner 1979), jolloin muodostuu ryhmiä, joista toisiin samaistutaan ja toisista erottaudutaan.

Kasvissyöntein liittyen kahtiajako ei ole niin selvä, sillä sosiaalista kategorisointia ei voi jakaa lihansyöjiin ja vegaaneihin, vaan ihmiset sijoittuvat joko molempiin ääripäihin tai johonkin siltä väliltä. Ihmisillä on kuitenkin luontainen taipumus kategorisointiin, jolloin toisista muodostetaan tietynlainen ennakkokäsitys siitä, millaisina heidän oletetaan olevan (Taifel & Turner 1979). Muun muassa kasvisruokavalioon siirtynyt harvoin lihaa syövä saattaa kokea sisäistä ja ulkoista painetta kategorisointiin liittyen, jolloin on vaikea tunnistaa sitä, mihin ryhmään aidosti haluaa tai kokee kuuluvansa. Taifel ja Turner (1979) jatkavat, että kategorisoinnin jälkeen tapahtuu identifioimisen vaihe, jossa yksilöt pyrkivät käyttäytymään ryhmään sille kuuluvilla ominaisilla tavoilla. Itsensä kasvissyöjäksi identifioiva saattaaakin kohdata painetta sitoutua kasvisruokavalioon radikaalimmin kuin ehkä haluaisi, jotta identifioimista ryhmään kuuluvaksi tapahtuisi.

Viimeisenä vaiheena Taifel ja Turner (1979) mainitsevat ryhmien välisen vertailemisen, jossa ryhmät etsivät eroja toisiin ryhmiin pyrkien korostamaan omaa itsetuntoaan ja näkemystensä paremmuutta toisiin ryhmiin verraten.

Sosiaalipsykologiassa identiteetti perustuu vahvasti siihen, miten henkilö peilaa itseään sosiaaliseen ympäristöönsä. Kuten aikaisemmassa kappaleessa tuli esille, sosiaalisen identiteetin teorian sekä identiteettiteorian mukaan yksilö voi kategorisoida, ryhmittää tai nimetä itsensä muihin sosiaalisiin ryhmiin tai luokkiin (Stets & Burke 2000). Tätä kutsutaan itsekategorisoinniksi sosiaalisen identiteetin teoriassa (Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell 1987) ja identiteettiteoriassa identifioinniksi (McCall & Simmons 1978). Itsekategorisoiminen (identifioiminen) voi muodostaa yksilön elämässä tärkeän osan yksilön yksilöllistä sosiaalista identiteettiä (Hogg & Terry 2000). Sosiaalinen identiteetti viittaa yksilön tietoiseen oletukseen siitä, että hän kuuluu johonkin tiettyyn sosiaaliseen ryhmään (Abrams & Hogg 1988), ja sosiaalisella ryhmällä tarkoitetaan joukkoa ihmisiä, joilla on yhteisiä sosiaalisia tunnuspiirteitä tai jotka kokevat kuuluvansa tiettyyn sosiaaliseen kategoriaan (Stets & Burke 2000). Kaiken tämän lisäksi myös kulttuuri määrittää yksilön identiteetin rakentumista, jolloin identiteetti onkin kulttuurillisesti määräytyvä kulttuurin määrittäessä yhteiset tavat toimia ja ajatella tietyssä kontekstissa (Kastarinen 2017).

Identiteettikeskustelussa on kuitenkin myös näkökulmia identiteetin tarkastelussa yksilötasolla. Vaikka onkin yleisesti hyväksytty, että ihminen yksilönä rakentaa omaa identiteettiään omien ajatustensa ja kokemustensa kautta (Côté 2006), identiteetin voi kuitenkin nähdä konstruoituvan jatkuvasti sosiaalisessa kanssakäymisessä. Kun yksilöllinen identiteetti kuvastaa ihmisten eroja muihin, niin sosiaalinen identiteetti puolestaan korostaa samankaltaisuuksia muihin ihmisiin. Côté (2006) toteaa, että vaikka identiteettiin liittyy vahvasti yksilölliset piirteet, kuten kokemukset, muistot ja ajatukset, niin ovat ne kuitenkin rakentuneet ja tulleet tosiksi sosiaalisen vuorovaikutuksen myötä.

Kasvisruokavalion noudattaminen on erottuva sosiaalinen kategoria nykymaailmassa valtaväestön syödessä lihatuotteita (Rosenfeld & Burrows 2017). Vegetaristeille itsekategorisointi voi muodostua olennaiseksi osaksi yksilön identiteettiä (Hogg & Terry 2000) perustuen pelkästään tietynlaisen ruokavalion noudattamiseen. Mielenkiintoinen tutkimuksissa esiin noussut havainto on myös se, että monet itsensä vegetaristeiksi

luokittelevat saattavat syödä lihaa satunnaisesti (Ruby 2012), kun taas osa ei itseään vegetaristiksi luokittele, vaikka pitäytyisivät tiukasti vegetaristisen ruokavalion noudattamisessa. Tämä herättää kysymyksen siitä, millä tavoin eri ihmiset luokittelevat itsensä eri ryhmiin ja millä perustein. Vaikka itsekategorisointi voi johtaa sosiaalisen identiteetin muutokseen (Ashforth & Mael 1989), ei kategorisointi itsessään ole edellytys identiteetin kehittymiselle (Rosenfeld & Burrow 2017). Tärkeää on siis myös ymmärtää sitä, miten ihmiset perustelevat itselleen syitä ruokavalion muutokselle ja mitä kasvisruokavalioon siirtyminen tarkoittaa yksilötasolla eri henkilöille. Loppujen lopuksi, ruokavalion valintaan liittyviä päätöksiä on tehtävä päivittäin, ja tämä voi olla hyvin näkyvä tapa osoittaa omaa identiteettiään ulkopuolisille (Rosenfeld & Burrow 2017), halusi sitä tai ei.

Kasvisruokavalioon siirtyvät joutuvat kohtaamaan valintoja ja haasteita sosiaaliseen kategorisointiin liittyen, sillä identiteetin ydinkysymys ”kuka olen?” voi muodostua kasvisruokavalioon siirtyvälle tärkeäksi identiteettiä kuvaavaksi kysymykseksi (Burrow & Rosenfeld 2017), jolloin pyritään löytämään vastauksia sille, miten yksilö haluaa kategorisoida itseään kasvisruokavalioon siirtyvänä yksilönä. Koska jaottelu ei ole niin selkeä, yksilö voi kohdata ristiriitaisia paineita eri ryhmien kuulumisen ja liittymisen välillä, ja tämä voi aiheuttaa haasteita yksilöille identiteetin kehittymisen näkökulmasta.

### **2.1.2 Monenlainen identiteetti**

Identiteettikeskusteluissa paljon esille noussut ilmiö on ollut siinä, onko ihmisellä olemassa yksi vai useampi identiteetti. Kuten aikaisemmin todettiin, vallalla ollut käsitys puhuu useamman identiteetin puolesta, mutta Erikson (1963) toteaa ihmisillä olevan yksi yhtenäinen identiteetti, egon identiteetti. Hänen mukaansa yksilöllä voi olla useita itseään edustavia piirteitä, mutta ne ovat vain identiteetin rakennuspalikoita eivätkä lukuisia identiteettejä. Kritiikkiä kyseistä väitettä vastaan on esitetty. Ihmiset muun muassa joutuvat toimimaan monessa kontekstissa, ja ihmisen identiteetti voi olla erilainen kaikissa näissä eri konteksteissa (Schachter 2005). Kontekstien muuttuessa myös identiteetit voivat muuttua, jolloin identiteetti on jatkuvasti altis muutoksille. Kasvisruokavalioon siirtynyt voi esimerkiksi tutustua ihmisiin, jotka ovat päättäneet tehdä samanlaisen päätöksen, jolloin valinta voi saada tukea ulkopuolelta, tai ympäristö voi olla omiaan estämään identiteetin kehittymisen yksilön haluamaan suuntaan.



Yleisesti hyväksytty käsitys identiteetistä on kuitenkin se, että yksilö voi kuvailla itseään usealla eri tavalla. Henkilö voi olla muun muassa samanaikaisesti opiskelija, kasvissyöjä, isä ja suomalainen. Huomio identiteetissä tulee keskittää tiettyyn kategoriaan ja tämän kategorian sisältämään identiteettiin, sillä yksilö voi kuvailla jokaista eri kategoriaa siihen ominaisella identiteetillä. Tässä tutkimuksessa keskitytään kasvisruokavalioon siirtyneiden miesten identiteettiin, jolloin tutkimuksen ulkopuolelle jätetään muu yksilön identiteetin tutkimus kokonaisvaltaisena kuvana huomion ollessa nimenomaan kasvissyönnin kontekstissa.

### 2.1.3 Muuttuva identiteetti

Identiteettikeskustelua on vallinnut myös keskustelu siitä, kuinka pysyvä tai muuttuva identiteetti on ajan saatossa. Vallitsevan näkemyksen mukaan identiteetti on jatkuvassa muutoksessa toisin kuin ajattelu egon identiteetistä olettaa sen ollessa varsin muuttumaton varhaisaikuisuuden jälkeen (Erikson 1963). Identiteetin voi kuitenkin nähdä rakentuvan perustuen yksilöiden tekemiin päivittäisiin valintoihin (Sartre 1957), jotka muokkaavat identiteettiä jatkuvasti ja hiljalleen tiettyyn suuntaan. Gergen & Gergen (1983) toteavat, että identiteetti on aina yhteydessä menneisyyteen, ja että se kehittyy riippuen tilanteista, paikasta ja ajasta. Waterman (1984) ehdottaa, että yksilön minuutta voi kuvailla metaforan kautta, jossa minuutta verrataan tutkimusmatkana itseensä kohti pysyvää ja tietoista minuutta, joka voidaan jossakin vaiheessa löytää. Cox & Lyddon (1997) puolestaan näkevät identiteetin rakentuvan yksilön tekemien tekojen kautta ja tiedostavat mahdollisuuden usean identiteetin olemassaololle pois sulkien näkemyksen yhdestä olemassa olevasta ydinidentiteetistä.

Yksilön ollessa jatkuvasti vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa voi identiteetin nähdä olevan altis jatkuville muutoksille. Jos ihmisellä nähdään olevan pysyvä identiteetti tiettyyn pisteeseen asti, sulkee tämä näkemys pois oletukset muiden ryhmien ja ympäröivien ihmisten vaikutuksesta identiteettiin koko elämän aikana. Kasvisruokavalioon siirtynyt voi esimerkiksi kohdata muutosvastarintaa ystäväpiirin ja perheen kesken, jolloin yhteenkuuluvaisuuden tunteen puutteen vuoksi yksilö voi kyseenalaistaa omia valintojaan (Rosenfeld ja Burrow 2017), ja tämä itsessään voi vaikuttaa kasvisruokavalioon siirtyneen identiteettiin sosiaalisen

yhteenkuuluvuudentunteen ollessa olennainen osa identiteetin kehittymisessä (Erikson 1968).

#### 2.1.4 Narratiivinen identiteetti

Narratiivisessa tutkimuksessa identiteetin nähdään olevan muuttuva ja moniulotteinen (Hänninen 2002), jolloin ihminen rakentaa identiteettiään ja omaa minuuttaan itse peilaten ympäröivään maailmaan. Narratiivinen ote identiteettitutkimuksessa nojaa myös vahvasti sosiaaliseen konstruktionismiin, jolloin identiteetti ei rakennu tyhjiössä ihmisten mielissä, vaan päivittäisessä vuorovaikutuksessa muiden kanssa (Kastarinen 2017). Sosiaalinen konstruktionismi ei oleta ihmisen identiteetin olevan yksiohaisesti annettu, vaan sitä rakennetaan jatkuvasti sosiaalisesti ja kulttuurillisesti, jolloin sen nähdään olevan jatkuvassa muutoksessa (Kastarinen 2017).

McAdams (1993) kuvailee identiteettien olevan kehittyvä ja sisäistetty elämän tarina, joka kehittyy yksilön tasapainotellessa menneisyyden, nykyisyyden sekä tulevaisuuden kanssa. Sosiaalinen konstruktionismi lähestyy identiteettiä vähemmän yksilöllisestä näkökulmasta. McAdams (1993) jatkaa toteamalla, että elämämme ovat tarinoiden muokkaamia, jolloin myös identiteettimme ovat narratiivisesti rakentuneita. Ihminen ei elä tyhjiössä, vaan sosiaalisen konstruktionismin mukaan jatkuva kanssakäyminen muiden kanssa muokkaa myös omia identiteettejämme tiettyyn suuntaan. Narratiiviset identiteetit eivät täten ole koskaan valmiita, vaan ne muuttuvat jatkuvasti (Phibbs 2008). Ihminen rakentaa identiteettinsä, joka muuttaa muotoaan jatkuvasti sen mukaan, kun ihminen on vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa (Heikkinen 2001). Heikkinen (2001) toteaa, että tiedon nähdään olevan niin sanottu ”kertomusten kudelma”, joka saa jatkuvasti uutta sisältöä kulttuurisesta tarinavarannosta tiedon maailman ollessa kuin kertomus, joka muuttaa muotoaan jatkuvasti kokemusten karttuessa ja ajatusten muuttuessa

Yhden olemassa olevan ”ydinidentiteetin” sijaan ihmiset siis rakentavat ja uudelleenrakentavat identiteettejään eri tilanteista riippuen (Bruner 1991; Polkinghorne 1988). Tämä vahvistaa narratiivisen tutkimuksen menetelmävalintaa, sillä identiteettiä muokataan ja se muokkaantuu jatkuvasti eri ihmisillä eri tavalla eri elämänvaiheissa, jolloin keskiöön nousevat narratiivit, ne tarinat, joita ja joiden avulla yksilöt kertovat

kokemastaan. Narratiivien avulla yksilö kuvailee identiteettiään pohtimalla sitä, että kuka hän on, kuka hän on ollut, keneksi hän on tulossa, sekä kuka hän ei enää ole (Kleine ym. 1995). Identiteetin tutkiminen narratiivisia menetelmiä käyttäen on perusteltua identiteettitutkimuksen ollessa moninaista ja monitulkintaista, jolloin tutkittaville annetaan mahdollisuus kertoa aidoista kokemuksistaan tutkijan pyrkien välttämään identiteetin ”lokeroimista” tiettyjen kehysten sisälle huomioiden sen, että identiteetti on jatkuvasti muuttuva.

Narratiivinen identiteetti kuluttamisen kontekstissa liittyy merkityksiin, joiden kautta yksilöt rakentavat omaa elämäntarinaansa ja viestivät siitä muille, jolloin narratiivinen identiteetti voi muuttua ajan myötä (Frie 2011). Kuluttajille voi olla tärkeää esimerkiksi luomutuotteiden kuluttaminen, jonka kautta oma identiteetti rakentuu, ja sitä voidaan tuoda näkyväksi tarinoiden kautta tavoitteena näyttää muille olevansa vastuullinen kuluttaja. Tarinat ovat tärkeä osa narratiivista identiteettiä, sillä tarinoiden kautta yksilöt tekevät selontekoa itselle ja muille, ja niihin on liitettyä heijastumia omasta minäkuvasta sekä identiteetistä, jolloin oma minäkäsitys on linkitettyä vahvasti itsekoettuihin merkityksellisiin tapahtumiin. Narratiivien eli tarinoiden avulla ihmiset neuvottelevat siitä, miten haluavat tulla tiedetyiksi, jolloin yksilön identiteetit rakentuvat narratiivien kautta (Hyvärinen 2006). Narratiiveilla annetaan myös selityksiä sille, miksi tietyissä tilanteissa toimitaan tietyllä tavalla, ja millaista on kokea maailmaa ja tapahtumia emotionaalisesti (Hyvärinen 2006).

Eriksson ja Kovalainen (2008) kuvailevat tarinan yleisellä tasolla tarkoittavan olevan ” tapahtumien ketju, johon sisältyy henkilöitä ja tilanteita”. Tarinat ovat kronologisia tai ei-kronologisia, ja meillä kaikilla on omia tarinoita kerrottavana eri konteksteissa, jolloin ihmisten kertomat tarinat voivat olla fiktiivisiä tai faktuaalisia. Narratiiveilla puolestaan tarkoitetaan tarinaa, joka on kerrottu tietyllä kertojan tai kertojien valitseamalla tyyllillä (Eriksson & Kovalainen 2008), jolloin tarinaan voi sisältyä näkökulmia eri ihmisten tulokulmista. Yleisesti ottaen narratiiveja ja tarinoita voidaan käyttää myös synonyymeinä (Riessman & Quinney 2005). Itse tarinat ja niiden tutkiminen ovat tärkeässä roolissa merkityksellisyyksien tunnistamisessa, sillä ihmisten kertomat tarinat linkittyvät usein ihmisten elämässä itselle merkittäväksi koettuihin tapahtumiin (Frie 2011).

## 2.2 Kuluttaminen osana identiteettiä

Kuluttaminen osana identiteettiä on ollut kiinnostuksen kohteena kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksessa pitkän aikaa. Shankar ym. (2009) toteavat ihmisten voimaannuttavan identiteettiään kuluttamisen kautta, ja Belk (1988) kirjoitti kuuluisan artikkelin ”*Possessions and the extended self*” laajennetusta minuudesta, jossa keskiöön nousee ihmisten identiteetin rakentuminen kuluttamisen ja kulutustuotteiden kautta. Ihmiset rakentavat identiteettiään kuluttamisen kautta, jolloin keskiöön tässä tutkimuksessa nousee ruoan kuluttaminen sosiaalisessa kontekstissa.

Sillä, mitä kulutamme päivittäin, voi olla vaikutusta oman identiteetin muodostumiseen (Holbrook 1992; Belk 1988; Kleine, Kleine & Kernan 1992). Kuluttamisella on tärkeä rooli identiteettien muodostumisen kanssa, sillä sen avulla pystytään rakentamaan ja ylläpitämään narratiiveja minuudesta eli siitä, miten haluaa välittää itseään ulkopuolisille kulutusvalintojen kautta (Somers 1994). Kuluttamisen voi nähdä sosiaalisena prosessina, sillä kuluttamisen kautta ihmiset liittävät merkityksiä kulutuksen kohteeseen liittyen (Jackson & Holbrook 1995, 1914). Jos kuluttaminen ja identiteetti erotettaisiin toisistaan täysin, niin ei olisi mitään väliä, mitä kulutettaisiin identiteetin näkökulmasta.

Identiteettiin liittyen keskustelua käydään paljon siitä, millainen ihminen on ottamatta kantaa siihen mitä ihminen omistaa tai kuluttaa. Kuluttamisen on kuitenkin nähty olevan tärkeä osa yksilön identiteetin muodostumisessa (Belk 1988), jolloin on tärkeää pystyä linkittämään identiteettikeskustelu kulutuskäyttäytymisen kenttään, jotta kyetään tunnistamaan, miten merkittävä rooli tietyn tyyppisellä kuluttamisella on yksilön identiteettiin, ja miten yksilöt tuovat itseään esille nimenomaan kuluttamisen kautta omaan identiteettiin peilaten.

### 2.2.1 Symbolinen kuluttaminen merkitysten esiintuojana

Symbolisen kuluttamisen voi nähdä viittaavan arvoihin, normeihin ja asenteisiin, jotka kuluttaja kokee identiteetin tasolla itselleen merkittäväksi. Kasvissyönnin kontekstissa kasvissyönnin symbolisen kuluttamisen puolta voi tuoda esille lukuisalla eri tavalla, muun muassa eettisen ja ympäristöllisen kuluttamisen kautta. Tällöin oman ruokavalion

kautta heijastetaan ulkopuolisille omia arvoja ja asenteita, joiden kautta omaa identiteettiä rakennetaan ja ilmaistaan ulkopuolisille (Wilska 2002).

Ruoan yhdessä kuluttaminen on myös symbolinen tapa jakaa ryhmäidentiteettiä (Belk 1988). Tämä nousee esille monessa tilanteessa, kuten perhejuhlat, illalliset ja tapahtumat, joissa kaikissa ruoka toimii yhdistävänä tekijänä ihmisten välillä (Farb & Armelagos 1980; Caplow ym. 1982). Kieltäytyessään valtaväestön ruokatottumuksista kasvissyönnin aloittaneet joutuvat tekemään valintoja sen kanssa, miten heidät nähdään ulkopuolisten silmin ja miten se vaikuttaa identiteetin kehitykseen kasvissyöjien ollessa selkeästi erottautuva ryhmä yleisiä ruokailunormeja noudattavien ihmisten keskuudessa (Fehr & Fischbacher 2004; Joy 2011). Muiden kasvisruokavaliota noudattavien henkilöiden puute tällaisissa tilanteissa voi estää sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunteen muodostumista, joka voi omilta osin vaikuttaa kasvisruokavaliota noudattavan identiteettiin (Rosenfeld & Burrow 2017).

Boorstin (1973) toteaa, että tärkeä keino edustaa ja kuvailla ryhmän jäsenyyttä tapahtuu jaettujen kulutussymbolien kautta. Kyseiset symbolit auttavat identifioimaan ryhmän identiteettiä. Symbolit voivat olla aineellisia, kuten uniformut, joiden avulla ryhmäidentiteettiä rakennetaan, mutta niiden ei välttämättä tarvitse olla yksilön itse omistamia fyysisiä tuotteita (Belk 1988). Belk (1988) jatkaa, että kulutussymboleita voivat olla muun muassa tietyt paikat, johtajat, julkisuuden henkilöt, keksinnöt ja instituutiot. Kuluttaja voikin omaksua näitä jaettuja kuluttamisen symboleita, jolloin kasvissyönnin päätyminen voi saada alkunsa ja valinta tukea nimenomaan esimerkiksi erilaisten henkilöiden, innovaatioiden tai kirjallisuuden myötä, jotka auttavat vahvistamaan kasvissyönnin aloittavan päätöstä siirtyä pois valtaväestön noudattamasta tavasta kuluttaa ruokaa. Belk (1988, 153) toteaa, että koska nämä symbolit voivat olla osa yksilön laajennettua minuutta, niin sitä kautta pystytään heijastamaan itselle tärkeitä asioita juuri näiden kyseisten symbolien kautta.

Symbolinen kuluttamisen kautta saadut kuluttajille tärkeät merkitykset liittyvät vahvasti identiteettitutkimuksen kenttään, sillä kuluttajat rakentavat identiteettiään kuluttamisen kautta, ja pyrkivät sitä kautta tuomaan omaa identiteettiään näkyväksi yhteiskunnassa ilmaisten omaa arvomaailmaansa ja itselleen merkityksellisesti kokemia asioita (Ilmonen 2007, 70). Tästä käytetään nimitystä merkitysten kuluttaminen, jolloin tuotetta ei kuluteta

pelkästään sen toiminnallisen arvon vuoksi, vaan keskiöön nousevat nimenomaan merkitykset, joita kuluttamisen kautta saadaan (Wallström, Steyn & Pitt 2010). Kasvisruoan kuluttaminen toiminnallisena kuluttamisena voi nähdä olevan ruoka, josta saadaan tarvittava määrä energiaa. Kuitenkin, kasvisruokaan ei siirrytä pelkästään välttämättä toiminnallisista syistä, vaan sen kautta saatetaan heijastaa omaa arvomaailmaa ja symboliikkaa, jolloin kuluttamisen kautta itseä tuodaan näkyväksi muille. Symbolinen kuluttaminen voikin olla monelle kasvissyöjälle tapa viestiä identiteettiään ulkopuolisille, ja sen avulla asemoida itseään nyky-yhteiskunnassa ilmaisten omia arvojaan ja mieltymyksiään, jolloin kuluttaminen toimintona voidaan nähdä merkitysten rakentajana (Ilmonen 2007).

### **2.2.2 Kuluttamisen metaforat**

Lakoffin ja Johnsonin (1980) mukaan metaforalla viitataan kielikuvaan, jossa sana tai lause viittaa johonkin muuhun kuin ilmeiseen ja tavanomaiseen merkitykseensä, ja ne ovat tärkeä osa jokapäiväistä ihmisten välistä kommunikaatiota ilmaisten sitä, miten havainnoimme, ajattelemme ja toimimme. Becker (1997) mainitsee metaforien tärkeyden tarinoissa, sillä ne ovat välttämätön tapa vahvistaa ja laajentaa ideoita ja ajatuksia itsestä, suhteista, ja ympäröivän maailman ymmärtämisestä. Hän jatkaa, että narratiivisen identiteetin rakentumisessa metaforat pelaavat tärkeää roolia toimien resurssina identiteetin uudelleen rakentumisessa sekä kulttuurisena resurssina muokaten ja muodostaen yksilöiden elämän tarinoita. Lakoff ja Johnson (1980) toteavat, että metaforia käyttävät kaikki ilman tietoisista havainnointia, ja niitä käytetään, jotta erilaiset konseptit ja kokemukset saadaan puettua ymmärrettävään muotoon, jolloin metaforien voi nähdä olevan välttämätön ja irrottamaton osa ihmisen ajattelua ja järkeilyä.

Markkinoinnissa metaforia on hyödynnetty laajasti kommunikoinnin tehostamisen keinona kuluttajille, jotka ovat liittyneet vahvasti tuotteisiin, brändeihin ja uusiin innovaatioihin (Bremer & Lee 1997), ja niiden avulla kyetään saavuttamaan markkinointiin liittyviä tavoitteita, kuten vaikuttamaan kuluttajien asenteisiin ja preferensseihin, sekä ymmärtämään kuluttajia paremmin ja syvällisemmin (Bremer & Lee 1997). Kuluttamisen metaforia on puolestaan tutkinut Holt (1995) artikkelissaan *'How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices'*, jossa keskiöön nostetaan nimenomaan metaforien tärkeys linkittyen vahvasti kulutuskohteisiin. Ymmärtääkseen paremmin kuluttajia nimenomaan ruoan kontekstissa metaforien kautta

on mielekästä, sillä päätös tehdä itselleen suuri muutos kulutustottumuksissa vaatii markkinoijalta kuluttajan syvällistä ymmärrystä aiheeseen liittyen.

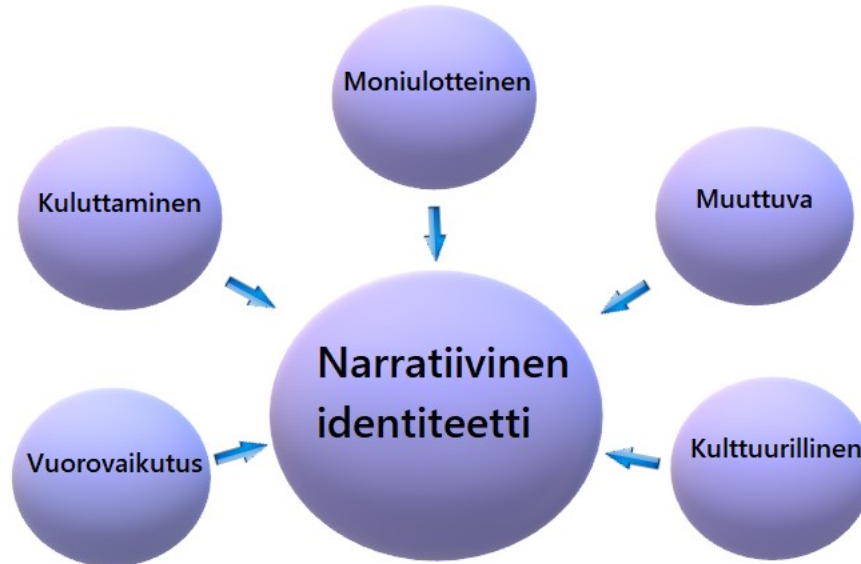
Holtin (1995) mukaan kuluttamista määrittää kuluttamisen kohteena oleva objekti, jota kulutetaan eri tavalla kuluttajasta ja kontekstista riippuen. Kasvisruokaan siirtyville kuluttamisen moninaisuuden voi tunnistaa siinä, että ruokaa harvoin kulutetaan pelkästään sen tuottamien fyysisten tarpeiden täyttämisen vuoksi, vaan sen voi nähdä tarjoavan myös erinäisiä assosiativisia merkityksiä (Kittler & Sucher 2008). Tutkimuksissa on myös havaittu, että tietynlaisen ruoan kuluttamisesta voi tulla määrittelevä osa yksilön minuutta (Andrews & Drennan 2007; Vartanian ym. 2007).

Kuluttajien voikin nähdä olevan motivoituneita tulemaan haluamakseen henkilöksi kuluttamalla ruokaa, joka kuvastaa omaa ideaa itsestään sekä ajatusta omasta identiteetistään (Bocock 1993; Kacen 2000), jolloin kasvisruokavalioon siirtyville ruoan kuluttamisen merkitys itsessään on mielenkiinnon kohteena. Kuluttamisen metaforien avulla pystytään paremmin ymmärtämään näitä merkityksiä, jotka ovat kenties syvälläkin kuluttajien mielissä herättäen nämä merkitykset eloon.

Holt (1995) tarkastelee alkuperäisessä artikkelissaan baseball-pelin kuluttamista ja tunnistaa metaforien kautta kyseisen kulutuskokemuksen moninaisuutta. Vaikka Holt (1995, 2) mainitseekin, että hänen viitekehyksensä avulla on mahdollista tutkia kuluttamisen metaforia laajemmässäkin mittakaavassa, niin tässä pro gradu -tutkielmassa ei ole tavoitteiden mukaista raamittaa aineistoista esiin nousevia kuluttamisen metaforia jonkin tietyn ennalta määrätyn mallin sisälle, vaan pääpaino tutkimuksessa on nimenomaan aineistossa, ja sen halutaan antaa puhua mahdollisimman avoimesti. Tämän johdosta kyseisen aineiston kuluttamisen metaforat eivät välttämättä sovi malliin, jossa kulutuksen kohteena on tutkittu jotakin abstraktia, kuten Holtin tapauksessa baseball-peliä. Tämän tutkimuksen tarkoituksena onkin tunnistaa ja analysoida kuluttamisen metaforia kasvisruokavalioon siirtymisen kontekstissa ja havaita, millaisia kuluttamisen metaforia kasvissyönnin kontekstissa ilmenee pääpainon ollessa nimenomaan aineistossa.

### **2.3 Tutkimuksen identiteettinäkökulma**

Tutkimuksen identiteettinäkökulma perustuu oletukseen siitä, että yksilön identiteetti rakentuu jatkuvassa vuorovaikutuksessa muiden kanssa, on moniulotteinen sekä muuttuva, sekä kulttuurista riippuvainen. Myös kuluttaminen osana identiteetin muodostumista nostetaan erikseen esille, sillä yksilöt rakentavat omaa identiteettiään kuluttamisen kautta. Tutkimuksen identiteettinäkökulma on esitetty kuviossa 2.



Kuvio 2. Tutkimuksen identiteettinäkökulma

Kuvion keskiössä on narratiivinen identiteetti, joka rakentuu ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa toistensa kanssa jaettujen merkitysten kautta. Identiteetti ei esiinny tyhjiössä, vaan se muodostuu vähitellen sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muiden kanssa ihmisten kertoen ja kuunnellen tarinoita (Hall 2002) sekä omaksuen uusia tapoja ajatella. Kuluttamisella yksilöt puolestaan ilmaisevat ulkopuolisille omaa identiteettiään tuoden esille merkityksellisyyttä kulutusvalintojen avulla. Identiteetti nähdään myös moniulotteisena, jolloin hylätään ajatus yhdestä muuttumattomasta identiteetistä ja tunnustetaan sen moninainen luonne. Tärkeässä roolissa on myös identiteetin alttius muutokselle sekä kulttuuri, jolloin identiteetti nähdään muuttuvana yksilön kokiessa ja ajatellessa asioista eri tavalla vanhaan minään peilaten. Kulttuuri puolestaan määrittää vahvasti identiteetin muodostumista, sillä kulttuurista riippuen yksilö omaksuu tietyille kulttuurille ominaiset tavat toimia ja rakentaa identiteettiään sitä kautta.



## 3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 3.1 Tieteenfilosofiset valinnat

Tutkimuksen taustalla on aina tieteenfilosofiset valinnat, jotka määrittävät tutkimuksen metodologisia valintoja sekä tapaa tuottaa tietoa (Eriksson & Kovalainen 2008). Puhutaan niin sanotusti tutkimuksen paradigmaattisista valinnoista. Ontologialla viitataan totuuden luonteeseen eli niihin oletuksiin mitä on olemassa, ja epistemologia puolestaan määrittää tutkijan ja todellisuuden suhteen (Carson ym. 2001) ja sen, kuinka tietoa voidaan tuottaa (Eriksson & Kovalainen 2008). Metodologialla tarkoitetaan valittua tutkimusmenetelmää eli niitä työkaluja, joiden avulla tutkimusaineistoa kerätään ja analysoidaan, eli miten tutkittavaa aihetta voi tutkia (Eriksson & Kovalainen 2008). Tutkimuksen paradigman voi nähdä puolestaan olevan koko tutkimuksen viitekehys (Eriksson & Kovalainen 2008), joka sisältää tietynlaisia uskomuksia, oletuksia sekä tapoja ajatella ohjaten tutkijaa koko tutkimuksen ajan (Guba & Lincoln 1994).

Tutkimuksen paradigmaksi valikoitui interpretivistinen paradigma, jolla tarkoitetaan niin sanottua tulkinnallisuuden paradigmaa. Ontologisesta näkökulmasta interpretivismi olettaa, että on olemassa useita todellisuuksia yhden sijasta, ja että nämä todellisuudet voivat vaihdella ajasta ja paikasta riippuen (Neill 2006) ollen moninaisia ja relativistisia (Hudson & Ozanne 1988). Tämä nojaa vahvasti sosiaaliseen konstruktionismiin, jonka mukaan tieto ja todellisuus rakentuu kielellisessä sosiaalisessa vuorovaikutuksessa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006a). Interpretivismissä huomio kiinnittyy subjektiivisiin ja jaettuihin merkityksiin, jolloin tarkoituksena on ymmärtää ilmiötä nimenomaan tutkittavien näkökulmasta ja tutustua haastateltavien luomiin merkityksiin ja tapoihin rakentaa todellisuuttaan (Hopkinson & Hogg 2006). Interpretivistinen ajattelu pyrkii tuottamaan tarinoita ja uusia näkökulmia, joista voidaan muodostaa selitysmalleja, jotka ovat kontekstisidonnaisia (Hudson & Ozanne 1988). Hudson & Ozanne (1988) toteavat myös, että näistä voidaan puolestaan vetää mahdollisia liiketoiminnallisia päätelmiä.

Sosiaalinen konstruktionismi nostaa kielen keskiöön sosiaalisissa kanssakäymisissä, sillä kielen avulla luodaan määritelmiä ja kuvaillaan tapahtumia, joilla on ollut merkitystä yksilön elämässä (Kastarinen 2017). Interpretivistinen tutkimus olettaakin, että tutkija ja

haastateltava muodostavat yhdessä vuorovaikutuksen tilan, jossa molemmat osapuolet ovat aktiivisia tiedontuottajia samalla pyrkien ymmärtämään käyttäytymistä huomion ollessa motiiveissa, merkityksissä ja subjektiivisissa kokemuksissa (Hudson & Ozanne 1988). Tärkeään rooliin nousee myös tutkijan esiymmärrys tutkittavasta aiheesta, sillä tässä tutkimuksessa haastateltavien omia kokemuksia ja tarinoita heijastellaan tutkijan vastaaviin kokemuksiin tutkijan toimien tiedon yhteisluojana tutkittavien kanssa (Carson ym. 2001). Tutkijan asenteet, kokemukset ja mielenkiinto tutkittavaa aihetta kohtaan ovat tärkeitä elementtejä aineiston keruun ja analysoinnin kannalta (Gummesson 2000). Gummesson (2000) kuvailee tutkijan esiymmärrystä aihetta kohtaan kaksiteräisenä miekkana, jolloin tutkijalla on riski vaikuttaa aineiston luotettavuuteen nojautuen liian vahvasti omiin näkemyksiinsä ja ajatuksiinsa, mutta toteaa sen kuitenkin olevan välttämätöntä tutkimuksen toteutuksen syvällisen tiedon hankinnan kannalta. Interpretivismista on esitetty tiivistys taulukossa 1.

Taulukko 1. Tiivistys interpretivismista (Pizam & Mansfeld 2009, muokattu)

Oletukset	Interpretivismi
Todellisuuden luonne	Sosiaalisesti rakentuva, monia
Tutkimuksen tavoite	Ymmärrys, heikko ennuste
Tiedon tuottaminen	Relativistiset merkitykset
Haastateltava/haastattelija suhde	Interaktiivinen, yhdessä toimiva
Mielenkiinto	Yksilöllinen ja ainutlaatuinen
Toivottu tieto	Mitä jotkut ihmiset ajattelevat tai tekevät, minkälaisia ongelmia he kohtaavat, miten he työstävät näitä ongelmia

Kyseisen tutkimuksen epistemologisen näkökulman mukaan tieto on sosiaalisesti rakentuvaa eikä objektiivisesti määräytyvää (Carson ym. 2001) eli puhutaan relativistisesta epistemologiasta, tarkemmin määriteltynä maltillisesta konstruktionismista. Maltillinen konstruktionismi hylkää ajatuksen yhdestä universaalista totuudesta, mutta hyväksyy mahdollisuuden paikallisista, henkilökohtaisista ja yhteisöjen välisistä totuuksista (Kvale 1995; Schwandt 2000;

Nightingale & Cromby 2002; Longino 2002). Ontologisesta näkökulmasta tärkeää ei ole todellisuuden olemassaolon selvittäminen, vaan pikemminkin pyrkimys löytää totuuksia, jotka ovat olemassa yhteisöjen välillä tietyissä sosiaalisissa konteksteissa (Järvensivu & Törnroos 2010; Nightingale & Cromby 2002).

Tutkimuksessa on tärkeää huomioida myös sen epistemologiset peruslähtökohdat. Yleisimmin puhutaan deduktiosta ja induktiosta. Deduktio viittaa päättelyyn järkeilyn perusteella, jossa teoria on ensimmäinen tiedon lähtökohta (Eriksson & Kovalainen 2008), kun taas induktio puolestaan päättelyyn havaintojen perusteella, jolloin tutkimus lähtee liikkeelle teoriasta ja tutkijan valitsemista hypoteeseista huipentuen empiiriseen analyysiin (Eriksson & Kovalainen 2008). Induktiivinen tutkimus on aineistolähtöistä, jossa empiirisen havainnoinnin kautta muodostetaan teorioita (Eriksson & Kovalainen 2008). Tämän tyyppiset lähtökohdat ovat kuitenkin harvinaisia ja hankalia toteuttaa, sillä täysin teorialähtöistä tai aineistolähtöistä tutkimusta esiintyy harvoin (Eriksson & Kovalainen 2008). Abduktiolla tarkoitetaan teorian ja empiiristen havainnoinnin yhteensovittamista sen hyväksyessä olemassa olevan teorian hyödyntämisen tutkimuksessa, mutta myös aineistolähtöisesti tapahtuvan datan keräämisen (Järvensivu & Törnroos 2010). Tässä tutkimuksessa edetään aineistolähtöisesti, jolloin tutkimusprosessi on pääpainoltaan induktiivinen.

### **3.2 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä**

Tutkimus suoritetaan laadullisia menetelmiä käyttäen. Laadulliselle tutkimukselle ominaista on ihmisten ja elämismailman tutkiminen (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006b), jonka keskiössä ovat ihmisten kokemat merkitykset (Varto 1992). Tutkimukseen valittiin laadulliset menetelmät juuri tämän takia, sillä tarkoituksena on päästä pintaa syvemmälle ja ymmärtää tutkittavaa ilmiötä nimenomaan tutkittavien näkökulmasta. Laadullista tutkimusta ei kuitenkaan pidä sekoittaa paremmaksi vaihtoehdoksi määrälliseen tutkimukseen nähden, vaan tärkeää on ymmärtää se, millä menetelmällä tutkija saa parhaiten tietoa, joka vastaa tutkimuksen tavoitteita. Tässä tutkimuksessa keskiössä ovat tutkittavien kertomat tarinat ja merkitykset, jolloin laadullisten menetelmien valinta on perusteltua.

Tutkimuksen laadulliseksi menetelmäksi valikoitui narratiivinen lähestymistapa. Polkinghorne (1995, 7) kuvailee narratiivista lähestymistapaa yleisesti käytetyksi keinoksi tavoitteena ymmärtää ihmisten yksilöllisiä kokemuksia heidän elämästään. Kertomusten tutkimisen voi nähdä olevan mielekästä siksi, että se nähdään ihmisille luontaisena tapana kertoa ja kuvailla itseään. Ihmisen toimintaa ymmärtääkseen asioista kerrotaan tarinoiden kautta, ja sen voikin nähdä olevan hyvin keskeinen osa ihmisen toiminnan ymmärtämiseksi tekemisessä ja itsensä ilmaisemisessa (Heikkinen 2000, 47-48).

Narratiivinen tutkimus tähtää ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä haastateltavien näkökulmasta huomion keskittyessä merkityksiin, joiden kautta todellisuutta rakennetaan (Hopkinson & Hogg 2006, 158). Narratiivisen tutkimuksen voi nähdä rakentuvan myös tarinoiden keräämisestä ja niistä muodostettuina teorioina (Hopkinson & Hogg 2006, 156), jolloin narratiiviselle tutkimukselle onkin olennaista keskittyminen tuotettuun aineistoon ja niistä tehtyihin päätelmiin.

Omakohmainen muutos ruokailutottumuksissa herätti tutkijana kiinnostuksen tutkittavaa aihetta kohtaan laajemmin. Aihetta on relevanttia tutkia, sillä omakohtaiset kokemukset muutoksesta kasvissyöntiin aiheuttivat koettuja ristiriitoja niin sisäisesti kuin ulkoisestikin. Identiteettiteoriaan tutustuminen auttoi hahmottamaan koko identiteetin moninaisuutta, ja päätös kasvisruokavalioon siirtymisestä voi vaikuttaa identiteetin tasolla vahvastikin perustuen omiin koettuihin kokemuksiin ja luettuun kirjallisuuteen. Tästä seurasi seuraava kysymys: Kokevatko muut samalla tavalla, vai onko siirtyminen ollut itsessään helppo prosessi muille? Miten kulutustottumusten radikaali muutos heijastuu kuluttajien tekemiin päivittäisiin valintoihin? Muun muassa nämä kysymykset ohjasivat tutkijana mielenkiintoa tutkittavaa aihetta kohtaan.

Tutkimusta kasvisruokavalioon siirtymisestä on tehty niin kvantitatiivisia kuin kvalitatiivisiakin. Muun muassa Ruby (2012) nostaa esille kasvissyöntiin liittyen tarvetta sukupuolien välisten erojen, motivaatiotekijöiden, vegaanien ja vegetaristien välisten erojen, asenteiden sekä maailmankatsomuksen syvällisempään tutkimiseen. Nämä kaikki ovat tärkeitä aiheita markkinoinnin näkökulmasta kasvisruokavalioon siirtymisen ollessa kasvussa. Tämä tutkimus tuo esille haastateltavien merkityksellisesti kokemat ja mainitsevat asiat, ja tutkijan omakohtaiset kokemukset ja kiinnostus aihetta kohtaan

ohjaa tutkimuksen suuntaa. Merkityksellisyyden tutkiminen laadullisia menetelmiä käyttäen antaa vastauksia nimenomaan niihin kysymyksiin, jotka haastateltava itse määrittelee tärkeäksi, ja tarinoiden kautta yksilöille annetaan mahdollisuus tuoda esille itselle henkilökohtaisesti tärkeitä merkityksiä sekä omaa identiteettiään (Hall 2002).

### 3.3 Aineiston luominen

Tutkimuksen aineisto luotiin narratiivisia menetelmiä käyttäen. Narratiivinen tutkimus keskittyy tutkittavien kertomiin tarinoihin, joiden on nähty olevan useiden narratiivisia tutkimusmenetelmiä käyttäneiden tutkijoiden mukaan ensisijainen kommunikoinnin muoto ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa (Eriksson ja Kovalainen 2008). Tarinoiden kautta ihmiset pyrkivät ymmärtämään ympäröivää maailmaa (Polkinghorne 1988), ja niiden avulla pystytään paremmin tulkita, ymmärtää ja jakaa tietoa yksilöiden ja ryhmien välillä. Narratiivista tutkimusta voikin kuvailla tarinoiden tutkimiseksi (Polkinghorne 2007), ja se tähtää ymmärtämään tutkittavaa aihetta tutkittavien näkökulmasta tavoitteena ymmärtää niitä merkityksiä, joilla tutkittavat rakentavat todellisuuttaan (Hopkinson & Hogg 2006). Narratiivisen tutkimuksen tarkoitus ei ole absoluuttisen totuuden tuottaminen, vaan pikemminkin tarjota subjektiivinen versio totuudesta, joka on kerrottu henkilön omasta näkökulmasta (Eriksson ja Kovalainen 2008).

Hänninen (2002) käyttää narratiivisuuden käsitteestä synonyymia tarinallisuus, sillä aineisto on yleisesti ottaen kertomuksellista tai tarinallista. Tarinat ovatkin narratiivisen analyysin ytimessä. Saaranen-Kauppinen & Puusniekka (2006c) toteavat, että tarinoiden avulla yksilöt asemoivat itseään muihin, puolustautuvat, sekä ottavat kantaa kritisoiden ja tehden asioita helpommin ymmärrettäväksi. Tarinoiden avulla ihmiset myös työستävät selviytymistä elämänmuutoksissa (Hänninen 2002). Tarinat voidaan jakaa ydintarinoihin, jotka antavat tiivistetyn kuvan tarinoiden juonesta (Hänninen 2002). Ydintarinoista voidaan puolestaan luoda suurempi perustarina, jonka avulla tarinoiden kokonaisuutta kuvaillaan.

Aineiston luomisessa hyödynnettiin tutkimusmenetelmänä narratiivista haastattelua. Narratiivinen haastattelu toteutettiin avoimena haastatteluna, jolloin haastattelua ei ohjannut tutkijan ennalta määrittämät kysymykset (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006d), vaan keskustelua luotiin kysyen haastateltavalta tarkentavia kysymyksiä

aiheeseen liittyen haastattelun edetessä tavoitteena saada haastateltava kuvailemaan kokemaansa tarinoiden kautta. Narratiivisessa tutkimuksessa avoin haastattelu auttaa haastateltavaa oman tarinansa yhteen kutomisessa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006d) antaen haastateltavalle mahdollisuuden kuvailla kokemaansa omin sanoin mahdollisimman laajasti ja itseohjautuen.

Haastateltavat kerättiin erikseen tiedustelemalla henkilöiltä, joiden tiedettiin siirtyneen kasvisruokavalioon ja sen ollessa heille merkityksellinen muutos ruokailutottumuksissa. Haastateltavien hankinnassa huomioitiin haastateltavien demografiset tekijät, jotta haastateltavista saisi mahdollisimman moninaisen kirjon. Esimerkiksi pelkästään yliopisto-opiskelijoiden haastattelemisen ei välttämättä ole tutkimuksen kannalta mielekäästä, sillä ympäristön ollessa samanlainen saattaa se vaikuttaa aineistoon vinoutuneesti. Tutkimusta varten toteutettiin yksi pilottihaastattelu sekä seitsemän varsinaista haastattelua, jotka esitellään tarkemmin taulukossa 2.

Taulukko 2. Haastateltavat

<b>Haastateltava</b>	<b>Haastattelun ajankohta</b>	<b>Haastattelun kesto</b>	<b>Ikä</b>	<b>Itsensä identifiointi</b>	<b>Haastattelun sijainti</b>
Olavi (Pilotti) (Työssäkäyvä)	16.12	50min	27	Ei määritelty	Ravintola
Sami Haastateltava 1 (Opiskelija)	23.1	1h 10min	33	Vegaani	Yliopisto
Jussi Haastateltava 2 (Työssäkäyvä)	24.1	1h 47min	33	Ei määritelty	Kahvila
Petteri Haastateltava 3 (Työssäkäyvä)	21.2	1h 07min	26	Ei määritelty	Haastateltavan koti
Simo Haastateltava 4 (Opiskelija)	13.3	1h 04min	25	Vegaani	Yliopisto

Niko Haastateltava 5 (Työssäkäyvä)	17.3	1h 04min	27	Ei määritelty	Haastateltavan koti
Tomi Haastateltava 6 (Työssäkäyvä)	18.3	59 min	27	Ei määritelty	Ravintola
Mikko Haastateltava 7 (Opiskelija)	20.3	1h 08min	27	Ei määritelty	Yliopisto

Haastatteluista osa tehtiin haastateltavien kotona ja osa yliopistolla, kahvilassa ja ravintolassa. Ympäristön valitsemisen kannalta tärkeää oli se, että haastateltava ei kokisi, että hänellä olisi kiire tehdä haastattelua haastattelijan kanssa. Haastattelun sijainnin valinnassa pidettiin huoli siitä, että häiriötekijöitä ei pääsisi muodostumaan ja haastateltaville kerrottiin, että haastattelu kestää todennäköisesti vähintään tunnin.

Haastateltavien anonymiteetin suojelemiseksi ja tarinallisuuden korostamiseksi haastateltaville annettiin tekaistut nimet. Narratiivisen tutkimuksen perustuessa yksilöiden kertomiin tarinoihin on mielekästä puhua haastateltavista nimellä toisin kuin numerolla tai kirjaimella. Tavoitteena on myös syvälinen ymmärrys ilmiöstä, jolloin anonymiteetin avulla haluttiin suojella haastateltavien kertomia mahdollisesti itselle arkoja aiheita ja niiden tuomista julkisuuteen, jolloin haastateltavat eivät salaisi tutkijalta arkoja kokemuksia peläten niiden ollessa kaikkien nähtävillä.

Haastattelun alussa haastateltavia pyydettiin palaamaan ajassa taaksepäin ja kuvailemaan tapahtumia ja tilanteita, jotka aikaansaivat siirtymisen kasvisruokavalioon. Tämän jälkeen haastateltavilta kysyttiin jatkokysymyksiä tavoitteena auttaa haastateltavia pukemaan oma tarinansa sanoiksi. Haastateltava valitsi suunnan, jota kohti haastattelu eteni, ja haastateltavilta pyydettiin jatkuvasti tarkentamaan mitä sanomallaan tarkoitti ja kuvailemaan asiaa eri tavoin. Haastattelijan tehtävänä olikin saada haastateltavat kuvailemaan sanomaansa ja kokemaansa mahdollisimman monipuolisesti, ja tarkentavien kysymysten tehtävänä oli saada haastateltavat esittämään asiat metaforia käyttäen niiden ollessa tapa tuoda omia kokemuksia ja ajatuksia näkyvämmäksi. Haastattelun lopuksi haastateltavilta kysyttiin tuliko haastateltavalle mieleen jotain, josta

ei vielä oltu puhuttu, jolloin pystyttiin vielä käymään haastattelun lopettava keskustelu haastateltavan tarkentaessa aihetta, josta halusi vielä keskustella enemmän.

### **3.4 Pilottihaastattelu**

Ennen varsinaisten haastattelujen tekemistä toteutettiin pilottihaastattelu, jonka tarkoituksena oli harjoitella avoimen haastattelun tekemistä tutkittavaan aiheeseen liittyen, sekä samalla tunnistaa niitä teemoja, joita haastateltava nosti esille identiteetin kehityksestä kasvisruokavalioon siirtymiseen liittyen. Pilottihaastattelun tarkoitus oli myös huomioida se, miten haastateltavan kertomat tarinat linkittyvät tutkimuksen teoriaan.

Pilottihaastattelun aikana nousi esiin keskustelua aiheesta sen ollessa haastateltavalle selkeästi tärkeä, ja aiheen pohtimiseen oli selvästi käytetty paljon aikaa. Haastateltavan kohdalla kasvisyöntiin siirtyminen ei ollut itsestäänselvyys, vaan se nähtiin kehityksen kohteena olevana asiana, jossa haastateltava jatkuvasti tutkaili suhdetta omaan minuuteensa. Pilottihaastattelun myötä esille nousi myös erilaisia kuluttamisen metaforia, joiden kautta siirtymää kasvispohjaiseen ruokavalioon perusteltiin ja tuotiin näkyvämmäksi. Haastateltavalta saatujen kommenttien perusteella varsinaisissa haastatteluissa käytettiin avoimempaa haastattelutapaa, jotta haastateltavien ääni saataisiin paremmin kuuluviin. Vaikka aiheeseen liittyvää keskustelua syntyikin, niin haastattelussa turvauduttiin liiaksi etukäteen tehtyihin kysymyksiin, jotka ohjasivat haastateltavaa tiettyyn suuntaan. Tämä ei kuitenkaan ole narratiivisen tutkimuksen tarkoitus, vaan tavoitteena on nimenomaan saada aikaan keskustelua teemoista, jotka haastateltava kokee itselleen merkitykselliseksi.

### **3.5 Aineiston analysointi**

Narratiivisuus voidaan jakaa kahteen aineiston käsittelytapaan (Heikkinen 2001), jotka ovat narratiivinen analyysi ja narratiivien analyysi (Polkinghornen 1995, 6-8). Polkinghornen (1995) mukaan narratiivien analyysillä tarkoitetaan sitä, että tutkija kerää ihmisten kertomia tarinoita ja käyttää tilanteeseen soveltuvia analysoinnin keinoja analysoidakseen juonia, tarinallisia rakenteita tai tarinoiden eri tyyppisiä, eli aineistoa pyritään luokittelemaan kategorioiden, metaforien tai tietynlaisten tapaustyyppien avulla



(Polkinhorne 1995, 5-6). Fokus on siis narratiiveissa ja siinä, miten tutkittavat ne esittävät (Eriksson & Kovalainen 2008). Narratiivisessa analyysissä puolestaan kertomuksia tuotetaan aineiston kertomuksista (Huuhka & Pöntinen, 2011). Tutkimuksessa hyödynnetään narratiivien analyysiä pyrkien tunnistamaan aineistosta esiin nousevia haastateltaville merkittäviä aiheeseen liittyviä teemoja, joista puolestaan tunnistetaan merkityksellisiä kuluttamiseen liittyviä metaforia. Tämän jälkeen hyödynnetään narratiivista analyysia, jossa kertomuksista rakennetaan kokonaisvaltainen kertomus kasvisruokavalioon siirtymisestä miesten kohdalla.

Aineiston analysoinnissa etsitään kertomuksen rakenneosia, ja tutkijan tehtävänä on kiinnittää huomiota juuri näihin tarinoiden rakenneosiin eli juoniin, jotka toistuvat tutkittavien kohdalla. Näistä rakenneosista pystyy puolestaan muodostamaan suuremman kertomuksen, jossa yhdistyy muiden kertomusten elementtejä (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006c). Narratiivisen aineiston vahvuutena voikin kuvailla olevan aineiston rikkaus, jonka tutkittava tuo esiin nimenomaan tarinoiden kautta. Aineiston perusteella havaittiinkin useita irrallisia tarinoita, joissa kaikissa oli havaittavissa tiettyjä yhtäläisyyksiä sekä eroja.

Aineiston teemojen erittelyn jälkeen metaforia analysoitiin tarkemmin metafora-analyysin avulla. Analyysivaiheessa tutkijan intuitio tunnistaa metaforia tavalla, jolla haastateltavat aidosti viestivät niistä, nousee tärkeään rooliin (Pitcher 2013). Tässä on kuitenkin aina riskinsä siitä, että tutkija ymmärtää esitetyt metaforat väärin, jolloin aineistonkeruuvaiheessa on tärkeää saada haastateltavat perustelemaan esittämänsä tarinat mahdollisimman monipuolisesti ja kattavasti väärinkäsitysten välttämiseksi. Metafora-analyysissä huomio tulee keskittää haastateltavien tapaan kuvata kertomaansa metaforien kautta, ja tunnistaa miten usein metaforat esiintyvät ja linkittyvät tiettyihin narratiivien analyysin avulla tunnistettuihin tarinatyyppeihin. Metafora-analyysi tapahtuu metaforien tunnistamisella, jonka jälkeen tutkija analysoi niiden merkityksen linkittyen haastateltavien kertomiin tarinoihin ja tapaan tuoda itseään esille.

Metaforien hyödyntäminen tarjoaa luovan tavan analysoida ja tehdä johtopäätöksiä aineistosta (Patton 1990). Oikein hyödynnettynä metaforat auttavat tuomaan haastateltavien kokemuksia näkyvämmäksi, mutta väärin käytettynä niillä voi olla harhaanjohtava vaikutus (Carpenter 2008). Tämän takia tutkijan on tärkeää ymmärtää,

miten metaforia on sopiva käyttää ja miten niiden avulla voi parhaiten tulkita aineistoa sitä analysoidessa. Metaforat toimivat vahvana strategiana kuvailla monimutkaisia todellisuuksia (Miles & Huberman 1994), valottavat näkökulmia, jotka muuten helposti jäisivät huomaamatta (Lakoff & Johnson 1980), sekä lisäävät merkityksellisyyden syvyyttä aineiston ymmärtämisessä (Kangas, Warren & Byrne 1998). Tutkijan tehtävänä onkin kyetä ymmärtämään, mitä haastateltavat metaforien avulla aidosti haluavat viestiä.

Narratiivisen aineiston analyysi edellyttää tutkijalta aina tulkintaa. Tämä perustuu siihen, että tutkija tekee haastateltavien kertomuksista omia selityksiä ja merkityksenantoja. Tutkimuksessa tulkinnan välineenä hyödynnettiin haastattelevien kertomia itselleen merkittäviä kasvisruokavalioon siirtymisessä ilmaistuja metaforia. Metaforien avulla kertomuksesta voi saada elävämpää ja se on omiaan syventämään ymmärrystä haastateltavien omiin kokemuksiin perustuvista tarinoista (Kulmala 2003, 320). Tutkimuksessa metaforien avulla voidaan ymmärtää sitä, miten ja millä tavalla haastateltavat haluavat tulla ilmaistuksi, ja miten haastateltavat tuovat esille kokemuksiaan ja ajatuksiaan tutkittavaan aiheeseen liittyen. Tiivistettynä aineiston analyysin vaiheessa narratiivien analyysillä aineistosta nostetaan esille nousevia teemoja, metafora-analyysin avulla tutkitaan tarkemmin esiin nousevia metaforia ja niiden kautta syntyviä merkityksiä, ja lopuksi tarinat kudotaan yhteen hyödyntäen narratiivista analyysia.

Narratiivisen aineiston analysoinnissa on myös heikkoutensa. Huomionarvoista on kiinnittää huomio aineiston luotettavuuteen. Tärkeää on huomioida, perustuuko tutkittavan kertomukset vahvasti hänen omiin kokemuksiinsa ja aitoihin mielipiteisiinsä, vai vaikuttaako kerrontaan muita tekijöitä. Tällöin kysymykseksi nouseekin se, että pystytäänkö ikinä selvittämään absoluuttista totuutta tutkittavasta ilmiöstä, mutta tämän tutkimuksen kannalta se ei kuitenkaan ole relevanttia. Tässä korostuu ennemminkin tutkijan kyky eläytyä itse tarinaan holistisena tunnekokemuksena (Rinehart 1998). Tärkeää on myöskin saada tutkittava puhumaan kokemuksistaan tarinoiden muodossa mahdollisimman avoimesti ja laajasti, ja tämä puolestaan edellyttää tutkijan ja tutkittavan välistä luottamuksellista vuorovaikutusta. Jos tällaista luottamusta ei pääse muodostumaan, saattaa tarinallisuus jäädä pintapuoliseksi, ja aineistosta ei tule niin rikasta kuin siitä voisi parhaimmillaan tulla. Tämän välttämiseksi haastateltavan kanssa

keskusteltiin ja vaihdettiin kuulumisia ennen varsinaisen haastattelun alkamista, jotta haastattelutilanteesta saatiin mahdollisimman luonteva.

## 4 TULOKSET

### 4.1 Aineiston kuvaus

Tulokset osoittivat mielenkiintoisen havainnon siitä, että kaikki haastateltavista kuvailivat omaa siirtymistään kasvisruokavalioon identiteetin tasolla pohtien minuutta sekä muiden vaikutusta uuteen omaksuttuun identiteettiin. Minuuteen liittyvä pohdinta keskittyi laajasti omiin kulutusvalintoihin ja niiden perusteluun itselle, ja muiden suunnalta tuleva vaikuttaminen liittyi omien valintojen peilaamiseen ulkopuolisten näkökulmasta sekä yhteiskunnallisella tasolla. Huomionarvoista on myös se, miten siirtyminen kasvisruokavalioon voidaan nähdä jatkuvana dynaamisena muutoksena myös vegaaniksi identifioivien kohdalla: kulutusvalintoja tehdään päivittäin, ja niitä arvioidaan aina sen hetkisten linssien kautta identiteetin ollessa jatkuvasti kehittyvä peilaten itseensä ja muihin. Identiteetin kehittymiseen kasvisruokavalioon liittyen oli havaittavissa myös kulutusvalintoihin sitoutumista kontrollin kautta, sekä vastakkaisena puolena vapautta kuluttaa itselle ominaisella tavalla.

Jokainen haastattelu oli erilainen, ja esitetyt tarinat olivat hyvin monikirjoisia. Aineistosta nousi esille lukuisia metaforia, joiden avulla muutoksen alkua, nykytilaa ja tulevaisuutta pohdittiin. Aineistosta eriteltiin neljä kuluttamisen päämetaforaa, joiden kautta haastateltavat kertoivat omakohtaisia tarinoitaan. Nämä olivat kuluttaminen kamppailuna, kuluttaminen neuvotteluna, kuluttaminen vapautumisena, sekä kuluttaminen ankkurina. Päämetaforat puolestaan jaotellaan eri metaforiin, joita tekstissä avataan suorin lainauksin lukijalle.

### 4.2 Kuluttaminen kamppailuna

Kuluttaminen kamppailuna -metafora liittyy jatkuviin yksilön kohtaamiin haasteisiin, joita hän joutuu kohtaamaan kulutusvalinnoistaan johtuen. Kun päätös kasvisruokavalioon siirtymisestä on tehty, asettaa se kuluttajan pohtimaan uusia tapoja ajatella, ja täten vanha ajatusmaailma kohtaa uuden kanssa aiheuttaen kysymyksiä siitä, millaisia valintoja ”uusi minä” jatkossa tekee. Lakoff ja Johnson (1980) kuvailevat kamppailumetaforan olevan hyvin keskeinen tapa kuvata selviytymistä peilaten itseensä

ja ympäristöönsä, ja Raspa (1984, 10) kuvailee kyseistä metaforaa sanoin: ”kamppailumetaforalla viitataan ympäristöön, jossa yksilön selviytyminen on jatkuvalla koetuksella”. Yksilö joutuukin kamppailemaan uuden omaksutun identiteetin kanssa sisäisesti vanhaan identiteettiin peilaten, sekä ulkoisesti kohdaten reaktiota ulkopuolisten suunnalta.

Kamppailumetaforan avulla heijastetaan niitä ulkoisia tekijöitä, jotka joko haittaavat tai edesauttavat haastateltavien siirtymistä kohti haluamaa tapaa kuluttaa. Kamppailu itsessään on tietoista pitäytymistä ja pyrkimystä selvitä haasteista, joita siirtymävaiheessa kohtaa.

#### 4.2.1 Taistelu ideaalista minäkuvasta

Identiteetin näkökulmasta tärkeää on tunnistaa se, millaisena kukin yksilö kokee oman minäkuvansa. Jos toimitaan tavalla, joka on ristiriidassa oman identiteetin kanssa, niin joudutaan käymään kamppailua sen suhteen, millainen oman identiteetin tulisi olla. Tämä on lähtökohta identiteetin kehittymiselle ja ydinkysymykselle: kuka minä olen?

*”Jotenki ne on vahvistunu ne ajatukset mitä enemmän on ollu. Ettei oo saanu vaikutteita niiku muilta ihmisiltä nii on enemmän päässy toteuttaa itteään. Et aina on ollu sellane palava halu syödä kasvisruokaa nii sit se on päässy tulee sieltä kun ihmiset ei oo ollu ympärillä sanomassa kuinka se on tärkeetä et saa proteiinia nii on päässy oikeesti tekemään sitä mikä on kummunnu sisältä päin eikä ne muiden ihmisten ajatukset ja mielipiteet.” (Tomi, haastateltava 6)*

Sirgy (1982) toteaa, että kuluttajat pyrkivät etsimään ja säilyttämään ”ideaalista minäkuvaa” sekä ”ideaalia sosiaalista minäkuvaa” jotta he pystyisivät sopeutumaan sosiaalisen kuluttamisen luomiin paineisiin. Minuus sosiaalisesti hyväksyttynä edellyttää yksilöltä taistelua ruuan syötiin liittyviä stereotyyppioita vastaan, ja täten ideaaliminän muodostumisen voi nähdä olevan vaikeaa ulkopäin tulevan sosiaalisen paineen vuoksi. Tomi kuvaili kasvisruokavalioon siirtymistä palavana haluna, joka on mahdollistunut, kun ulkoapäin tuleva vaikutus on vähentynyt, jolloin ideaaliminää on päässyt toteuttamaan. Ideaaliminän muodostumisen tappiota kuvailtiin seuraavanlaisesti:

*”Oon ehkä kokenu sen hyvi hankalaks kun perheessä on syöty aina lihaa. Jos mä oisin sanonu et haluun syödä kasvisruokaa nii oon kokenu et ite oisin joutunu tekee*

*omia ruokia. Sillo ei ois ainakaa jaksanu tehdä. Ehkä just se helppous, sitä aina sai, ei tarttenu mieltää mitään. Mut syödessä saatto mieltii et onks tää järkevää et haluunko oikeesti syödä tätä mut aina tyyty siihen helppouteen, ei tarttenu nähä mitään vaivaa. Mukavuudenhaluus vei voiton.” (Tomi, haastateltava 6).*

Mukavuudenhaluisuutta kuvailtiin vihollisena hävityssä kamppailussa oman ideaaliminän toteuttamisessa. Helppouteen tyydyttiin, sillä lihaa oli aina saatavilla, eikä muiden vaihtoehtojen etsimiseen tarvittu nähä vaivaa, jolloin ideaaliminän toteuttaminen ei onnistunut. Samilla kasvisruokavalioon siirtymisen haastavuus oli myös esillä, mutta vanhaa minää vastaan kamppailtiin kaikin keinoin, jotta kuluttaminen uuden minän mukaan pääsisi toteutumaan. Sami oli tehnyt päätöksen siirtyä täysin lihattomaan ruokavalioon, ja päätös pitäytyä uuden minän tavassa toimia oli vahva, jolloin muutoksen tuoma haastavuus koettiin esteenä, joka täytyi ylittää vaikeuksista huolimatta, eikä luovuttamista nähty vaihtoehtona.

*”Joo, mä muistan et tota se alku oli sillee hankalaa, ku en mä siis ollu perehtynyt mihinkään ravitsemustietoon, katoin kaupassa lihattomia valmisruokia ja valmisruoat oli vähän mitä oli. Pinaattikeitot, kasvispihvit yms. Ja muiden sanomiset. Mut ei ollu sellane fulis missään vaihees ei tullu semmost oloo et täst ei tuu mitää et pitäis luovuttaa. Melkee päinvastoin, et mitä vaikeempaa se oli ni pystyn tekee tän et jumalauta.” (Sami, haastateltava 1)*

Myös muut ihmiset mainittiin olevan esteenä itsensä toteuttamisen kanssa, jolloin ulkopäin tulevan vaikuttamisen poistuminen on mahdollistanut omat ideaaliminän toteuttamisen sosiaalisen paineen poistuessa. Tomi kuvaili kasvissyöntiin siirtymistä eräänlaisena vanhojen tapojen ja toimintamallien rapistumisena, jolloin sai tilaa uudelle tavalle toimia, kun pääsi toteuttamaan itseään. Sosiaalitieteissä on havaittu, että ihmisillä on luontainen taipumus erottautua muista, ja negatiivisia tunteita koetaan, jos henkilö kokee liian paljon samankaltaisuutta muihin ihmisiin (Berger & Heath 2007; Brewer 1991). Tilanteessa, jossa muiden muihin samaistumisesta johtuneesta tukahtumisen tunteesta päästiin eroon, pystyi Tomi vihdoin erottautumaan itselle ominaisella tavalla toimia ja kuluttaa.

*”Tuntu et siin on sellane tietynlaine joku.. Tota niin.. Se ei ollu se ainut se lihansyönti vaan siihen liittyy muutakin sellasii mitä halus lopettaa. Olin käyttäny pitkää nuuskaa, pelailin paljon jotain tietokonepelejä. Tuntuu et ne kaikki lähti rapistumaan pois kertaheitolla. Tuntu et suhde muihin ihmisiin.. Vaikka ne ei sinänsä ois halunnu vaikuttaa mut tuntuu et ku on suhteessa muihin ihmisiin nii siinä on aina vaikutusta ni sillo pääsee oikeesti mieltämään niitä asioita vaikka ne*

*ei suoraan yrittäiskään vaikuttaa mut alitajusiesti on vaikutusta, nii pääsee oikeesti mieltii niitä asioita jotka muuten tukahtuisi kun on ihmisten kanssa tekemisissä.”*  
(Tomi, haastateltava 6)

Ideaaliminää koettiin myös tärkeäksi suojella. Simo kuvaili omaa imagoa, joka perustuu vahvasti omaan tapaan kuluttaa. Jos imago särkyä, niin koetaan, että ei olla uskottavia muiden silmissä, jolloin sosiaalinen ideaaliminä poikkeaa yksilön haluamasta. Sosiaalinen minäkuva viittaa siihen, miten yksilö haluaa näyttäytyä muiden silmissä (Maheshwari 1974), jolloin sen suojeleminen tapahtuu oman imagon suojelemisen kautta.

*”En tiiä onks se ehkä just sen niinku eläinraukkojen vuoks mut ehkä myös tavallaan sen imagon suojelemisen vuoks et mitä on koska kuitenkin ihmiset tietää. Nytku mieltii oikee nii ois aika pelottava ajatus omalla tasolla vaikka se on turhamainen et jos joku sais tietää et mä oon syöny lihaa.. Nii sitten se ois jotenki nolo.. Jotenki on se oma imago sitten nii rakas vaikka toisaalta ei ajattele itteensä niin vegaani vegaanina, mut sit kuitenkin toi on semmonen asia et mitä on ideologisesti niiku eläinten syömistä vastaa ja sitku ite ois syöny lihaa ja joku sais tietää et on syöny lihaa. Ajatuksena kyllä mielenkiintonen. Oon myös ite sillee niiku tollasta turhamaisuutta vastaan et pitäis olla joku oma imago mut kyl sitä huomaa et kylhä sellane väkisinki on.”* (Simo, haastateltava 4)

Simo jatkoi kuvaten tunnetiloja, joita ideaaliminän rikkoutuminen hänelle aiheuttaisi. Identiteetin ja kuluttamisen näkökulmasta näkökulma on mielenkiintoinen, sillä kuluttamalla ”väärällä tavalla” Simo pelkäsi oman identiteettinsä särkyvän, jolloin ideaaliminää suojellaan kaikin keinoin. Esille nousivat häpeän tunne, sekä sosiaalisen ideaaliminän suojeleminen peittelyn kautta.

*”Mä tuntisin häpeää ja mä koittaisin peitellä sen et mä oon syöny lihaa vaikka mä koen taas että mä voisin tehdä ihan mitä vaan eikä sillä oo mitää väliä oman imagon kannalta. Mut toi hassusti käänsi pääläelleen mun oman kuvan siitä millasena mä itteni koen.”* (Simo, haastateltava 4)

#### **4.2.2 Itsensä puolustaminen**

Jatkuvasti puolustuskannalla oleminen koettiin myös haastavaksi siirtymisessä kasvisruokavalioon. Ulkoapäin tuleva paine oli vaikuttavana tekijänä sille, miten helppona siirtymä vanhoista tavoista uusiin tapoihin kuluttaa kokonaisuudessa koettiin. Kun yksilöt erottelevat itsensä eri ryhmiin (kasvissyöjä ja lihansyöjä), niin he saattavat

kokea uhkaa toiselta ryhmältä aiheuttaen haasteita yksilön yhteenkuuluvuuteen ja pysyvyyteen liittyen (Prewitt-Freilino & Bosson 2008).

*''Se on nii puuduttavaa. Ei pelkästään se väittely mut ku joudut väittelee siitä nii usein nii sun pitää koko ajan olla vähä niiku puolustuskannalla vaikka et koe et sun pidä puolustautua mitää vastaa. Et antakaa mun olla kuka mä oon, emmä lähe haastaa teitä näissä asioissa.''* (Petteri, haastateltava 3)

*''Jos vaikka buffet tai joku ja siel on lihaa ja kaikki muut ottaa lihaa, nii nousee väistämättä kysymyksiä et ahaa muut syö lihaa ja mä otan kasvisruokaa, sanookohan ne jotain, ja sit nousee saman tien kysymyksiä päähän et miten puolustaudun ja miten vastaan. Sit sitä mieltii et miks mä ylipäätään haluun olla semmosten ihmisten kanssa? Et miks mä joudun aina puolustelemaan sitä mitä mä syön ja mitä mä teen?''* (Tomi, haastateltava 6)

Puolustautumista muita vastaan jouduttiin tekemään, vaikka sille ei koettu mitään varsinaista syytä tai tarvetta. Myös tiettyihin tilanteisiin varauduttiin etukäteen asettamalla itsensä puolustustilaan, jossa valmistauduttiin ottamaan vastaan kritiikkiä ulkopuolisten suunnalta. Kokemukset siitä, että tietyissä tilanteissa ei tarvinnut puolustautua, koettiin positiivisesti yllättävinä.

*''Kyl ne vaikuttaa tosi paljo ne läheiset ihmiset siinä tietyl taval. Et esimerkiks mä oon huomannu et mua jännitti tosi paljon et meilhän on aina itsenäisyyspäivänä sellane sukupäivä sellane mis on kaikki. Et mä meen sinne nii nii mua ärsytti jo valmiiks se kaikki kuittailun määrä mitä mä tuun kuulee. Mut se oli iha positiivisesti yllättävää et tota mä en kuullu siel mitää sellast vittuiluu. Olin valmistautunu, olin vitutuksissani, mut loppujen lopuks tuli aika ystävällistä kommenttia.''* (Petteri, haastateltava 3)

Valmistautuminen muiden suunnalta tulevaan kommentointiin koettiin ikävänä, koska oma tapa kuluttaa koettiin väistämättä poikkeavan valtaosan tavasta kuluttaa. Petteri kuvaili myös tilannetta, jossa vastaanotto ei olisi ollut niin positiivista kuin se nyt oli, muun muassa kasvisruokavaihtoehtojen puutteellisuuden vuoksi. Esimerkkitalanteeseen valmistautuminen johti ennakkokäsitysten muodostumiseen ja ajatteluun, miten tilanteesta voisi selvitä parhaiten, ja tilannetta kuvailtiin kärsimisenä, joka olisi täytynyt kestää.

*''Mut joo toi mitä sanoit grillijuhlista must se niiku ku mä kuvittelen itteni sellaseen tilanteeseen ni se vaikuttaa aika epä mukavalta. Mis ei ois mitää vaihtoehtoi. Sit sä joudut kattoo ku muut syöt.. Kärsii siinä.. Ja sul on nälkä ja jengi on sillee et ota*



*nyt tästä. Ja sä joudut kuulee sitä varmasti minuutin välein. Ota toi makkara tästä ja niin ees päin.” (Petteri, haastateltava 3)*

Sami kertoi tilanteesta muutoksen alkuvaiheessa, jolloin vastarinta oli kaikkein suurinta. Tällöin auttavina tekijöinä koettiin kuitenkin olevan ryhmä, joka salli siirtymisen toteuttamisen paremmin kuin ryhmä, jossa henkilön siirtymistä olisi kyseenalaistettu maskuliinisuuden todistelun muodossa. Koska lihansyöminen linkitetään niin vahvasti miehisyyteen (Jensen & Holm 1999; Vartanian 2015), on siirtymävaiheessa koettu helpotusta ryhmän ollessa pääosin naisia tai vähemmän maskuliinisia arvoja omaavia henkilöitä, jolloin muutoksen puolustamista ei ole täytynyt niin vahvasti tehdä, eikä päätös aiheuttanut vahvaa tyrmäystä ulkopuolisten osalta.

*”Kohtasin (vastarintaa) etenkin lukiossa, kävin väittelyä niinku kaverien kanssa. Mut oikeestaan mä luulen et mulle sikäli helpompaa mitä muistelen ni mun kaveripiiri oli suurimmaksi osaksi naisia, tai tyttöjä, joten ei ollut niin samalla tavalla maskuliinisuuden todistelua. Pojat, miehetkin, joiden kanssa olin, ei siel ollu ehkä sellasta jotenki semmosta maskuliinisuutta et ”mitä oikein teet itselles”, ”kyllä miehen täytyy syödä lihaa” tai jotain. Jonkun verran tutut saatto vinoilla, mutta ei tullut mitään isompaa tyrmäystä tai mitää sellasta.” (Sami, haastateltava 1)*

Samalla tavalla vaikuttaa muiden ihmisten suunnalta tullut painostus toimia tietyllä tavalla, jolloin kamppailua on käyty oman järjen äänen ja ulkopäin tulleen painostuksen välillä, joka on koettu itsensä jatkuvana puolustamisena. Kun painostus ulkoapäin on onnistuttu voittamaan, niin muutosta ei ole enää koettu niin haastavana. Järjen äänen voi nähdä kyseisessä tilanteessa edustavan omaa identiteettiä, jota on koettu joutuvan puolustaa muiden suunnalta tulevan painostuksen myötä.

*”Tuntuu et en mieti sitä mut järjen ääni, sisäinen intuitiivinen fiilis tai joku sanoo ja tuntee et onko järkee tai oonko syöny liikaa, nostaa päätään jos jotain on tehny liikaa tai sillee. et en ehkä koe et.. Ei oo niin haastavaa enää, ennen oli ku sai sitä painostusta ihmisiltä, joutui koko ajan puolustelemaan sitä.” (Tomi, haastateltava 6)*

Haastateltavat kuvailivat myös tilanteita, joissa jatkuva puolustuskannalla oleminen koettiin ikävänä, kun omia tekemisiä ja identiteetin muodostumista joutui jatkuvasti perustelemaan. Keskustelua luonnehdittiin väittelynä, jossa omia kulutusvalintoja jouduttiin puolustamaan ja selittämään muille hyvin useasti eri tilanteissa, jolloin se on

menettänyt hohtonsa, eikä aiheesta viitsitä enää käydä keskustelua, kun aikaisemmin sitä tehtiin mielellään.

*''No sitä aukomista. Enemmän mua ärsyttää sanotaa väittelemään loppujen lopuks siitä ihmisten kanssa, tiiäkkö? Ku mä alotin sen koko homman nii mä oikeestaa ehkä jopa selitin sitä iha mielelläni. Mut kyl jos sä selität sitä oikeesti nii kyl se alkaa niiku pikkuhiljaa sillee niiku nyppimään. Ei se oo ehkä siitä et joku tulee heittää sellasta vaa se on enemmänki se et sulle heitetään se joku 10 kertaa viikossa ni se menettää vähän sen hohtonsa. Ja ei se ees oo mitää 10 kertaa viikossa vaan se voi olla ihan hyvin 10 kertaa päivässä.''* (Petteri, haastateltava 3)

Esille nousi myös esimerkkutilanne häistä, joissa Niko joutui puolustamaan omia kulutusvalintojaan. Tilanteessa lytättiin hänen esittämät argumentit, jolloin keskustelu koettiin hedelmättömänä, jonka seurauksena se koettiin turhaksi. Sen sijaan, että aiheesta haluttiin keskustella asiallisesti, joutui Niko hyökkäyksen kohteeksi kulutusvalintoihinsa liittyen.

*''Tuli yhistä häistä mielee sellane mimmi, oltii ruotsis häissä ja se rupes tenttaa meiltä et minkä takii te oikee ootte kasvissyöjiä et mitä järkee tos on. Semmone negatiivinen, se halus provosoida. Se tosi paljo niiku yritti kritisoida sitä mitä sil nyt on välii mitä yksilö tekee, yritti tavallaa lyttää kaikki argumentit mitä ite anto sille. Hedelmätöntä keskusteluu mikä ei johda mihinkää.''* (Niko, haastateltava 5)

Ryhmien ollessa erilaisia myös erilaisia tilanteita nousi esille. Simo ei ollut kokenut erityisen suurta negatiivista kommentointia kasvissyöntiin liittyen, mutta suhtautui suurella ihmetyksellä tilanteisiin, joissa oli havainnut hyökkäämistä aiheeseen liittyen tapahtuvan. Tässä korostui vahvasti se, miten ryhmien väliset erot muokkaavat yksilöiden tapaa havainnoida ympäröivää maailmaa, jolloin ryhmän sisältä ja ulkopuolelta tullut suhtautuminen vaikuttaa vahvasti tapaan ajatella omaan identiteettiin liittyen.

*''Oli yks blogi ja sen oli kirjottanu nainen jonka mies on kasvissyöjä, ja kertonu anekdootteja siitä kun on tilattu pitsaa ja sen mies on tilannu kasvispitsaa nii muut on ruvennu heittää leikkiä siitä et on kasvissyöjä. Se on omituista. Omissa piireissä se ei nii oo koska sillee aika samanhenkistä porukkaa mitä tunnen. Nii ei oo mitenkää ihmetelty sitä et on kasvissyöjä. Siinä vaiheessa ku tuli niitä tilanteita et mä jouduin sanomaan että en syö enää lihaa ni se oli silloin aina mielenkiintoinen ihmetystä aiheuttava eikä tarvinnu alkaa mitää puolustautumaan.''* (Simo, haastateltava 4)

Tomi kuvaili tilannetta, jossa itseään joudutaan puolustamaan muun muassa vapaa-ajalla ja harrastusten parissa. Kasvissyöjien on myös todettu saavan usein mikroaggressiivista kommentointia ruokailuvalintoihin liittyen, jolla voi olla vaikutusta yksilön itsetuntoon sekä aiheuttaen mahdollisesti leimatuksi tulemisen tunnetta (LeRette 2014). Kommentointi omiin kulutusvalintoihin liittyen oli koettu haastavana ulkopuolisten suunnalta tulevan pilkkaamisen vuoksi, mutta nykyään tilanteeseen on sopeuduttu koettaessa se lähinnä huvittavana.

*''Ehkä enemmän tuntuu et kaveriporukoissa tai ryhmässä pelaamassa bilistä tai jotai jos siellä tullut puheeks ni äkkii tulee et ''mitä hittoe ethä sä tollee voi tehdä''. Semmosel asenteel et toi on kasvissyöjä, ei suoraan sanottu mut katseet antoivat ymmärtää et syö kasvisruokaa. Yhelle kaverille joka syö kasvisruokaa aina ku mennää pelaa bilistä ni ne saattaa sanoo ivailevasti ''kävitkö ysibaarissa taas syömässä tofua vai?'' ja naureskelee perään. Huvittavaa nykyää, Ennen ois ollu paha asia, et noiha pilkkaa. (Tomi, haastateltava 6)*

Vastaavalla tavalla oman vakaumuksen haastaminen koettiin negatiivisena. Tässä esille nousi kasvissyöntiin liitetty ehdottomuus, jolloin koitetaan saada toista lipsumaan omista päätöksistään todistaakseen, että henkilö ei seisoi täysin kulutusvalintojensa takana. Niko pohti sitä, kuinka tämän tyyppinen kahtiajakoinen ajattelu johtaa joko tai valintaan, jolloin kasvissyönnin aloittaneella saattaa olla paineita pitäytyä täysin päätöksessään, jotta hänet otettaisiin tosissaan.

*''Mut sit huomaa et monel on se et ne on tosi kärkkäit haastaa sitä sun vakaumusta. Et ne saattaa just tollee testaa ootsä nyt tosissaa tän jutun kaa. sillee niinku ajatellaan et jos joku ryhtyy kasvisruokavalioon ni sen on pakko olla täysin ehdoton, joka on mun mielest vähä ikävää sillee et jengi kelaa.''' (Niko, haastateltava 5)*

Myös oman olemuksen kautta pyrittiin välttämään puolustusreaktioiden syntymisiä, jotka liitettiin vahvasti ennakkoluuloihin kasvissyöjiä, varsinkin vegaaneja, kohtaan. Näissä tilanteissa mukauduttiin toimimaan mahdollisimman huomiota herättämättömästi, jolloin ei joutuisi kohtaamaan muilta ihmisiltä tulevaa kommentointia omiin kulutusvalintoihin liittyen. Identiteettikeskustelussa keskeistä on yksilön samanlaisuus ja erilaisuus, jolloin tarve rikkoa stereotypioita voi yksilön kohdalla olla vahva, jotta lokeroitumista tiettyyn stereotyyppiaan ei tarvitsisi erikseen puolustella. Sami kertoi aikaisemmin olleensa vahvasti stereotyyppinen vegaani kuorruttaen itsensä vegaaniuteen liittyvillä asioilla, mutta haluaa nykyään rikkoa ennakkoluuloja omalla toiminnallaan pyrkien olemaan mahdollisimman

huomiota herättämätön kasvisruokavalioon liittyen välttäen muiden ihmisten suunnalta tapahtuvaa puolustusreaktion syntymistä.

*''Mut tota ei mul oikeestaan nykyää oo enää ees mitää vegaanipinssejä missään mitä aikasemmin oli. Et aikasemmin kuorrutti ittensä kaikella tollasella. Oikeestaan tuntuu et se on nykyään vähentyny, no mistä nyt johtuuki mut yks on ehkä se et monesti kuulee sitä vinoilua että niiku vegaanit kertovat olevansa vegaaneja 5 minuuttia ku juttelee niiden kanssa. Nii haluaa sitä rikkoa. Et musta ei välttämättä nää päälle päin et oon vegaani, et jos käy lounaalla, nii on parempi, ehkä, et tämmösellä näkyy, kun et koko olemuksella julistan kaikille, nii siitä voi tulla sellanen puolustusreaktio. Nii se on enemmän sellane keskustelevampi.''* (Sami, haastateltava 1)

### 4.2.3 Ennakkoluulojen välttely

Myös ennakkoluulot kasvissyöjiä kohtaan koettiin olevan merkittävässä roolissa, ja niiden syntymistä vältettiin omalla toiminnalla. Ennakkoluulojen välttäminen liittyy vahvasti tapaan rakentaa omaa identiteettiään ilman, että siitä tarvitsisi käydä keskustelua tai väittelyä muiden ihmisten kanssa, jotka mahdollisesti kyseenalaistaisivat muutosta. Tomi kuvaili tilannetta, jossa vältteli asiasta puhumista tietynlaiseksi leimatuksi tulemiselta tarkoituksena olla korottamatta itseään muiden yläpuolelle, tai vastavuoroisesti välttäen kasvissyöjiin liitetyt ennakkoluuloiset asenteet, jotka ehkäisevät näkemästä, kuka henkilö aidosti on.

*''En ikinä halua ees tuoda esille sitä oikee. Jos jossain tilanteissa satun tuoma sen esille, nii saattaa samantien tulla sellane et miks mä toin sen esille ku en halua todellakaa olla se et haluisin korottaa itseäni muiden yläpuolelle tai mitenkää, ja sit toisaalta joku voi katsoa mua toisin päin, toi on tommone et syö kasvisruokaa, tollane hippä, et tuntuu et saman tien nostaa käsityksiä ihmisissä kuka mä oon.* (Tomi, haastateltava 6)

Tomi jatkoi toteamalla, että ennakkoluuloiset asenteet saattavat muodostaa avoimen keskustelun syntymisen esteeksi blokin, jota haluttiin välttää. Tämä puolestaan koettiin toiseen henkilöön avoimen yhteyden mahdollistamisen estävänä tekijänä, jolloin tietynlaisten käsitysten muodostumisen syntymistä haluttiin ehkäistä. Blokin syntymisen välttäminen tapahtui omien kulutusvalintojen salaamisella, sillä pelko siitä, etteivät ihmiset kykene näkemään sen läpi, saattaa ehkäistä aidon vuorovaikutuksen muodostumista.

*''En ehkä halua tuoda semmosta.. Kertoa sitä mitä mä oon tai kuka mä oon. Kun tuntuu et ihmiset arvostelee sitä. Sen huomaa saman tien keskustelussaki et se ihminen alkaa heti muodostamaan ennakkokäsityksiä jos sanon et olen kasvissyöjä tai en juo, tuntuu et keskustelussa ei pääse mihinkään syvällisempään. On sellanen blokki, se ihminen ei nää niiden läpi, muodostuu käsityksiä kuka mä oon.''* (Tomi, haastateltava 6)

Tomi tunnisti myös itsessään ennakkoluuloisia asenteita, jotka olivat vastakkain sen kanssa, miten itseä mahdollisesti haluaisi ilmaista. Hän pohti mahdollisuutta viedä kasvissyöntiä seuraavalle tasolle, mutta ennakkoluuloisten asenteiden herääminen sai hänet kyseenalaistamaan mahdollista päätöstään siirtymisessä.

*''Se ois kiva olla pelkästään et söis kasvisruokaa tai sillee ei tarvis lihaa, ei ihminen ees välttämättä tarvii lihaa samalla tavalla, tuntuu et ois paljo terveellisempi. Tai niitä syytä et miksi en pyrkisi tilanteeseen että oisin vegaani? Toi sana niiku vegaani.. Siin on nii paljo negatiivista tai semmosta. tuntuu saman tien et itelläki herää ennakkoluuloja sitä kohtaan, jännä miten muillaki herää kun kuulee sen sanan.''* (Tomi, haastateltava 6)

Jussi kuvaili aiheen välttelyä haastavana, koska joutuisi todennäköisesti selittelemään muille laajemmin, että miksi on kyseisen päätöksen päättänyt tehdä. Myös pelko muiden ennakkoluuloista ja suhtautumisesta itseensä nousi esille, jolloin pyrkimys olla muiden silmissä jotain voi muuttua, jos muille tulee ilmi oma tapa kuluttaa ja toimia. Tällöin haluttiin näyttäytyä ulospäin vielä edes jonkinlaisena ilman, että ulkopuolisten suunnalta suhtauduttaisiin yksilöön väheksyvästi tai paheksuen.

*''Siis eihän siin oo mitään siis.. se voi olla siitä et ei tavallaa halua alkaa selittää sitä oikeeta syytä ku se on nii pitkän selittelyn takana. Sitä sit jotenki aattelee et pääsee vähemmällä tai jotenki kieroutuneella tavalla kuvittelee että ehkä noi suhtautuu muhun sillain vielä jotenki jollakin lailla ku sanon niille näin.''* (Jussi, haastateltava 2)

Jussi tarkensi ennakkoluuloja liittyen miehiin, joita toiset miehet herkemmin liittävät toisiinsa naisiin verrattuna. Tällöin muiden hyväksyntä ja poiketuksi tuleminen nousevat tärkeään rooliin, minkä takia miespuolisille kavereille aiheesta ei mielellään puhuta.

*''Joko se liittyy siihen niiku itelläni näihin yhteiskunnalliseen ihmisen vuorovaikutuksen seurauksena syntyneisiin määritelmiin ja käsityksiin maskuliinisuudesta ja feminiinisyydestä ja miehisydestä, että: ''kyllähän nyt mies syö makkaraa!'' Et jos joku mies tulee muiden miespuolisten kavereiden seurassa*

*osoittaneeks että on kasvissyöjä, nii se mies ei halua tulla poiketuksi. Muut naiset voi hyväksyä sen helpommin. ” (Jussi)*

Aihetta vältettiin myös, jotta välttyttäisiin pilkatuksi tulemiselta. Tässä korostui vahvasti se, miten kasvisruokavalioon siirtyvät saattavat joutua selittelemään muutosta muille, jolloin on mahdollista päästä helpommalla olla nostamatta aihetta erikseen esille ennakkoluuloisten asenteiden ollessa läsnä.

*”Mä sanon et mä oon pääsääntöisesti kasvissyöjä et en syö mitää. Mut yleensä en sano siit asiast mitää. Mut jos joku kysyy, kattoo mun lautast nii mä voin puhuu asiast, mut emmä halua sitä mitenkää nostaa eriksee esille. Et voi tulla vähä semmost.. Mitenköhän sen nyt sanois.. Semmost ituhippi läppää, joka voi olla ihan hyväntahtost, mut kuitenkin siel taustal on sellaset ennakkoluuloiset asenteet” (Niko, haastateltava 5)*

Tilannetta havainnollistettiin myös vierailulla sukulaisten luokse, jossa perinteisemmät arvot omaavat ihmiset saattaisivat kyseenalaistaa yksilön päätöstä olla syömättä lihaa. Myös näissä tilanteissa aihe yleensä jätetään mainitsematta, mutta jos kysymys tulee esille, niin se sivuutetaan tai käydään läpi nopeasti ilman suurempaa keskustelua aiheesta, jotta välttyttäisiin mahdolliselta keskustelulta aiheeseen liittyen.

*”No ehkä jos on semmone.. Tosi tota perinteiset arvot omaavassa seurassa esim mul on jotain sukulaisii jotka asuu tuol maakunnissa joil on aika semmoset persu vibat ja.. ei niinku välttämät halua siel sillee tuoda sitä esiin tieten tahtoen. Et jos se tulee esiin ni voisin paril sanal sanoo mut en niiku halua sitä rupee niille jankkaa.” (Niko, haastateltava 5)*

Ennakkoluuloihin liittyi myös kasvissyöjien näkeminen parempana lihansyöjiin verraten ulkopuolisten näkökulmasta. Kun identiteettiin liittyviä kysymyksiä ruokailuvalintoihin liittyen tehdään, saattaa sillä olla vaikutusta myös muiden henkilöiden tapaan ajatella. Niko kertoi olla haluamatta nostaa itseään erikseen jalustalle omien kulutusvalintojensa kautta, sillä se saattaa vaikuttaa muiden, tässä tapauksessa oman veljen, tapaan ajatella itsestään vähempiarvoisena.

*”Mun mielestä ainaki yks asia on just se semmone turhan kärkeä aivopesu ei toimi keneenkään tai tosi harvaan, ja toiseks siin on se et just jengi saattais tulla sellane fiilis et mä jotenki ajattelin et ne on huonompia tai jotenki niinku ei ymmärrä tai muuta. Nii siin on kyl noi minkä takii ei hirveesti halua nostaa itteään mitenkää jalustalle. Et esim mun oma broidi on sanonu mulle josain vaihees että mä oon jotenki ajatellu et mä pidän häntä ihan niinku.. Sanonu et pidät sä mua ihan daijuna*

*ku mä syön lihaa ja näin poispäin. Et silleki on selvästi tullu vähä semmost. ” (Niko, haastateltava 5)*

Toinen esimerkki liittyi pitkittäiseen välttelyyn, jossa Simo kuvaili, kuinka hänen isovanhempien on vaikea ymmärtää päätöstä pitäytyä täysin kasvisperäisessä ruokavaliossa. Vaikka suhtautuminen ei ollut suoranaisesti negatiivista, niin siihen reagoitiin suurella ihmetyksellä, ja asiasta ei viitsitä enää muistutella, sillä se vaatisi kyseisessä tilanteessa jatkuvaa muistuttelua ja selittämistä, jolloin tilanteeseen sopeudutaan itse parhaaksi koetulla tavalla.

*”Ee on tosi stressaavaa, pitkittelevä välttäminen. Justiinsa isovanhemmille se tuntuu et se on niille nii vaikeeta ymmärtää, alkuu se oli vähä sillee et tuntu et ne vähä niiku unohti sen eikä viitti muistutella enää kun se on jotenki nii vaikee. Ne ei kohdannu sitä mitenkää negatiivisena vaan suurella ihmetyksellä että miten ihmeessä. Se on kyllä ärsyttävää. Tyylii esimerkiks mummon synttärät viime vuonna sillee että siel on kaikessa niiku kermaa tai juustoo. Ei maha mitää.” (Simo, haastateltava 4)*

#### **4.2.4 Läheiset liittolaisena**

Siirtymistä kasvisruokavalioon on kuvailtu myös muiden avulla saadun tuen kautta, jolloin kamppailu siirtymisestä on saanut ulkopuolista apua muualta. Tässä ulkopuolisilla henkilöillä viitataan muutoksen käynnistäjinä ja tukijoina, jotka auttoivat sisäisessä ja ulkoisessa kamppailussa toivottua muutosta kohti ilman, että tukahduttaisivat uuden identiteetin omaksumista. Läheisillä on koettu olevan vaikutusta siirtymisessä, ja läheisten negatiivinen suhtautuminen omaan identiteetin muodostumiseen on myös koettu haasteena. Koska läheiset henkilöt ovat yksilölle merkittävässä roolissa, on heidän mielipiteillä ja ajatuksilla koettu olevan merkittävä vaikutus yksilön tapaan toimia ja ajatella.

Osassa tapauksissa ystäväpiirin merkitys on ollut suuri, jolloin muutos on päästy aloittamaan helpommin. Sami muun muassa viittasi ystävään katalyyttina, joka sai muutoksen aikaan. Läheiset ystävät voivat täten olla myötävaikuttajia siirtymässä, tai vastavuoroisesti heikentää siirtymää.

*”Oli yks kaveri lukiossa joka oli kasvissyöjä ja mä mainitsin sille et voisin jättää lihan pois ja että ehkä tässä jossai vaiheessa ja se sano et nyt. Se ehkä niiku rohkas*

*et olin vähä sillee et ehkä jossai vaihees, et ei tee vaa päätös. Kaveri toimi semmosena katalyyttina tässä vois sanoo.” (Sami, haastateltava 1)*

Myös lähipiirin merkitystä korostetaan, ja varsinkin työympäristön ja läheisten ollessa myös kasvissyöjiä on siirtymistä kuvailtu helpompana, koska aihetta ei ole tarvinnut selitellä läheisille sen suuremmin. Ympäröivien ihmisten suhtautumisen kasvissyöntiin voi nähdä olevan merkittävässä roolissa kasvisruokavalioon liittyvissä haasteissa. Jabs, Devine ja Sobal (1998) havaitsivat tutkimuksessaan, että kasvisruokavalioon siirtyneet kokivat ystäviltä ja yhteisöiltä saadun tuen merkittävänä. Voidaankin päätellä, että tietoisesti hakeutuminen ryhmiin, jotka hyväksyvät oman tavan kuluttaa koettiin tärkeänä, ja tässä korostuu varsinkin ystäväpiirin ja työyhteisön suhtautumisen merkitys.

*”Taas ku omas lähipiiris suurin osa on niinku kasvissyöjiä tai ainaki niinku hyvin fine sen asian kaa et joku on kasvissyöjä ja duunissaki on tosi paljo ihmisiin ni se on ollu tosi helppoo ei oo tarvinnu selitellä mitää.” (Niko, haastateltava 5)*

Tomi viittasi muiden ihmisten asenteiden olevan mahdollisesti tuomitsevia omia valintoja kohtaan, mutta ystävien, jotka eivät tukahduta tai tuomitse omia päätöksiä tehdä asioita niin kuin itse kokee itselle merkitykselliseksi, korostettiin positiivisena tekijänä.

*”On mul yks kaveri, ehkä siitä oon kans saanu vaikutteita, tai oon huomannu et on ehkä ihmisiä, jotka sinänsä ei tuomitse sitä, kun monesti tuntuu jos vaikka tietyille ihmisille jos sanoo et on miettiny et lopettaa lihansyömisen, nii ne saattaa tuomita sen ja nähä sen jonkinlaisena niiku ettei oo järkee, mut ehkä jos huomaa et on muita samankaltasia ihmisiä, et ne ei sano et onks hyväks vai huonoks, ei sano kumpaakaan, enemmän kannustaa tekemään sitä mikä tuntuu itestä oikeelta. Ne ei tukahduta eikä suoraa motivoikaa tekemään. Et saa ite saa tehä mikä ite tuntuu oikeelta.” (Tomi, haastateltava 1)*

Negatiivisen kommentoinnin vaikutukset riippuivat paljon siitä, kenen suunnalta niitä kohtaa. Myös turtuminen jatkuvaan kommentointiin nostettiin esille, jolloin asiaan ei viitsitty kiinnittää niin paljoa huomiota. Haastateltavat antoivat esimerkkejä siitä, miten ystävien suunnalta asia saatetaan ottaa vitsinä, mutta hyvin läheisten ihmisten, kuten vanhempien, suunnalta tullutta negatiivista kommentointia kuvattiin potentiaalisesti erittäin negatiivisena tilanteena.

*”Mua ei oikeesti enää kiinnosta, oon varmaa turtunu siihe, ihan sama. Tai se varmaa hyvin paljo riippuu siitä keltä se tulee se.. Et jos se on joku läheinen ihminen ni sit.. Hitto.. Et jos omat porukat sanoo sillee että kyllä bologneseen liittyy*



*liha. Et omat porukat et onko ne niin kapeekatseisia. Kuvitellu että on hyvin fiksuja ihmisiä nii sit tulis vähä semmonen pettymys.” (Simo, haastateltava 4)*

Ystäväpiirin ja läheisten merkityksen voitiin nähdä toimivan tukevana tekijänä siirtymän aikana tapahtuvassa kamppailussa, jolloin saatu tuki auttoi ja vahvisti omia käsityksiä oikeasta ja väärästä. Erikson (1968) mainitsee, että sosiaalisen yhteenkuuluvaisuuden tunne on olennaista identiteetin muodostumisessa, jolloin kasvisruoan kontekstissa tuen puute voi toimia hidastavana tai pysäyttävänä tekijänä muutoksen laukaisussa tai pitäytymisessä. Tästä onkin havaittavissa, että kamppailussa identiteetin muutoksen kanssa omaa ystäväpiiriä ruvettiin kyseenalaistamaan, tai se valikoitiin tarkoin. Jos ryhmä ei vastannut omia arvoja, niin henkilöä saatettiin vetää takaisin ryhmään turruttamalla vanhaan tapaan ajatella, tai vastavuoroisesti työntää ryhmästä pois, jos asenteet eivät muuttuisi ryhmälle mieluisiksi. Tämä puolestaan asetti Tomille haasteita sen kanssa, tulisiko ryhmään sopeutua, vai mahdollisesti hylätä se.

*”Koetellaan sitä ihmistä. Et jos yksi ryhmässä on vaikka muuttumassa, nii se uhkaa koko ryhmän olemassaoloa, et niidenki pitäis alkaa muuttumaan. Et alkaa porukkaa lähtemään siitä. Funktio ryhmässä perustuu siihe et jos jotkut alkaa muuttumaan ni aletaan vetää takaisin ja turrutetaan sitä omaa ajattelua, halutaan työntää pois et ei hyväksytä sellasina siinä ryhmässä.” (Tomi, haastateltava 6)*

Sami antoi esimerkin tilanteesta, jossa vanhempien suunnalta päätöstä siirtyä kasvisruokavalioon pidettiin vain ohimenevänä vaiheena, joka sai aikaan sisuuntumisen tunteen ja tarpeen lyödä faktat pöytään. Beardsworth ja Keil (1991, 21) havaitsivat tutkimuksessaan, että suurelle osalle vastanneista vanhemmat ehkäisivät nuoren aikuisen päätöstä siirtyä kasvissyöntiin, ja itseään pääsi toteuttamaan aidosti vasta, kun oli saavuttanut riittävän itsenäisyyden. Samin tavoitteena oli vastata läheisten esittämään kritiikkiin etsien itse tarvittavat tiedot, jotta ei joutuisi epäröimään omia valintojaan.

*”Joo siis tuli, jonkun verran, mut se oli ehkä enemmän sellasta et ensinnäki et tää on vaan vaihe ja et tää menee ohi. Ja jos teinille sanoo tällee nii sehän tasan tarkkaan sisuuntuu vaa kahta kauheemmin. Ja toinen oli huoli mun ravinnosta, proteiinin saannista. Mut näistä molemmista tuli semmonen eräänlainen sisuuntuminen. Tuli fiilis et selvitän ite kaiken et sit ku tullaa kysymään niin voin lyödä faktat pöytään.” (Sami, haastateltava 1)*

Jatkuva ulkoapäin tuleva kommentointi kasvisruokavalioon siirtyvillä koettiin myös häiritsevänä, jolloin ulkoapäin tuleva jatkuva hyökkäys henkilön omaa arvomaailmaa

vastaan pyrittiin sulkemaan pois. Tämä puolestaan linkittyy vahvasti sosiaalisen identiteetin teoriaan, jossa hakeudutaan ryhmiin, jotka hyväksyvät oman tavan ajatella, ja rakennetaan eroa ryhmiin, joissa muutosvastarintaa koetaan.

*''Emmä usko et must tulee mitenkää sellane et heikko fiilis välttämät et.. Ku mä oon kuitenkin aika itsevarma ja sellane loppujen lopuks aika dominoiva luonne. Nii tota.. Nii emmä sanois et niinkää mun kohalla. Enemmänki mä heijastan sen mun arvomaailmani siihen. Mut sit taas toisaalta ne on sellasii ihmisii ketkä hyökkää sitä vastaan ni mua ei kiinnosta pätkän vertaa. Niiku oikeesti. Tottakai mul on sellasia kavereita jotka voi nähä sen sillee mut ei ne sitä mulle sano koska ne on mun oikeit frendei.''* (Petteri, haastateltava 3)

Myös läheisimmiltä henkilöiltä, kuten kumppanilta, odotettiin tukea ja ymmärrystä oman suunnan valinnassa. Oma kumppani on henkilö, jonka kanssa vietetään paljon aikaa, jolloin ruoan kuluttamisesta on saatettu käydä paljonkin keskustelua. Seurustelua kuvailtiin haastavana varsinkin silloin, kun joutui kamppailemaan omaan identiteettiin liittyen läheisimmän henkilön kanssa. Samilla identiteettien ristiriitojen kohtaaminen on vaatinut työtä, jolloin niin sanotun läheisimmän liittolaisen tuen puuttuminen oli aiheuttanut ulkopuolisuuden tunnetta.

*''Mulla oikeestaan itellä pitkään tärke kriteeri on ollut se että kumppani on ollut vegaani. Sit muistan et puolison kanssa itseni kanssa jouduin tekemään työtä niinku sen suhteen että meil ei oookaa tässä et ei kohdata samalla tavalla. Puolisolla edelleen ekologinen ja mulla eettinen. Et kyl se on ollu sellasta kipuilua välillä. Et ehkä monesti just ite saattanu kokenu sellasta ulkopuolisuuden tunnetta jotenki yhteiskunnassa tai muuten ku se on normi syödä 10 kg lihaa päivässä tai jotain. Et kyl sitä kaipaa et se läheisin kumppani ois mun puolella.''* (Sami, haastateltava 1)

Myös toisen suunnalta tullut identiteetin muutoksen tunnustelu koettiin hankalana, sillä se on vaatinut ponnisteluja pitäytyä asioissa, jotka itselle koetaan tärkeinä. Läheisin kumppani on saattanut testailla sitä, miten tosissaan kasvisruokavalioon siirtymisen kanssa on oltu, mutta samalla on onnistuttu myötävaikuttamaan toisen suhtautumista omaan tapaan kuluttaa. Myös käännyttäminen metaforana viittasi huoleen siitä, että läheinen henkilö yrittäisi saada haastateltavan palaamaan takaisin vanhan identiteetin mukaiseen tapaan kuluttaa.

*Nykyää se (tyttöystävä) on huomannu sen et mä oon tosissaa tän kaa. Oon sanonu sille suoraa etten syö lihaa, etten halua syödä lihaa. Ja se ymmärtää sen, ainaki jollain tasolla. Ettei lähe niin sanotusti käännyttää mua toimimaan mun omien*

*periaatteiden vastasesti. Toki on seki sanonu et oon myötävaikuttanu sen suhtautumiseen lihansyöntiin ja et se ei syö enää nii paljo ku enne ja se on ollu tosi siisti kuulla. Mut kyl se oli hankalaa aluks ku tuntu et se vähä testaili sitä et kuinka tosissani nyt tän kaa oikeesti oon. (Mikko, haastateltava 7)*

#### **4.2.5 Kapinointi valtavirtaa vastaan**

Osalla haastateltavista oli käsitys itsestään eräänlaisen vähemmistön edustajana, jolloin oma tekeminen koettiin tietyllä tapaa haastavaksi, mutta sitä kautta mahdollisuudeksi oppia ja kehittyä peilaten itseään enemmistöön, sekä mahdollisesti myös auttaa muita muuttamaan ruokatottumuksiaan. Sosiaalisen identiteetin teorian mukaisesti yksilöt pyrkivät hakeutumaan tiettyihin ryhmiin, ja sitä kautta rakentamaan eroa ulkopuolisiin ryhmiin (Taifel & Turner 1979), jolloin kasvissyöjät vähemmistön edustajana nähtiin haastamassa valtavirran tapaa kuluttaa. Tomi kuvaili ajatusta muiden hylkimänä ja halveksumana kiehtovana, jolloin koetuksen kautta pääsisi itsetutkiskeluun tavoitteena identiteetin vahvistaminen, jonka seurauksena pystyisi vastaamaan rauhallisesti muille takaisin ilman selittelyjä, miksi kyseisen päätöksen on päätynyt tekemään.

*”Mua tavallaa kiehtoo se ajatus et oisin kaikkien hylkimä ja halveksuma sellane tietynlainen. Ehkä niiku sillee et ite tiedostaa et siin on ehkä jotain sellasta totuudenmukaista et on hyväksi ihmiselle et söis sillee. Joutuis iteki sellaseen koetukseen et miten pystyy vastaamaan muille ettei suuttuis ja vois vaikka auttaa niitäki syömään enemmän kasvisruokaa. Et joutuis sellaseen itsetutkimukseen et miks sitä vastaa tietyllä tavalla ja pystyy kehittää omia vastauksia.” (Tomi, haastateltava 6)*

Petteri puolestaan totesi, että vähemmistön edustajana asioita koettiin myös pystyvän näkemään eri perspektiivistä ollen niin sanotusti huonompiarvoinen enemmistöön verrattuna, jolloin pystytään mahdollisesti ymmärtämään asioita, joita itse aikaisemmin enemmistön edustajana ei onnistunut näkemään.

*”Esimerkiks se että voi kuulostaa vähä tyhmältä mut nyt mä kokisin et mä oon tavallaa jonkinnäkösen vähemmistön edustaja, tiiäkkö? Mä oon päässy vähä sillee ymmärtää sitte niiku asioita eri perspektiivistä. Et miltä se tuntuu sitte ku sä oot vähä niiku huonompiarvonen kuin joku toinen tiiäkkö? Huomaa lainausmerkit.” (Petteri, haastateltava 3)*

Muiden tapaa toimia saatettiin myös haastaa johtuen siitä, että omaan kuluttamiseen on kohdistunut vastaavanlaista toimintaa. Kyseenalaistamalla muiden tapaa kuluttaa oli

tavoitteena osoittaa sitä, miten itse ei tarvitse vähemmistön edustajana olla pelkästään puolustajan roolissa, vaan on myös kykenevä haastamaan valtavirran tapaa kuluttaa, joka nähtiin vastapainona itse saadulle kommentoinnille omiin kulutusvalintoihin liittyen. Rothgerber (2014b) toteaa, että lihansyöjillä on taipumusta väheksyä kasvissyöjiä hälventääkseen omaa koettua kognitiivista dissonanssia lihansyöntiin liittyen. Tämä voi toimia selittävänä tekijänä sille, miksi Petterin kommentointi lihansyöjille otetaan tietyissä tilanteissa vastaan hyvinkin tosissaan hänen heijastaen omia kulutusvalintoja muiden vastaaviin.

*”Emmä pidä mitää saarnoi. Mä heitän iha läpällä tiiäkkö jotain sellasta et ’ajattelisit nyt vähän’”. Se on iha läpäl ku se on vastapainoo sille mitä ite kuulee aina. Jengi.. Jotkut saattaa ottaa sen aika tosissaanki sitte. Mut se on sinänsä aika naurettavaa koska ne luultavasti heittää sulle tiiäkkö, ja sit heität takasi päi.”*  
(Petteri, haastateltava 3)

Kapinointia tehtiin myös muille todistelun kautta, jolloin korostettiin itse kuuluvan ryhmän paremmuutta toiseen ryhmään verraten. Sami kuvaili, miten oman toiminnan tavoitteena on ollut rikkoa stereotyyppioita ja todistaa muille, että kasvissyöjiin liitetty heikkous tai feminiinisyys eivät pidä paikkaansa.

*”Siis sillee vaikee sanoa et miten paljon treenais jos ei ois vegaani. Et oisko sillon niin keskeinen osa elämää. Nyt tuntuu et ku on vegaani, et 20 jotain ikäsenä tykkäsin just käydä salilla sillee et vegan power huppari päällä ja tosi hyvä fiilis ku tota todennäköisesti ei ollu mitää vegaanimiehiä jotka treenas ja ite nosti enemmän penkistä ku ei vegaanimiehet, et se oli kyl pitkää sellane joka tuntu et.. Kertoo jotai et mun nimenomaan miehenä on pitäny todistella jotain. Lukioikäsenä riitti et laitto ne vegaanipinssit ja vaatteet, ja sen jälkeen tuli se et piti saada ittensä mahdollisimman kovakuntosen oloseks. Toki siis tekis mieli ravistella ihmisii sillee et tota pelkästään rikkoo stereotyyppijä omalla olemisellaan et olis sillee et tajuutteks te mitä te teette, mut se ei toimi. Se ei vaa oo sellasta mitä mä teen.”*  
(Sami, haastateltava 1)

Toisaalta, ryhmäytymistä lihansyöjiin ja kasvissyöjiin ei voi nähdä suoraan toistensa vastakohtana tuen saannin kautta, sillä osa haastateltavista koki muiden kasvissyöjien tuovan omaa arvomaailmaansa liian kärkkäästi esille muille, jolloin heihin ei haluttu samaistua, vaikka päämäärä kuluttamisessa olikin sama. Yksilöiden kritisoidessa toisia kasvissyöjiä haetaan erottautumista sille, että oma toiminta poikkeaa stereotyyppisten kasvissyöjien toiminnasta, jolloin voidaan käyttää termiä epäidentifiointi (disidentification) (Smith & Mackie 2007, 212–216). Hylkäämällä stereotyyppien

mukaiset tavat toimia yksilö etäännyttää itseään niistä toimien itselle ominaisella tavalla kapinoiden stereotyyppisten kasvissyöjien tapoja vastaan. Petteri käytti esimerkkiä myötähäpeän syntymisestä, ja ei halunnut muiden liittävän itseensä vastaavanlaisia merkityksiä.

*''Mun on pakko heittää tähä välii, mut must tuntuu et tosi moni vegaani on ahdasmielinen. Yks sellanen asia ku mä olin täysvegaani mua ärsytti iha käsittömättömästi muut vegaanit ja niiden jauhaminen ja jeesustelu. Ja mul tuli kanssa se et sen takii en haluu lokeroida itteeni ku se miten ne dissas ja dissaa ja puhuu muista ketkä syö lihaa Kyl mul synty vähä sellane myötähäpeä et emmä haluu niiku.. Mä oon mun oma tyyppini. (Petteri, haastateltava 3)*

Papaoikonomou ym. (2016) ovat havainneet, että tiettyyn ryhmään kuuluvat kiinnittävät huomiota siihen, mitä negatiivisia stereotypioita ryhmän ulkopuolelta heihin mahdollisesti kohdistetaan. Tämä puolestaan voi toimia vahvistavana tekijänä yksilötasolla toimia omalla tavalla irtautuen muiden stereotyyppisten kasvissyöjien tavoista toimia, jolloin pystytään rakentamaan identiteettiä itse haluamaan suuntaan.

### **4.3 Kuluttaminen neuvotteluna**

Kuluttaminen neuvotteluna viittaa jatkuvaan työhön itsensä selittämisenä muille ja itselleen, ja kulutusvalinnoista ollaan valmiita joustamaan mahdollisesti tietyissä tilanteissa. Neuvottelun kautta pyritään luomaan oikeutusta tekemisilleen, mutta vastapainona voivat olla ristiriidat, joiden kanssa kuluttajat joutuvat painimaan. Neuvottelun kautta tehdään valintoja sen suhteen, miten itseä tuodaan esille ulkopuolisille. Siihen olennaisena osana kuuluu tavoitteellisuus päästä kuluttamaan tavalla, joka koetaan merkitykselliseksi uuden identiteetin muodostumisen kannalta.

#### **4.3.1 Ristiriitojen kanssa painiminen**

Kulutusvalintoihin liittyy aina valintoja, ja valinnat voivat olla ristiriidassa oman uuden minän toteuttamisen kanssa. Aineistosta nousi esille mielenkiintoinen havainto siitä, miten joissain tilanteissa perusteltiin ristiriitaa oman identiteetin muodostuksen ja kuluttamisen välillä, jolloin tietyissä tilanteissa joustettiin ulkopäin tulleen paineen takia.

Esille nousi myös identifiointi, jolloin pohdittiin sitä, mihin itse loppujen lopuksi kuuluu, mikä puolestaan asettaa haasteita itsensä selittämisessä muille.

*”Se kasvissyönti ei tuu sen kautta että oisin identifioitunu johonki, vaa siihen mikä on eettistä ja oikein ja tarkoituksenmukaista. Nii senki takii ku ei oo identifioitunu mitenkää radikaalisti tähän, nii riippuen tilanteesta ni sitä saattaa aina vähän soveltaa.. Mukautuu.. Ja sit sitä saattaa perustella jotenki että vaikkei sitä haluis niin toimii siin tilanteessa. Oikeesti niiku haluis sanoo suoraan vaa et en syö. mut sitä vaa myönnyttelee että joo.” (Jussi, haastateltava 2)*

Jussi koki joutuvansa mukautumaan tiettyihin tilanteisiin sen takia, kun ei ollut identifioitunut selvästi mihinkään ryhmään. Omalle identiteetillä tärkeitä tekijöitä, kuten eettisesti toimiminen, tunnistettiin, mutta silti mukauduttiin sosiaalisten tilanteiden tuoman paineen kautta kuluttamaan itselle ei ominaisella tavalla, jolloin yksilön eettiset arvot eivät kohdanneet kulutusvalintojen kanssa tilanteissa, joissa sosiaalisuus oli läsnä.

*”Näen sen eettisyyden tärkeyden, mutta jos tulee tilanne vastaan jossa ei ole kasvisruokaa tarjolla, mitä teen? Noh, koska en ole identifioitunut mihinkään niin sallittakoon nyt sitten tämän yhden kerran.. Tyyliin vähä niinku. Mut jotkut ketkä on vegaaneja ni ihminen tarkasti sanoo että olen vegaani piste. Nii se ei jätä niille ihmisille vaihtoehtoa et eihä me voida ton yhen ihmisen nähä nälkää.” (Jussi, haastateltava 2)*

Jussi kertoi siitä, miten vegaaniksi identifioitunut pystyy sanomaan suoraan olematta syömättä lihaa, jolloin ei tarvitse käydä perustelua ja neuvottelua omien kulutusvalintojen kautta. Itsevarmuus omiin kulutusvalintoihin liittyen ei jätä muille vaihtoehtoa, mutta joustamisen ja mukautumisen myötä yksilön päätöstä kuluttaa itselle ominaisella tavalla ei välttämättä oteta tosissaan, jolloin yksilö kokee ristiriitaisia tunteita siitä, miten itseään tulisi ilmaista ulkopuolisille. Sosiaalisen identiteetin teorian mukaan itsekategorisointi eli identifiointi viittaa tässä pohdintaan siitä, mihin ryhmään itse kokee kuuluvansa, ja miten käyttäytyä tavalla, joka nähdään ryhmälle sopivana tapana toimia Taifel & Turner (1979). Jussi ei kuitenkaan kokenut identifioituneensa kasvissyöjäksi niin vahvasti, jolloin joutui kohtaamaan tilanteita, joissa ristiriitaisia valintoja täytyi tehdä. Jussi kuvaili vastaavanlaista tilannetta seuraavasti:

*”Tuolla kokemäellä just missä äiti ja miehensä asuu, joskus on tullu käytyy siellä, vaikka nyt jouluna nii.. Öö.. Siel oli siis äiti, miehensä, mä, broidi, hänen tyttöystävä tuli tapaninpäivänä. Kun jouluna oltiin kolmistaan äiti puoliso ja minä, nii sillon oli siis kalaa kylmäruokana, laatikoita ja kinkkuu. Jostakin syystä kun siinä*

*kysyttiin päivällä ku syötii kalat, ja illemmalla laatikot ja kinkku, nii sitten ku pöydässä oli sillon iltaruokailun aikana laatikot ja kinkku.. Niin kysyttiin sitten että otatko Jussi kinkkua.. '' noo, voin mä palan ottaa''. Et otin palan kinkkuu. Just vähä sillai.. Mut sitku broidi tuli tyttöystävän kanssa tapaninpäivänä ni piti laittaa kaikki ruuat uusiks. Pitäis olla vaan (lyö nyrkin kämmeneen). '' (Jussi, haastateltava 2)*

Selvää turhautumista tunnettiin sen suhteen, että jouduttiin tekemään uhrauksia kasvisruokavalioon liittyen. Vegaaniksi identifioitunut ei syö lihaa, jolloin koettiin, että hänen on helpompi selvitä vastaavanlaisista tilanteista. Kun täyttä identifioimista ei ole tapahtunut, niin tietyissä tilanteissa saatetaan lipsua omista periaatteista, vaikka niistä ei haluttaisi lipsua, jolloin myönnyttään kuluttamaan ristiriitaisesti.

Vastaavalla tavalla Tomi koki ristiriitaa oman identiteetin muodostumisen ja kuluttamisen välillä, jolloin ristiriitaisen valintojen tekemistä haluttiin välttää, mutta lopulta taivuttiin toisen henkilön tahtoon, joka koettiin toisen miellyttämisenä sen aiheuttaen jälkikäteen ristiriitaisia tunteita nostaten kysymyksen jälleen pöydälle.

*''Ehkä siitä kanakeitosta kun olin syömässä kaverin kanssa tuli vähän sellane et miks mä söin tätä. Mut en haluis aina et voisin järkeillä itelleni asioita. Ehkä semmone niiku.. Et sinänsä ku kaveri kehui sitä paikkaa eikä ollu kasvisvaihtoehtoja nii mä sen takii otan sitä ku ei oo jokapäiväistä. Mä en toisaalta haluu et joutuisin tekee ristiriitaisia valintoja, ei pysty sanoo toiselle asiaa, et onks se enemmä sitä toisen miellyttämistä. Se saa sen kysymyksen pöydälle et syötkö nyt vai et. Ja sit et ''no tosi harvoin ja sillee.''' (Tomi, haastateltava 6)*

Neuvottelua jouduttiin tekemään ruokavalintojen suhteen myös erilaisissa ryhmissä, jolloin esille nousi kysymys siitä, miten paljon ollaan valmiita luopumaan omasta arvomaailmasta ollakseen ryhmän jäsen. Tomi kuvaili joutuvansa tekemään eräänlaista vaihtokauppaa ryhmään kuulumisen ja itselle ominaisen kuluttamisen välillä. Vaihtokaupan voi nähdä viittaavan aikaisempaan esimerkkiin miellyttämisestä, jossa jouduttiin valitsemaan tiettyyn ryhmään kuulumisen ja omien kulutusvalintojen noudattamisen välillä.

*''Semmonen ehkä et haluu tulla hyväksytyks. Ei oo enää mulla mut aikaisemmin olin huomannu et jos sisältä tuntee että haluaa muutoksen nii tuntuu et se on aika vaikee ehkä jos on jossain ryhmässä ni on vaikee ehkä toteuttaa semmosii mitkä on järkevii ja oikein. Se on sellasta vaihtokauppaa et et voi saada molempia. Jos se ryhmä perustuu tiettyihin asenteisiin et pitää tehdä tietyllä tavalla ja tällasta, niiku*

*jos oikeesti haluaa muutoksia elämässä, niin onko järkevää olla ryhmässä?’’  
(Tomi, haastateltava 6)*

Myös arvaamattomissa tilanteissa jouduttiin tekemään päätöksiä sen suhteen, miten tilanteessa tulisi toimia. Mikko kuvaili tilannetta neuvotteluna ja taipumisena, jolloin toimittiin ristiriitaisesti itselle ei ominaisella tavalla joutuen kasvokkain valinnan kanssa syödä tai olla syömättä lihaa. Tämä liittyi neuvotteluun vanhan ja uuden identiteetin välillä, ja taipuessa kuluttamaan vanhan minän mukaan koettiin negatiivisia tunteita, koska ei oltu kykeneviä seisomaan uuden identiteetin synnyttämien omaksuttujen arvojen takana.

*’’Kun alotin ni vaikeinta oli just ne tilanteet joissa joutu kasvokkain sen valinnan kanssa et voinko syödä vai en. Esim oli yhet bileet kaverilla ja siellä oli liharuokia tarjolla, ja en ollu tuonu sitä nii selkeesti viel esille etten syö lihaa, ja sit mulle sanottii et maista noita. Sit siinä kävi sellasta neuvottelua ittensä kanssa et voiko syödä. Ja mielenkiintosta siinä oli ehkä se et useesti taipu sillon alkuaikoina siihen et söi.. Mut se tuntu sit jälkee päi tosi huonolta.. Ettei uskaltanu seistä omien arvojen takana.’’ (Mikko, haastateltava 7)*

Mikko totesi tilanteita olevan myös enemmän, jolloin ristiriitaisia valintoja on joutunut tekemään usein. Identiteetin kanssa ristiriitainen tapa toimia herätti mielessä ajatusten tulvan, joka jouduttiin prosessoimaan nopeasti tavoitteena perustella itselle, mikä olisi tilanteessa itselle luontaisin tapa toimia. Neuvottelutilanne vaati haastateltavalta nopeaa kykyä tehdä päätös, ja epäonnistunut valinta johti jälleen kerran ristiriitaisten tunteiden kokemiseen.

*’’Ja näitä tilanteita on ollu siis useita. Sillon ku se liha heitetään sun naaman eteen nii se ajatusten määrä joka vaa vyöryy päähän siinä vaiheessa nii.. Siinä pitää sit vaa tehdä se päätös että syökö vai ei. Et esim kerran vastaavanlainen tilanne tapahtu ku kaveri kävi kaupassa ja osti lihapiirakoita. Sit jouduin nopee mieltii et mitä sanon ja mitä teen. Päädyin sit lopulta syömää ja se herätti taas sen kysymyksen että miksi.’’ (Mikko, haastateltava 7)*

Tomi kuvaili vastaavanlaisia tilanteita testinä, jonka takia haluaa mennä tilanteisiin, joissa neuvottelua kulutusvalintojen kanssa joutuu tekemään. Tavoitteena on löytää keinot olla oma itsensä ilman, että minkäänlaista neuvottelua ei tarvitsisi käydä. Tällä tavalla tunnusteltiin sitä, miten pystytään olla kuka haluaakin olla, ja missä tahansa tilanteessa hyvänsä ilman, että ulkopuolisilla olisi enää niin paljon koettua negatiivista vaikutusta. Akkujen lataamisella viitattiin ryhmistä erkaantumisen seurauksena saatuun energiaan,



jonka jälkeen voitiin taas mennä testaamaan sitä, miten tilanteissa tulee reagoitua. Tärkeäksi koettiin itsensä kehittäminen vastaavanlaisten tilanteiden varalta, jos aikaisemmin on epäonnistunut kuuntelemaan järjen ääntä ja toimimaan kuten aidosti haluaa.

*''Tuntuu et pitää hetkellisesti erkaantua siitä ryhmästä et pää selvenee. Nii tuntuu et sen seurauksena saa energiaa takas tai ladattuu akkuja, nii kiva mennä uudestaan et voi oppia uusia asioita.. Et miten ylipäättänsä voi olla se kuka haluaa olla se mikä haluaa olla tai tuntuu mikä on ihan sama kuka on ympärillä. Kokee sen sellasena testinä aina. Et tietyllä tavalla jos on joskus vaikka antanu periks.. Et on menny sen ryhmäpainostuksen mukaan, nii tuntuu et alkaa vituttaa miks on taas menny eikä kuunnellu omaa järjen ääntä'' (Tomi, haastateltava 6)*

### 4.3.2 Moraalinen tasapainottelu

Haastateltavat kokivat myös moraalisia haasteita kulutusvalintojen kanssa. Moraalista tasapainottelua käytiin silloin, kun pohdittiin oman kulutuksen oikeanmukaisuutta ja sitä, miten itselle tärkeät ihmiset suhtautuivat niihin. Moraaliset valinnat perustuivat vahvasti itselle tärkeään tapaan kuluttaa, ja muiden ihmisten moraalinen poikkeavuus kulutusvalintoihin liittyen aiheutti negatiivisia tunteita haastateltavien pohtiessa, miten omaa kuluttamista tulisi suhteuttaa toisen henkilön tapaan kuluttaa.

*''Mä voisin kuvitella itteni syömässä hyönteisiä, mutta siihenki tartteis tehdä sellanen pieni moraalinen kartotus ittelleni päässä, ja nyt must tuntuu siltä et voisin syödä hyönteisiä, et en nää siinä moraalista ongelmaa. Siin on varmasti esimerkiks vertaispaino tyttöystävä, luulen et hän ei haluais syödä hyönteisiä tai hän näkis sen myös epäeettisenä. Mut sit toisaalta mul on myös semmosia moraalisia pikkivenytyksiä et mul on kaks kissaa ja ne syö täysin lihaa. Mut mun mielestä on myös vähä epäeettistä pitää lemmikkejä. Ja oma tyttöystävä on justiin täysin päinvastanen tästä et hän haluais tulevaisuudessa kissoja jos nää joskus sattuu kuolee. Et nyt mua jo vähä jännittää se että apua.''' (Simo, haastateltava 4)*

Simo kuvaili, miten joutuu tietyissä tilanteissa tekemään moraalista kartoitusta päässään, jotta voisi perustella tietynlaisen tavan kuluttaa itselleen moraalisesti oikeana. Kumppanin vastakkainen näkemys aiheutti jännityksen tunteita Simon joutuessa tekemään moraalisia venytyksiä, jotka olivat vastakkain oman moraalikäsitelmän kanssa. Moraalinen kartoitus vaati tunnustelua itsensä kanssa oikeasta ja väärästä, mutta läheisen henkilön moraaliset lähtökohdat voivat poiketa omista. Tämä saattaa johtaa moraalisiin venytyksiin eli uhrauksiin omien ja toisen moraalisten valintojen välillä. Simo avasi

tilannetta myös toisella esimerkillä, jossa joustamista omista eettisistä periaatteista joutui tekemään kompromissin muodossa.

*''Ehkä sitte ulkoset paineet ja sit rupee joustaa ne omat eettiset periaatteet, vaikka oma tyttöystävä joka ei suostu vaihtaa ruokavalionsa tai molemmat tulee vastaa et tekee kompromissin et syö vaikka juustoo pitsan päällä.''* (Simo, haastateltava 4)

Moraalinen tasapainottelu tuli esille myös Mikon kohdalla kumppanin eriävien käsitysten kautta. Tässä tilanteessa esille noussut keskustelu oikeasta ja väärästä aiheutti perustelua itsensä kanssa oman ja toisen osapuolen näkemysten välillä.

*''Tyttöystävä syö tosi vähän lihaa mut syö lihaa kumminkin. Et sille tää muutos ku kerroin nii se kyl tuki tosi paljon mut sitä harmitti sit kans ku ei voida jakaa enää niitä tiettyjä ruokailukokemuksia joita aikasemmi oltii jaettu. Ja sit siinäki on noussu esille se keksustelu siitä sen näkökulmasta ja mun näkökulmasta. Et mulla on ne eettiset syyt ja sillä aika pitkälti ympäristölliset, nii se sit on koittanu saada mut sillee et voisin syödä luomulihaa, ja sit huomasin et tuli taas ne ajatukset mielee et voinko vai en voi. Ja sit jouduin perustelee ittelleni alkuvaiheessa et nojoo kyl mä luomulihaa voin syödä.''* (Mikko, haastateltava 7)

Mikko jatkoi toteamalla, että nykyään tilanne on se, että neuvottelua moraalisten valintojen välillä ei haluta käydä, jolloin vältettiin rikkomasta omia eettisyyteen liittyviä tapoja kuluttaa. Tällöin tavoitteena oli sulkea ulkopäin tuleva vaikutus ja kuluttaa tavalla, jonka itse koki eettisesti ja moraalisesti oikeaksi. Eettiset periaatteet koettiin olevan vahva osa itseä, eikä niitä haluttu rikkoa vääränlaisilla kulutusvalinnoilla. Häpeä ja syyllisyys ovat tunteita, joita yksilöt kokevat herkästi silloin, kun toimivat omien moraalisten periaatteidensa vastaisesti (Tangney, Miller, Flicker, & Barlow 1996). Kuluttaminen moraalisesti itselle sopivalla tavalla voidaan nähdä Mikon kohdalla vahvempana kuin lipsuminen moraalista päätöksistä, mahdollisesti juuri näiden aikaisemmin mainittujen negatiivisten tunteiden välttämiseksi.

*''Mut nykyää on mielenkiintosta ku emmä ees halua lihaa. Mä koen etten tarvii sitä nii ihan sama onko luomua vai ei. Mä syön jotain muuta, koska on olemassa niin paljon hyvää kasvisruokaa ni miks mä rikkoisin niitä mun eettisiä periaatteita sen takia et saisin sen pihvin mun lautaselle.''* (Mikko, haastateltava 7)

Viittaus ulkopuolisiin auktoriteettina oikean ja väärän erottelijoina kuvasti sitä, miten mukautuminen ulkopuolisten mielipiteisiin ja ajatuksiin vaikutti omaan näkemykseen

kuluttaa moraalisesti oikealla tavalla. Epävarmuuden syntymisellä viitattiin omien ja ulkopuolisten moraalikäsitteiden kohtaamiseen, jolloin Jussille oli tärkeää olla kykenevä tekemään moraalinen valinta itse ilman ulkopuolisen auktoriteetin vaikutusta. Ulkoapäin tuleva paine kuluttaa tavalla, joka ei vastannut omia moraalisia periaatteita, tarkoittaa omien kulutusvalintojen tekemisen vallanantamista jollekin toiselle, johon Jussin mainitsema auktoriteetti nimenomaisesti viittasi.

*''Kasvisruokaan liittyy et miksi jokin on oikein ja miksi ei. Mut se ei tuu vaa silleen et ihmiset ulkoapäin sanoo et joku sanoo niin, se syntyy sisältä päin. Ja sehän synnyttää enemmän vaan epävarmuutta jos ihmiset sanoo että näin pitää tehdä. Pahimmillaan se ei.. Jos toiset sanoo että näin on oikein tehdä ja näin ei ole oikein tehdä. Eihän se välttämättä lisää mitään. Et jos ulkopuolelta sanotaan et syö lihaa. Et jos mukaudun sen mukaa et toinen on auktoriteetti ja tekee sen moraalisen valinnan sun puolesta'' (Jussi, haastateltava 2)*

Jussi nosti esille myös omaa moraalista pohdintaa siitä, miten ei uskalleta tuoda omaa itseä selkeämmin esille muille. Tällöin alettiin pohtimaan myös omia kulutusvalintoja ja perusteluja sille, miksi syö tiettyä ruokaa ja tiettyä ei. Hän tunnisti omassa toiminnassaan moraalisia haasteita, mutta koki hankaluutta sen kanssa, että oma kuluttaminen ei vastaa täysin sitä, miten ihannetilanteessa voisi eettisesti kuluttaa. Moraalinen pohdinta on henkilön sisällä käytävää neuvottelua omaan kuluttamiseen liittyen tämän saattaen aiheuttaa haasteita erilaisissa tilanteissa, joissa itselle tärkeitä moraalisia valintoja joudutaan tekemään.

*''Mut sitä kuitenkin miettii et miks ei vaan uskalla sanoa.. Et jos tietää et on menos kylään nii sanoo ettei syö lihaa, ettei syö mitään lihaa. Mä oon sitä miettiny et miks sitä kuitenki syö kalaa, miks syö munaa, maitotuotteita.. Et kalahan on.. Niiku lihaa. Siis et jos jotkut sanoo et ne syö kalaa et ne saattaa syödä kasvisruokaa muuten. Mulla se kuitenkin on koko luomakuntaa kohtaan. Et miks kalan tappaminen on ok? Tätä mä oon usein miettiny.''' (Jussi, haastateltava 2)*

#### **4.4 Kuluttaminen vapautumisena**

Kuluttaminen vapautumisena liittyy vahvasti niihin ennakkokäsityksiin, joita halutaan rikkoo miesten keskuudessa kulutusvalintoihin liittyen. Muotista pois astuminen ja pako tiukasti raamitetusta maskuliinisuuden vankilasta vapauttavat tekemään valintoja, joita yksilö haluaa päästä toteuttamaan. Vapautuminen nähtiin päämääränä, jonka kuluttajat pyrkivät saavuttamaan, tai kokevat jo saavuttaneen. Tärkeäksi tekijäksi nousi itsensä

toteuttaminen, jolloin tavoitteena on tilanne, jossa kamppailua ja neuvottelua ei joutuisi tekemään.

#### 4.4.1 Maskuliinisuuden kahleiden murtaminen

Maskuliinisuuden yhdistäminen lihansyöntiin koettiin haasteena kasvisruokavalioon siirtymisessä. Sami kuvaili miesten siirtymistä pois lihansyönnistä vankilasta pois pääsemisenä, jonka on tapahduttava, ennen kuin voi päästä aidosti toteuttamaan itseään. Sami käytti myös sanaa karsina, jonka sisällä muutos lihansyöjästä kasvissyöjäksi miesten kohdalla nähdään vaikeana.

*''Tietynlainen maskuliininen identiteetti on tosi tiukka. Et niiku jos aatellaan et sun on mahdotonta kuvitella et sun kaveri menee sivarii. Niin.. Et semmosessa karsinassa nii on aika vaikea ajatella jättävänsä lihan pois. Et se maskuliininen vankila tai.. Ehkä liian voimakas sana.. Se alue missä voi olla mies se on tosi pieni. Et siin on varmasti sellasta et liha jotenki liitetään niin vahvasti maskuliinisuuteen jollain tavalla.. Ikään ku siin nyt ois mitää maskuliinisuutta. Tietty tuote toisen sijaan.''* (Sami, haastateltava 1)

Maskuliinisuuteen viitattiin miesten kohdalla myös siten, että kasvisruokavalioon siirtyneet miehet koettiin nähtävän vähäpätöisempinä muihin verrattuna. Toisaalta, myös siirtymisen aloittamatta jättäviä, jotka ovat lihan syöntiä vastaan ideologisesti, kritisoiitiin, viitaten heihin lihan orjina sekä kykenemättöminä ottamaan viimeistä askelta kohti identiteettiä, joka sopisi yhteen oman arvo- ja ajatusmaailman kanssa.

*''Se maskuliinisuus ja nää. Ni tavallaan mä nään jos sä oot sellanen ihminen kuka mä oon joka ajattelee noi huonona juttuina, et teen oman mieleni mukaa. Mä nään sen tavallaa heikkoutena et jos sä oot massatuotantoa vastaan jos sä oot ekologinen ihminen. Et sit sä et oo kuka sä oot vaa sä oot sen lihan orja. Et jos sä oot sellanen et oot massatuotantoa vastaa ja sä kuitenkin syöt ja nii eespäin. Et mikä sua estää tekemästä sen viimesen askeleen. Et ainoa asia mikä sua estää on sellanen et pelko.. Pelko tai jaksamattomuus tai riittämättömyys. Mut sanoisin et aika monelle miehelle (korostetusti) on se et ne ei oo tarpeeks itsevarmoja lopettamaan sitä koska se on monelle varmasti aika kova paikka. Koska kyl sut nähää vähäpätöisempänä.''* (Petteri, haastateltava 3)

Vapautumista kuvailtiin myös pääsemisellä eroon ryhmistä, jotka altistivat kamppailulle ja neuvottelulle kasvisruokavaliossa pitäytymisessä. Tomi kuvaili, miten suhde muuhun ryhmään saattaa hidastaa tai estää omaa muutosprosessin läpivientiä, jolloin pyrittiin

erkanemaan ryhmistä, jotka aiheuttavat haasteita muutoksessa. Tässä esille nousi muun muassa yksin oleminen, jolloin ei joudu alttiiksi muiden ihmisten mielipiteille ja ajattelumalleille. Vaikka Tomi ei kokenut luopuneensa varsinaisesti miehisyydestään, niin hyväksynnän puute ryhmistä, joissa kyseisiä maskuliiniseksi koettuja arvoja arvostetaan, nousi esille.

*”Se ihmisen käsitys kuka on muodostuu ihmisistä joiden ympärillä on, kenen kaa se on tekemisissä. Ja jos se on aina tekemisissä ihmisten kanssa jotka pitää itteensä kovin maskuliinisenä niin tuntuu et ehkä sen ihmisen on hyvin vaikee alkaa luopua siitä semmosesta. Ku tuntuu et luopuu miehisyydestä nii tuntuu ettei oo osa sitä kaveriporukkaa nii se vaikuttaa paljon siihe ihmisen mieleen ja miten se toimii. En oo ehkä ikinä ite kokenu et oisin luopunu miehekkyydestä et enemmänä mul on ollu semmone.. Et on ollu pitkää se just mitä muut ihmiset ajattelee musta tietyl tavalla.. Ei se et oisin miehekäs itsessään vaan se muiden hyväksyntä.” (Tomi, haastateltava 6)*

Myös viittaus maskuliinisiin miehiin, jotka ovat siirtyneet kasvissyöjiksi, nostettiin esille. Niko kertoi, miten ulkopäin maskuliiniselta näyttävän miehen siirytessä kasvisruokavalioon oli hän myös itse alkanut miettimään asioita kasvisruokaan liittyen eri näkökulmasta. Tässä viitataan perusmieheen, jota kuvailtiin pitkänä, parrakkaana ja miehisenä, jonka näkemyksen kanssa vegaanius ei yleisesti ottaen sovi yhteen. Tilanne, jossa maskuliinisuus ja vegaanius kohtasivat, rikkoi perusmiehestä muodostettuja käsityksiä, joka itsessään sai Nikon pohtimaan kasvissyöntiin liitettyä maskuliinisuutta uudella tavalla.

*”Yks tyyppi kenen kaa puhuin ollu 10 vuotta kasvissyöjä, se on semmonen niinku tavallaa niiku aika miehisen näköne mies, iso parta ja niiku pitkä mies ja näin. Joka on myös semmone ristiriitane perusmies maskuliinisen käsityksen kaa. et mun mielest tollaset on tosi siistei hommii puhuu ihmisten kaa. Ja just miehisyydessä semmonen maskuliininen äijä jos semmonen ryhtyy vegaaniks niin kyllähän se sit pistää mieltii.” (Niko, haastateltava 5)*

#### **4.4.2 Muotista pois astuminen**

Ryhmässä, jossa ei hyväksytty omaa tapaa toimia, kuvailtiin muotiksi, johon ei uuden identiteetin muodostumisen kautta enää mahduttu. Tällöin ryhmistä tietoisesti erkaantuttiin kyseenalaistamalla koko ryhmän tarkoitusta ja olemassaoloa ja sen tärkeyttä itselle. Tomin esimerkissä muotti kuvasti vanhaa ryhmää tai vanhaa tapaa elää, josta pois astumisella viitattiin mahdollisuuden vapautua kohti uudenlaista minuutta.

*”Niillä on tietynlainen käsitys millane mun pitää olla jos mä en sovi siihen muottiin nini mä en oo tervetullu siihen.. Nii ei se perustu ees millekään ystävyydelle tai kaveruudelle.. Mun mielestä se perustuu pelolle et ihmiset pelkää sitä, ne haluu olla muiden seurassa jotain ja ne ehkä iteki miettii asioita mut väistelee niitä eikä haluu kohdata niitä. Ku ne ehkä pelkää mitä muut ajattelee niistä nii ne on ehkä jääny sellasee ryhmään missä ne saa.. Et ne voi olla jotain.” (Tomi, haastateltava 6)*

Tomi kertoi, miten aikaisempi elämä oli perustunut tietynlaiseen harhaan ja haluun päästä irti, jotta uutta minää pääsisi toteuttamaan. Kasvisruokavalioon siirtyminen oli saanut hänet selvittämään asioita ja näkemään ne uudella tavalla, jolloin vanhasta tavasta toimia on ollut helpompi luopua.

*”Siitä on tullu sellasta et tosi hyvä ruoka. Aluks siitä oli kaikkia ennakkoluuloja ja käsityksiä ja ne on vaikuttanu itteensä, kun ihmiset sanoo et eihän ne voi täyttää et mistä saat proteiinia ja tämmöstä. Mut ne kumoutu aika äkkii ku alkoi te selvittää asioita. Eläny vähä niiku harhassa tai semmosessa, väärissä käsityksissä ja kaikessa joista halus päästä irti” (Tomi, haastateltava 6)*

Myös Petteri kuvaili siirtymistä kasvisruokapuolelle uutena maailmana, joka nähtiin virkistävänä aikaisempaan maailmaan verrattuna. Tässä korostui varsinkin monipuolisempi ruokavalio ja tapa ajatella ruoasta eri tavalla, kun aikaisemmin tuli syötyä vain tietynlaista ruokaa. Eri maailman löytämisen voi nähdä viittaavan tutkimusmatkaan kohti uutta, jonka löytäminen koettiin mielenkiintoisena ja positiivisena. Tämä liittyy myös Watermanin (1984) ehdottamaan metaforaan tutkimusmatkasta, jossa yksilöt etsimällä pyrkivät tutkimaan ja löytämään omaa minuuttaan.

*”Emmä sit jaksaa alkaa keuhkoilee kenellekää sillee mistää ku ei se auta. Tavallaa ehkä vähä ajattelee mut ei se ollu se homman ydin kuitenkaa silloin. Mut mä huomasin sit kuinka virkistävä muutos se oli et sä aloit syömää tosi paljo niiku monipuolisemmi niiku aiemmin sä söit pelkästää jotai jauhelihaa ja makaronii tiiäkkö tollasta noin. Nii huomas et on kokonaan eri maailma käytännössä.. Nii se on mielenkiintosta.” (Petteri, haastateltava 3)*

Muotista pois astumista helpottavana tekijänä on koettu olevan myös se, jos ei koettu kuuluvan alunperinkään valtavirtaan, jolloin muutosta ei koettu niin radikaalina. Tällöin siirtyminen kuluttamiseen perusmuotin ulkopuolelle nähtiin helpompana sen ollessa sallitumpaa. Tilanne, jossa ulkoiset ryhmät eivät päässeet vaikuttamaan niin vahvasti, helpottivat Nikon kohdalla muotista pois astumista.

*”Ehkä sillai itelle ollu helpompi ku on aina ollu vähä semmone jollain tapaa ehkä ei niin valtavirtaa, tai on ollu nois musahommissa ja tavallaa sillee taiteellinen tyyppi nii on ollu helpompi tavallaa mennä siitä perusmuotista pois koska se on ollu sallitumpaa niissä puitteissa. Se on ollu ihan kiva sillee.” (Niko, haastateltava 5)*

Esille nousi myös illuusio, jossa on eletty, mutta kasvisruokavalioon siirtymisen myötä sen on koettu romuttuvan. Illuusiota kuvailtiin asiaksi, joka on iskostettu ihmisten päähän, ja josta on mahdollista irtautua. Niko sanoi illuusion murtumisen jälkeen kaiken lihan olevan pannassa, jolla viitattiin tietoiseen päätöstä olla palaamatta aikaisempaan tilanteeseen, jossa illuusiossa ollessa tuli oltua. Petteri nosti esille myös illuusion syntymisen erityisesti miesten kohdalla miehisten ihanteiden mukaan elämisenä, koska lapsuuden ajan käsityksiä lihasta ja miehekkyydestä joutui kuulemaan koko elämän ajan.

*”Et illuusio siitä että tarviit lihaa siihen et sä elät tai pärjät sit se sillee romuttu viimeistää siin ku vaa koitti sitä. Ja sitte, no sen jälkee on oikeestaa ihan itestä menny sillee ettei oo vaa syöny lihaa ja ainoo ainoo mitä meil on mitä välil tulee syötyy on luonnon kalaa ja tämmöstä niiku sillee ettei ihan strikti se ettei mitään kalaa söis mut sit kaikki muut lihat on ollu kyl täysin pannassa.” (Niko, haastateltava 5)*

*”Sitä oikeestaan toivotetaan koko sun lapsuus vähä niiku sun korvaa. Nii sit siit tulee myös vähä semmone niiku.. No sellanen.. Tavallaa niiku illuusio ettet sä voi tyylit elää ilman sitä lihaa.” (Petteri, haastateltava 3)*

Itsensä pakottaminen tiettyyn muottiin, oli kyse sitten lihan- tai kasvissyönnistä, koettiin myös ajatuksen tasolla pelottavana. Simo korosti sitä, miten muotista pois astuminen tapahtuu vain sitä kautta, kun itse tiedostaa miten haluaa kuluttaa irrottaen itsensä ulkopäin syntyneistä muoteista. Hän antoi esimerkin ulkoapäin oppineesta vegaanista, joka on saattanut rakentaa itselleen uuden muotin, johon astuu, ja tämän muotin rikkoutuminen nähdään pelottavana asiana. Vapautuminen kaikista muoteista edellyttääkin Simon mukaan kykyä tunnistaa ne piirteet, joiden mukaan haluaa kuluttaa ilman vaikutusta ulkopuolisten suunnalta.

*”Siin pitää olla just se miten ite nään sen et pitää vaa tehdä mikä itelle tuntuu oikeelta eikä sillee pakottaa itteensä mihinkää muottiin. Just mitä nostit esille nii ois sillee ehkä justiinsa hassua että jos on saanu ittensä johonki muottii sillee tavallaa et on tullu ulkoapäin se paine olla vegaani. Nii sitte se on jotenki hassua jopa pelottava ajatus jos sitte rikkoi sen muotin. Siin pitää just irrottaa ittensä niistä muoteista ja no, mä syön kalaa, mä en syö punasta lihaa ja kanaa ja that’s*

*it. Ei sitä pitäis joutuu selittelee kellekää et kaikil on omat syynsä.” (Simo, haastateltava 4)*

Muutosta kasvisruokavalioon kuvailtiin myös seurauksena muutoksesta, johon viitattiin vapautumisena. Jussi totesi, että muutoksen on lähdettävä itsestään ilman, että sitä omaksutaan ulkopuolelta. Vapauden etsimistä kuvailtiin kasvisruokavalioon liittyen ymmärtämällä sisäisesti se, mikä on oikein ja väärin, jolloin pystytään toteuttamaan itseä ilman, että toimittaisiin muiden sanomalla tavalla. Vapauden kaipuulla viitattiin itselle ominaiseen tapaan kuluttaa, jota tietynlaiset rajat estävät toteutumasta tavoitteena rajaton tila, jossa vapautuminen on mahdollista. Vapauden etsimisellä Jussi viittasi tilanteeseen, jossa vapaus haluttiin saavuttaa ymmärtämättä sitä, mikä mahdollistaa aidon vapautumisen. Viittaus oikeaan ja väärään kasvisruokavalioon siirtyvien kohdalla voi nähdä olevan esimerkki vapautuneesta kuluttajasta, joka on pystynyt vapautumaan kuluttamaan ilman, että minkäänlaiset rajat estävät toimimasta miten itse aidosti haluaa.

*”Se muutos kasvisruokaan on ollut seuraus muutoksesta, ei itseaiheutettu muutos, vaan luonnollinen seuraus muutoksen jälkeen joka on vaikuttanu niin moneen. Ihmiset tiedostaa ne rajat, ja ne haluaa päästä siihe johonki tilaa missä ei oo enää rajoja. Mut jos ihminen haluaa tästä eroon johonki vapautumiseen, mut se ei nää mikä pitää näitä rajoja yllä. Se lähtee ite ettimään sitä vapautta sen sijaan et se pyrkis ymmärtämään mihin se vapauden kaipuu perustuu. Ja kasvisruokaan liittyy et miksi jokin on oikein ja miksi ei. Mut se ei tuu vaa silleen et ihmiset ulkoapäin sanoo et joku sanoo niin, se syntyä sisältä päin.” (Haastateltava 2)*

#### **4.4.3 Inspiraation lähteet**

Inspiraation lähteinä siirtymisessä kasvisruokavalioon toimivat muut ihmiset, inspiroiva kirjallisuus sekä tietynlainen aktiviteetti yhdistettynä kasvisruokaan. Inspiraation lähteet toimivat siirtymisen laukaisijana tai helpottivat siirtymistä. Niko kertoi, että oli pitänyt itseään heikkona, kun oli päättänyt siirtyä kasvisruokavalioon, mutta toisen henkilön vaikuttaessa esimerkin voimalla siirtyminen koettiin helpompana.

*”Tuli tost mielee ku tota sillo just kolmisen vuotta sitte ku tyttöystävän kaa alettii seurustelee ja sitte tapasin yhen tyttöystävän frendin poikaystävän joka oli jo ollu tosi pitkään kasvissyöjä. Ni siel oli jotenki kans niiku esimerkin voimal joka vaikutti muhun, koska se oli viel semmone, tai se on tosi miten sen nyt sanois.. Semmone niiku miehekäs mies. Tosi lihaksikas, bodaa paljon. Ku siit ei välttämättä ees osaa sanoo et se on kasvissyöjä. Mut sitku tutustu siihe ja tajus et se niinku elää sil taval.*



*Mun mielest se oli tosi mageet nähä ja se sai itteeniki sit miettii viel enemmän. Kyl se on voinu vaikuttaa kans siihe et jotenki ajatellu et oonks mä nyt sit iha nössö tai jotai jos mä en syö (lihaa) vaik ei se nii oo.” (Niko, haastateltava 5)*

Myös tietynlaiset aktiviteetit, tässä tapauksessa kehonrakennus, koettiin vastenmielisenä, mutta yhdistettynä kasvisruokailuun niiden merkitys muuttui. Sami kuvaili, kuinka kehonrakennus itsessään ei häntä varsinaisesti kiinnosta, mutta vegaanikehonrakentajat ovat innostaneet häntä itseään aloittamaan kuntoilun toimien inspiroivana tekijänä.

*”Ja just tota mä ite fiilistelen tosi paljon et itelle kehonrakennus on semmonen jotenki ehkä vähä vastenmielinen ilmiö tai harrastus mut sit vegaanikehonrakentajat, aivan mahtavaa. Ylipäätään vegaanivoimailu tyypit, niin se on semmosta.. Ihan niiku mahtavaa. Et se on kyl inspiroinu mua. Siis sillee vaikee sanoa et miten paljon treenais jos ei ois vegaani. Et oisko se sillon niin keskeinen osa elämää.” (Sami, haastateltava 1)*

Kirjallisuuden kautta on myös onnistuttu ajattelemaan asioista eri perspektiivistä. Mikko kuvaili kasvisruokavalioon siirtymistä kipinäpä pään sisällä, joka syttyi liekkeihin, kun päätyi lukemaan kirjaa, jossa nousi esille eläintuotantoon liittyvät asiat. Hän nosti esille tarpeen saada herättelyä useasta suunnasta, jotta vanhan tavan mukaan voi siirtyä elämään uudella tavalla, ja inspiroivilla tekijöillä oli nähty olevan siirtymisessä merkittävä vaikutus.

*”Oli ollu semmonen ajatuksen kipinä mun pään sisällä, ja se sit lopulta sytty liekkeihin siinä vaiheessa ku luin kirjaa jossa puhuttiin eläintuotannon todellisuudesta sivujuonteena. Et monien tekijöiden summa. Musta tuntuu et ihmisii pitää herätellä monesta suunnasta et ne vois rikkoo sen niin sanotun opitun tavan elää.” (Haastateltava 7)*

Vastaavalla tavalla Samin kohdalla kipinä lihan pois jättämiseen syntyi kirjallisuuden kautta, jonka myötä moraalinen pohdinta ja empatian herääminen pääsivät tapahtumaan. Simo kertoi, kuinka kirjallisuuden avulla pystyttiin tunnistamaan, miten omat tavat kuluttaa vaikuttavat suuremmassa mittakaavassa, jolloin omia kulutusvalintoja jouduttiin kyseenalaistamaan. Inspiraatio, joka luetusta kirjallisuudesta syntyi, aiheutti haastateltavien kohdalla moraalista pohdintaa avaten ajattelua kasvissyöntiin liittyen.

*”Se varmaa se niiku kipinä lihan pois jättämiseen, kaikista asioista mä luin parapsykologi Jarl Fahler jolla oli tämmönen fiktiivinen dialogikirja kun saatanaa haastattelemassa jossa kertoja haastattelee saatanaa ja jumala juttelee sille jotai,*

*sellanen satiirityyppinen. Muistan et käsiteltiin sitä miten ihminen on asettanut itsensä tavallaan "luomakunnan herraksi", niin siitä jäi sellanen moraalinen pohdinta päälle. Ja tota siin tuli se et tuli jätettyä lihansyönti pois. Ajatuksen tasolla ehkä heräs sellanen olo." (Sami, haastateltava 1)*

*"Joskus luin en nyt saanu kokonaa luettua ku oli aika kristillisesti väritynyttä mut tällane Leena Huiman Jumala peilissä joka on semmonen kirja niinkun ykseydestä ja tavallaan siitä miten pitää pystyy käsittää se et kaikki mitä maailmassa on on samasta lähteestä, et kaikki on yhtä. Se avas niinku semmosta ajattelua." (Simo, haastateltava 4)*

Myös julkisuuden henkilöitä käytettiin esimerkkinä muutoksen edelläkävijöinä. Julkisuuden henkilöillä on todettu olevan vaikutusta muuttaa tai muokata kuluttajien suhtautumista brändeihin ja tapoihin toimia (Solomon 2007), jolloin inspiraatio julkisuuden henkilön kautta on saanut Nikon pohtimaan, miten kyseinen ilmiö varmasti inspiroi lukuisia muitakin ihmisiä kasvisruokavalioon siirtymiseen kannustamisessa. Maskuliinisuuden yhdistämistä lihansyöntiin on käytetty laajasti mediassa mainonnan välineenä (Browarnik 2012), jolloin asenteiden muuttaminen markkinoinnin keinoin nousee tärkeään rooliin, jotta oman identiteetin rakentaminen saa vahvistusta yhteiskunnallisesti hyväksyttävänä normina.

*"Varmaa ehkä yks esimerkki on musta barbaari joka teki sen muuvin joskus, se ryhty vegaaniks kertaheitolla. Sit ku sil oli kunnan hype päällä, nii sil oli satoi tuhansii seuraajii joihin on iha varmasti vaikuttanu sitä kautta. Se rupes niiku bodaamaan vegaanisafkan avulla ja niiku avas aika paljon sitä mitä se syö, ja just avas niitä syitä minkä takii se ryhty kasvissyöjäks. Et tommoset on varmasti tosi hyvii niiku bisnes mielessäki." (Niko, haastateltava 5)*

## **4.5 Kuluttaminen ankkurina**

Kuluttaminen ankkurina -metafora viittaa tietoiseen päätökseen kuluttaa tietyllä tavalla, jotta ei tarvitse käydä itsensä kanssa ristiriitaista perustelua ja keskustelua siitä, mikä on oikein ja mikä väärin, vaan sitoudutaan tapaan kuluttaa, joka koetaan itselle oikeaksi. Tässä tavoitteena on omien periaatteiden ja arvojen mukaan kuluttaminen, jolloin ei tarvitse käydä kamppailua tai neuvottelua kulutusvalintojen kautta. Ankkurimetaforan avulla kuvaillaan henkilöä, joka ei aio antaa niistä periksi.

### **4.5.1 Omalla tiellä pysyminen**

Tärkeää haastateltaville ankkuroitumisessa oli omalla tiellä pysyminen, jolloin omien periaatteiden mukaan toimiminen kasvisruokavalioon liittyen nähtiin kuluttamiseen liittyvänä ankkurina. Sami nosti esille vegaaniuden ja hyve-elämän, jotka ovat luoneet hänelle merkityksellisyyttä hänen ankkuroiduttua toimimaan niiden mukaisesti. Devine ym. (1998) kuvailevat kasvissyöjien linkittävän erilaisia tunteita ruokavalintoihin liittyen perustuen vahvasti omiin omaksuttuihin arvoihin, jolloin kuluttamisen kautta tapahtuva sitoutuminen voi edustaa vahvastikin itselle tärkeäksi koettuja asioita.

*” Yks mitä rupesin äsken mieltii niiku tota ajatus siitä et no varmasti identiteettiin liittyen musta tuntuu et mulla on tullu positiiviseks osaks identiteettiä veganismi. Kyl mä niinku itessäni oon huomannu sen et johdonmukaisesti toimii tietyllä tavalla eettisesti niin kyl se on sellasta niiku se on.. No vaikee välttää sellasia ylisanoja.. Mut ylipäättään jalo elämä, hyve-elämä. Kyl mä oon huomannu et tota jos elää omien periaatteiden mukaan niin se on vähän niiku ankkuri, semmonen et.. Mä en nyt usko mihinkään jumalaan tai muuhun tällaseen asiaan mikä monelle ihmisille on se heidän ankkuri. Niin tämmösistä tulee et on vegaani ja pyrkii niiku eettisesti toimimaan ni se on luonu mulle sellasta niiku.. Onnellisuus on väärä sana mut merkityksellisyyttä. ” (Sami, haastateltava 1)*

Myös eläminen omien periaatteiden vastaisesti nousi esille, jolloin tavoitteena oli välttää menemästä muiden viittomaa tietä. Tästä esimerkkinä viitattiin muihin ihmisiin, jotka tunnistavat tietyt piirteet itsessään, mutta elävät niiden vastaisesti. Vastaavalla tavalla Petteri kuvaili omien arvojensa mukaisen kuluttamisen tärkeyttä, joka tapahtuu sitoutumalla kulkemaan omaa tietään.

*”Kyl mä sanoisin et oisin ymmärtäny nää tietyt piirteet itessäni, mut se on vaa et päätti et alkaa elämään omien arvojensa mukasesti. Kyl mä sanoisin et moni ihminen ymmärtää edellee ne piirteet itestään mut elää niiden vastasesti. Mä sanoisin et mä tunnen monia sellasia ihmisiä. Se on sillee ettei oo harkinnu vaihtoehtoo mikä siin on sitte. Tavallaan mennään muiden viittomaa tietä eikä sitä omaa ” (Petteri, haastateltava 3)*

Sami pohti myös oman tien valitsemisen tärkeyttä, jotta välttyttäisiin kognitiiviselta dissonanssilta, johon viitattiin kuluttamiseen liittyen huopaamisena. Kun kuluttamisen ankkuri on laskettu, niin päätös vegaanina olemisena nähtiin onnellisuutta ja merkityksellisyyttä lisäävänä asiana, jolloin neuvottelua itsensä kanssa ei tarvinnut enää käydä. Kognitiivinen dissonanssi aiheuttaa ihmisissä yleisesti ottaen negatiivisia tunteita (Festinger 1962), jolloin ihmisillä on taipumus kehittää erilaisia strategioita sen hillitsemiseksi. Samin kohdalla sitoutuminen ankkuroitumalla kuluttamaan kasvisruokaa

koettiin helpompana kuin jatkuvan kulutusvalintoihin liittyvän kognitiivisen dissonanssin kohtaaminen.

*”Tosta onnellisuudesta ja merkityksellisyydestä, niin monesti ihmiset kysyee ensimmäisenä et eiks se oo kauheen vaikeeta olla vegaani. Mut musta tuntuu et ois paljon vaikeempi et jos välillä syön lihaa ja väillä en, et jatkuvasti joutuu tekee sitä duunia et välillä syö välillä ei. Et Vegaanina paljon helpompaa ku voi suoraan sanoa ettei syö lihaa, on tehny sen päätöksen eikä oo mitää huopaamista. Paljon vaikeempaa ku söin lihaa ja perustelin sitä ittelleni. Et se kognitiivinen dissonanssi et joudun perustelee itelleni jatkuvasti et ei tää oo nii paha.” (Sami, haastateltava 1)*

Ankkuroinnissa nousi esille myös itselle ominainen tapa ankkuroitua, jolloin esimerkiksi nousi loputon tie, jota pitkin pystyy menemään, ellei osata ankkuroitua kuluttamaan itselle parhaaksi näkemällä tavalla. Tässä esille nousi se, että kun vegaanius oli osalle haastateltavista selkeä päämäärä, niin osa haastateltavista näki sen päättymättömänä polkuna, jolloin tärkeäksi tekijäksi nousi kyky tunnistaa, miten voi ankkuroitua itse valitsemalleen tielle.

*”Aina voi tavallaa mennä seuraavalle tasolle siinä et miettii mitkä kasvisruokavaihtojen ympäristöystävällisyyttä ja mistä ne tuodaan ja työvoima millä tuotetaan ja kuinka paljon menee vettä ja pitää sademetsää kaataa niiden takii. Et se on loputon tie miten pitkälle pystyt menee siinä mietinnässä. Jotenki tuntuu tosi raskaalta jos joka jutus rupee tekee sitä. Et sit pitäisi ite kasvattaa omat härkäpavut...” (Niko, haastateltava 5)*

Niko jatkoi kuvaillen täysvegaaniuteen pyrkimistä itsensä repimisenä ja käyttäyksenä, jolloin vegaaniuteen siirtyminen koettiin raskaana. Polku kuvasti tässä suuntaa kohti jotain päämäärää, joka tarkoittaisi ankkurin nostamista ja uuden matkan alkamista. Vaikka ajatuksen tasolla vegaanius nähtiin kokonaisuutena hyvänä asiana, polulle vegaaniutta kohti ei ainakaan vielä koettu haluavan lähteä.

*”Kyllä se niinku tietysti ois ihan kiva ajatus tavallaa olla vegaani mutta mä jotenki koen et se vaatis niinku just et pitäis repii ja.. Vaatis niin tarkkaa sellast suunnitteluu koko ajan. Ja sellast käyttäystä. Se tuntuis mulle vähä liian raskaalt et ninku tavallaa sit se ympäristö ja eläinnäkökulmastahan se ois tosi hieno juttu mut mä ite en koe että ainakaa toistaseks oisin lähös sille polulle.” (Niko, haastateltava 5)*

Ankkuroituminen tiettyyn tapaan kuluttaa ei kuitenkaan tarkoita sitä, että ajatuksen tasolla pohdintaa kulutusvalinnoista ei enää tehtäisi. Simo nosti esille sen, miten löytää

ajattelustaan jatkuvasti reikiä pyrkien ymmärtämään sitä, millaisen haluaa oman ideaalimaailmansa olevan. Tämän tavoitteena on pyrkimys ankkuroitua kuluttamaan moraalisesti oikein perustein, mutta mahdollisesti puntaroida uusia vaihtoehtoja ankkuroitua toisenlaiseen tapaan kuluttaa.

*''Eettiset arvothan mulla on muuttunu jatkuvasti nii saa nähä.. Se kun koko aja kelaa asioita lisää ni sitte löytää omasta ajattelusta sellasia reikiä tai sitte tekee sinne semmosia reikiä ja voi olla että muokkaa omaa ajattelua sen mukaa millasen haluaa oman ideaalimaailmansa olevan. Et se on hyvin vaikee tehdä objektiivisia päätöksiä ihmisenä, ja sit ku ite vähä niiku käy sitä moraalista pohdintaa niin se sit saattaa viedä eri suuntiin ajattelun tasolla.''* (Simo, haastateltava 4)

Petterille oli tärkeää pitäytyä omissa päätöksissään. Vegaaniutta kokeiltiin, mutta se koettiin hyvin haastavana, jolloin siitä luovuttiin. Hän oli kuitenkin päättänyt palata vegaaniuteen, koska ei halua syödä mitään eläinperäisiä tuotteita, vaikka tiedostikin sen haastavuuden. Uudenvuodenlupauksen myötä Petteri päätti ankkuroitua vegaaniseen kuluttamiseen viimeistään vuoden lopussa, vaikka se vaatisi itsensä pakkottamista. Tässä esille nousi myös vahvasti kontrolli, jolloin toivottiin, että muutos tapahtuisi itsestään, mutta jos näin ei ole, se tultaisiin saattamaan loppuun väkisin.

*''Mähän olin koko vegaani, öö.. Pari kuukautta. Mut se oli jotenki tosi vaikeeta. Sillon ku mä aloin taas syömää kalaa ni mä vaa päätin et mä taas syön kalaa. Mä tein uudenvuodenlupauksen et tänä vuonna mä alotan uudestaan sitten sen koko vegaaniuden. Mutta.. Itseni tuntien ni se on se 31.12 ku mä sen teen mutta ei kai sillä oo nii väliä. Et kyl mä loppujen lopuks tuun pakottamaan että jos ei tuu itestä. Mut ei mul nyt oo mikää kiire tässä vaiheessa sillee. Ja kyllä välillä ajattelen et oon huono ihminen ku syön kalaa. Mut siis.. Se vegaanius tulee tapahtumaan.''* (Petteri, haastateltava 3)

Myös ristiriitaisuuksien välttäminen ankkuroitumisen keinoin nousi esille Mikon kohdalla. Viittaus ristiriitojen mereen heijasti kuluttamista neuvotteluna, jolloin ristiriitojen kanssa jouduttiin painimaan kulutusvalintoihin liittyen, sekä myöskin kuluttamiseen kamppailuna, jolloin joutui kestäämään ulkoapäin tulevaa kommentointia kasvisruokavalioon liittyen. Ankkuroiduttuaan itselleen ominaiseen tapaan kuluttaa Mikko oli tehnyt tietoisin päätöksen, jolloin tavoitteena oli ulkopuolisten tekijöiden minimoiminen sitoutumisen kautta.

*''Nykyää oon päättäny et sanon suoraa etten syö lihaa, oon valmis kohtaamaan sitten sen mahdollisen kysymyspatteriston tai tuomitsemisen jos sellasta on*

*tullakseen. Se on jotenki helpompaa ku sanoo vaa ettei syö, et ei tarvii enää seilata siinä ristiriitojen meressä voi iha suoraan vaan pitäytyä siinä mitä on päättäny. Mut ei siin oo mun mielestä mitää järkee et mä vaa toimin miten sattuu mun arvomaailmaa vastaa. Et jos joku lähtee mulle nyt tuputtaa lihaa ni se on ei ei ei, ja jos kysyy miksi ni mä selitän sitten miksi.” (Mikko, haastateltava 7)*

#### **4.5.2 Etiikka ankkurin laskijana**

Eettisyys nousi esille hyvin vahvasti haastateltavien kertomissa tarinoissa, ja se toimi myös ankkurina sitouttaen haastateltavia pysymään itselle asettamassa päätöksessä kuluttaa tietyllä tavalla. Eettisyys korostui tilanteissa, joissa lihan syöntiä pohdittiin mahdollisuutena, jolloin eettiset periaatteet estivät päätöksen syödä lihaa.

*”Enemmän se eettisyys. Aina on ollut hyvin eläinrakas ihminen, tuntuu et se semmonnen.. Ollu hyvin niiku hankalaa syödä toista elävää olentoa vaikka ei enää eläkään mut et on eläny et mä saisin syötävää. Jos nään vaik välil et tulee vaikka tollane pihvi, niin nään sen eläimen joka elää siel häkissä vangittuna, en pysty niiku olla näkemättä sitä toista puolta pelkästään, et tulee se toinen puoli et miten se on tuotettu, se tietynlainen kärsimys mikä siihen sisältyy.” (Timo, haastateltava 6)*

Eettiset perusteet toimivat monelle haastateltavista ankkurin laskijana, jolloin päätös kasvisruokavalioon siirtymisestä sai alkunsa. Kun ankkuri oli laskettu, niin päätöksestä oli vaikeampi lipsua empatian heräämisen seurauksena.

*”Se oli selkeesti eläinoikeus juttu. Et tota.. Jos mä muistan joskus lukion alussa ehkä tai niillä paikkeilla joku dokumentti, ei varsinaisesti liittynyt lihantuotantoon, oli delfiinejä tai jotain, ja siin niiku tuli joku et empatia heräs jollain tavalla. Tuli jotenki sellane et liitinkö ite lihantuotantoon vai oliks vaa ylipäätään.. On muitakin eläimiä kuin lemmikit.” (Sami, haastateltava 1)*

Simo kuvaili myös omaa suhtautumistaan kasvissyöntiin peilaten terveydellisten ja eettisten syiden eroihin, jossa eläinoikeusnäkökulma nähtiin totaalisenä, jolloin siinä oli helpompi pitäytyä. Tällä viitattiin myös ruoan kuluttamiseen symbolisena toimintana, jolloin omilla kulutusvalinnoilla pystyttiin näyttämään muille, mihin aidosti uskoo.

*”Mä toivoisin että suuri osa ihmisistä.. Tai kaikki ois kasvissyöjiä, vegaaneja. Ja että ne tekis sen mitä kautta tekeekään, mutta toivoisin että tekis sen eläinoikeussyistä koska... Jos mä oisin ite terveystyistä, niin tuskin mä enää oisin koska ois tullu joku uus ravintosuositus joka ois vakuuttanut mut jostain muusta. Eläinoikeuspaino on niin totaalinen et kun kerran sen valinnan on tehny niin siinä on helpompi pysyä.” (Sami, haastateltava 1)*

Myös Petterillä muutoksen käynnistäjänä toimivat eettiset perusteet hänen nähdessä kuvan kärsivästä eläimestä. Tämä aiheutti ketjureaktion, joka sai haastateltavan pohtimaan omaan kuluttamiseen liittyviä eettisiä kysymyksiä. Päätös siirtyä kasvissyöntiin tapahtui tiedostamalla se, että hän päätti seistä arvojensa takana lopettamalla lihansyönnin kokonaan.

*''Tuli joku mimmi vastaa mil oli niiku kuva missä se hymyili sellatteen norsun kaa mikä oli tiiäkö kahlittuna sit mul tuli siit semmone et se on tosi oksettava kuva.. nii sit mä aloin miettimään sellasia eläinoikeusasioita.. Mä mietin niitä pari päivää.. Muutaman päivän.. Sit mä olin kaupassa ostamassa ruokaa ja tota.. Ja mä ostin taas perus jauhelihaa sieltä kaupasta ja sit mä aloin miettii niinku täs mä taas ostan lihaa tiiäkö ja sit aloin miettii sitä massatuotantoo.. Sirkuseläimiä.. Käynnisti sellasen ketjureaktion. Ja sillee ja mä kelasin et mitä sä niinku ajattelet tällasii asioita sä et ikinä tee millekään asialle yhtään mitään. Ja mä olin sillee et ihan sama mä en enää syö lihaa. Ja siit se sitten lähti.''* (Petteri, haastateltava 3)

Eettisiä tekijöitä kuvailtiin myös kasvissyönnin laukaisijana, jolloin muut tekijät, kuten terveydelliset ja ympäristölliset tekijät, toimivat lähinnä päätöstä vahvistavina tekijöinä. Muutosta kuvailtiin helpompana, kun päätös ankkuroitua perustui eettisiin lähtökohtiin, jolloin kiusausta palata lihansyöntiin ei koettu niin vahvana. Tutkimuksessaan Hamilton (1993) havaitsi, että eettisistä syistä kasvissyönnin aloittaneet lopettivat lihansyönnin todennäköisemmin kertaheitolla tavoitteena kuluttaa johdonmukaisella tavalla.

*''Sanotaa näin et kaikki eettisen syyt laukas sen homman. Kaikki muut on ollu sillee et ne on vahvistanu sitä mun päätöstä. Ne terveydelliset syyt vahvisti. Et loppujen lopuks siit tuli vaa vähä helpompaa ku teit sen niistä eettisistä syistä ja sit aloit miettimään sitä asiaa. Et täs on kaikkee muutaki hyvää.''* (Petteri, haastateltava 3)

Simolle eettisyys nousi esille töiden kautta, jossa joutui käsittelemään lihaperäisiä tuotteita. Tämä sai eettisyyden nostamaan päätään esille, jolloin ankkuroituminen eettisiin syihin perustuen koettiin vahvempana. Negatiiviset koetut tunteet lihansyönnin eettisyyteen liittyen toimivat vahvana motivaattorina kasvisruokavalioon siirtymisessä eettisistä syistä kasvissyönnin aloittaneilla nähden liha ruokana iljettävämpänä verrattuna terveydellisistä syistä siirtyneisiin kasvissyöjiin (Beardsworth & Keil 1992). Simon kohdalla lihansyöntiin liitetyt eettiset kysymykset saivat hänet ajattelemaan lihansyöntiä eri näkökulmasta, jolloin eettisten tekijöiden koettiin helpottavan siirtymistä.

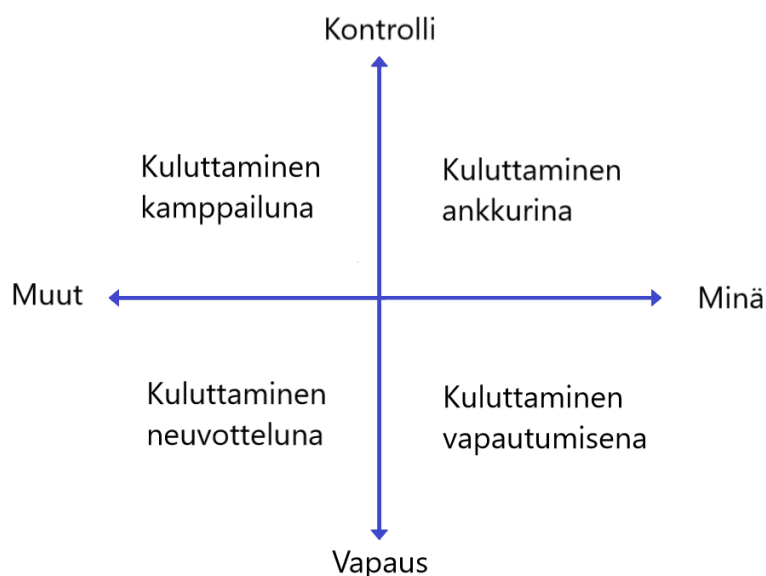
”Ai niin mä alotin duunin kotipitsassa ja siellä tuli käsiteltyä kinkkua aika paljon sellasissa kolmen kilon pusseissa semmost viipaletta ja sitä juustoa aivan järkyttävissä tukkupakkauksissa ja se helpotti varmasti sitä siirtymistä. Se oli varmasti se missä se eettisyys alko nosta vahvemmin päätä esille.” (Simo, haastateltava 4)

Simo myös mainitsi, että siirtyminen kasvisruokavalioon oli aikaisemmin ollut lähes täysin terveyteen liittyvää toimintaa, mutta nykyään kuluttaminen perustuu täysin eettisyyteen terveydellisten syiden ollessa huomattavasti pienemmässä roolissa.

”Ehkä se siirtymävaihe siitä oli jotain kaks vuotta. Mä en niiku aatellu asiaa ollenkaa mut sit vaa mä huomasin et en mä osta esimerkiks juustoo enää ollenkaa. Emmä koe tarviivani sitä. Ja sitä myötä on tullu sitte etiikka mukaan siihe, sitä ennen melkee puhtaasti vaa omaa terveyttä edistävää toimintaa. Myös se etiikka nyt mukana. Että eettisistä syistä ei halua syödä lihaa tai mitään eläinperäisiä. Mä veikkaan et nykyään... Tai on se eettisyys paljon tärkeempi koska mä nään et mä en mielestäni syö terveellisesti ees enää. Niin, kyl se on ihan puhtaasti eettinen” (Simo, haastateltava 4)

#### 4.6 Tulosten yhteenveto

Aineiston perusteella tunnistettiin neljä kuluttamisen metaforaa, joiden avulla haastateltavat toivat itseään esille. Näitä tarinatyyppisiä kuvataan nelikentän avulla (kuvio 3), jossa pysty akselin päistä löytyvät *kontrolli* ja *vapaus*, ja vaaka-akselin päistä *muut* ja *minä*.



Kuvio 3. Tulosten yhteenasettaminen



Kontrolli kuvastaa sitoutumista ja pysyvyyttä. Kuluttaminen kamppailuna ja ankkurina vaativat haastateltavilta kontrollia pitäytyä omassa tavassaan kuluttaa ankkuroinnin tarkoittaessa päätöstä sitoutua kuluttamaan itselle ominaisella tavalla, ja kamppailun puolestaan selviämistä ulkoapäin tulevia uhkia vastaan. Päätös ankkuroitua tehdään tavalla, jonka itse kokee itselle tärkeäksi, ja tavoitteena on sulkea ulkopuolelle muiden suunnalta tuleva vaikuttaminen. Kamppailua käydessä kuluttaja joutuu selviämään ulkoapäin tulevista vaikutteista, jolloin itsensä suojeleminen nousee tärkeäksi tekijäksi tätä vaikuttamista vastaan.

Vapaus viittaa itsensä toteuttamiseen, jolloin kyetään ymmärtämään aikaisempaan identiteettiin liittyvät puolet, joista halutaan luopua siirryttäessä kohti uutta identiteettiä. Itsensä toteuttaminen vapautteen tähtäävänä toimintana ei ole välttämättä lopullinen päämäärä, vaan pikemminkin prosessi, jonka kautta yksilö pääsee toimimaan aidosti itse haluamallaan tavalla (Rogers 1963). Kuluttaminen vapautumisena tapahtuu yksilön ymmärtäessä, mitkä tekijät ehkäisevät siirtymää, ja tärkeään rooliin nousevat minuus ja toimiminen yksilönä, joka ymmärtää, miten haluaa ja ei halua kuluttaa. Kuluttaminen neuvotteluna puolestaan liittyy pyrkimykseen toimia tavalla, joka mahdollistaa muista riippumattoman tavan kuluttaa suuntana vapaus toimia, kuten itse haluaa.

Minä ja muut- akselin olennaisena osana on huomioida ympäristön vaikutus. Kamppailu ja neuvottelu nostavat ympäristötekijät suureen rooliin, ja haastateltavat, jotka kuvailivat käyneensä kamppailua ja neuvottelua, mainitsivat myös sen, miten ympäristö on ollut siirtymisessä olennaisena tekijänä, jolloin muiden henkilöiden vaikutus on nähtävissä. Vapautuminen ja ankkuroitumien puolestaan koettiin yksilötasolla helpompana, kun ympäristötekijät eivät ajaneet kuluttajia niin vahvasti käymään kamppailua ja neuvottelua.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA YHTEENVETO

### 5.1 Tutkimuksen yhteenveto

Tutkimuksessa tunnistettiin neljä kuluttamisen päämetaforaa, joiden kautta kasvisruokaan siirtymistä tarkasteltiin haastateltavien kertomien tarinoiden pohjalta tarkemmin. Näitä olivat kuluttaminen kamppailuna, kuluttaminen neuvotteluna, kuluttaminen vapautumisena, sekä kuluttaminen ankkurina. Kamppailua käytiin lukuisalla eri tavalla, ja siinä korostui muiden ihmisten vaikutus merkittävästi. Neuvottelua kulutusvalintoihin liittyi esille ristiriitojen välttämisen ja moraalisen pohdinnan kautta, jolloin omia kulutusvalintoja peilattiin ulkopuolisten asenteisiin ja toimintatapoihin. Vapautuminen nousi tärkeään rooliin haastateltavien kuvaillessa tarinoita vanhan minän taakse jättämisestä, ja uuden identiteetin omaksumisesta. Tässä huomionarvoista oli maskuliinisuus sekä vanha tapa elää, joista poispääsyä tukivat osalla haastateltavista inspiraatiota aiheuttavat tekijät. Ankkuroituminen puolestaan edusti pysyvyyttä, jolloin kasvisruokavalioon sitouduttiin erilaisten ankkuroinnin keinojen kautta.

Tutkimuksen tuloksia havainnollistava nelikenttä (Kuvio 3) nivoo tarinat yhteen. Tarinoiden ollessa yksilöllisiä ja rikkaita omalla tavallaan pystyy aineistosta näkemään selkeää yhteneväisyyttä kasvisruokavalioon siirtymisessä. Kontrollia vaaditaan ankkuroitumisessa omaan tapaan kuluttaa, sekä kamppailussa ulkoapäin tulevaa painetta vastaan. Neuvottelun kautta puolestaan itseä peilataan ympäröiviin ihmisiin, jotta muutos onnistuisi ilman, että mitään neuvottelua tarvitsisi käydä. Vapautumisen kautta yksilö puolestaan kykenee tunnistamaan itsessään piirteet, joiden mukaan haluaa toimia olematta ajautumatta neuvottelemaan muiden kanssa omaan identiteettiinsä liittyen.

### 5.2 Johtopäätökset

Tutkimuksen tutkimuskysymyksinä oli tutkia, millaisia kuluttamisen metaforia kasvisruokavalioon siirtyneiden suomalaisten miesten kertomista tarinoista voidaan tunnistaa, sekä mitä merkityksiä näihin kuluttamisen metaforiin kytkeytyy. Tuloksia analysoitaessa tunnistettiin neljä (4) kuluttamisen päämetaforaa, joiden sisällä aineistossa esiin nousseita metaforia analysoitiin tarkemmin. Metaforien avulla haastateltavien

tuomat merkitykset nostettiin esille pääpainon ollessa haastateltavilla merkitysten välittäjinä.

Kuluttamisen ja identiteetin tutkimuksen näkökulmasta kasvisruokavalioon siirtyminen koettiin itselle merkittävänä siirtymänä identiteetin tasolla, sillä siihen liittyi lukuisia haasteita, onnistumisia, sekä symbolisia ominaisuuksia. Kamppaillessaan ulkoapäin tulevaa painetta vastaan haastateltavat kuvasivat, miten omia kulutusvalintoja on täytynyt joutua perustelemaan sekä puolustamaan muille, jolloin negatiivisia kokemuksia koettiin oman kuluttamisen ja identiteetin muodostumisen seurauksena. Haasteista huolimatta haastateltavista kukaan ei kokenut aikovansa luopua uudesta omaksutusta identiteetistään, vaan oli havaittavissa, että tilanteisiin onnistuttiin sopeutumaan tavoitteena voittaa haasteet ja ulkoapäin tuleva paine palata takaisin vanhaan.

Myös ryhmillä koettiin olevan vaikutusta haastateltavien suhtautumisessa kasvisruokavalioon. Läheiset, kuten ystävät, kumppani ja vanhemmat, toimivat kaikki joko myötävaikuttajina tai muutosta hidastavina tekijöinä, joiden kanssa haastateltavat joutuivat tekemään työtä sosiaalisen identiteetin muodostamisen kanssa. Haastateltavat nostivat esille sen, miten hakeudutaan ryhmiin, joissa muutosta tuetaan, ja rakennetaan eroa ulkopuolisiin ryhmiin, jotka muutosta haastavat, joka linkittyy sosiaalisen identiteetin teorian mukaisesti kategorisointiin, jossa korostuvat erot ulkopuolisiin ryhmiin ja samaistuminen itsensä hyväksyviin ryhmiin. Tämän perusteella onkin nähtävissä, että kasvisruokavalioon siirtyminen voi tapahtua herkemmin ympäristötekijöiden mahdollistaen kuluttajille mahdollisuus toimia haluamallaan tavalla. Tästä voikin päätellä, että siirtymistä tukeakseen markkinoinnilla voi nähdä olevan suuri vaikutus siirtymävaiheen helpottamisessa rikkoen vanhoja käsityksiä ja malleja, ja sitä kautta helpottaa siirtymistä miesten keskuudessa. Etenkin kuluttaminen kamppailuna oli vahvinta silloin, kun ulkoapäin tuleva paine omia kulutusvalintoja kohtaan oli suuri, joka nousi haastateltavien kohdalla usein esille. Merkityksellisyys korostui kamppailumetaforan kohdalla haluna kuulua ryhmään, jossa itsensä aidosti hyväksytään.

Neuvotteluvaiheessa nousi vahvasti esille ristiriitaisen kuluttamisen aiheuttamat paineet. Kun päätös kasvisruokavalioon liittyen oli tehty, niin koettiin, että tietyissä tilanteissa joutui joustamaan uudesta identiteetistään ulkoapäin tulleen painostuksen kautta. Tätä ei ollut havaittavissa kaikkien haastateltavien kohdalla, mutta osalla se korostui vahvasti.

Neuvottelutilanteissa olennaista haastateltavien kohdalla näkyi olevan omien arvojen takana seisominen, joka ei onnistunut, jos muiden tahtoon mukauduttiin. Tämän voi nähdä olevan yhteydessä ankkuroitumiseen: Osalla haastateltavista ankkuroitumista itselle ominaiseen kuluttamiseen ei ollut päässyt niin vahvasti tapahtumaan, jolloin jouduttiin käymään neuvottelua omiin kulutusvalintoihin liittyen. Muun muassa haastateltavat, jotka eivät nostaneet esiin neuvottelua, olivat myös vahvasti ankkuroituneet kuluttamaan kasvisruokaa joko vegaanina tai vegetaristina, eivätkä kokeneet valintaan liittyvää epävarmuutta, ainakaan niin merkittävästi, että joutuisivat käymään neuvottelua kuluttamisen suhteen. Haastateltavien kokema merkityksellisyys heijastui etenkin siinä, miten tärkeää on päästä kuluttamaan ilman ristiriitoja.

Itsensä kehittäminen nousi esille pyrkimyksenä vapautua vanhasta tavasta kuluttaa. Kuluttaminen vapautumisena viittasi vanhan identiteetin jättämiseen taaksepäin, jotta uuden identiteetin mukaan on mahdollista toimia. Miehiin liitetty maskuliinisuus heijastui haastateltavien pohtiessa sitä, miten vapautumisen saavuttaakseen on kyettävä luopumaan näistä käsityksistä. Myös vanhan elämän taakse jättäminen, muotista pois astuminen, koettiin vapautuminen kuluttaa kuten haluaa koettiin merkityksellisyyttä lisäävänä asiana. Vapautumisen tukevinä elementteinä toimivat inspiroivat tekijät, jotka helpottivat siirtymistä pois maskuliinisuuden käsityksistä sekä vanhoista muoteista. Muun muassa kirjallisuus, maskuliinisia arvoja edustavat kasvissyöjämiehet, sekä tunnettujen henkilöiden näyttämä esimerkki nousivat esille.

Kuluttaminen ankkurina toimi monelle haastateltavista merkityksellisyyttä lisäävänä asiana. Muun muassa omien arvojen mukaan kuluttaminen lisäsi merkityksellisyyttä, koska ristiriitaista kuluttamista ei tarvinnut enää käydä. Kontrollin kautta vältettiin myös kognitiivisen dissonanssin syntymistä, jolloin kuluttamista neuvotteluna pystyttäisiin välttämään. Ankkurimetafora nousi tärkeään rooliin sitoutumisen kannalta, sillä sitoutuessaan itselle merkitykselliseen tapaan kuluttaa, haastateltavien ei tarvinnut pohtia niin vahvasti omia kulutusvalintoja suhteessa muiden sanomisiin ja mielipiteisiin. Ankkuroitumisen voikin nähdä olevan keino toimia tavalla, joka nähdään itselle parhaimpana tapana toimia ristiriitaisen kuluttamisen aiheuttavien tunteiden välttämiseksi.

Merkityksellisyyttä koettiin usean tekijän kautta, ja ne vaihtelivat haastateltavien kohdalla riippuen siitä, mitkä kuviossa 3 esitetyistä kuluttamisen metaforista korostuivat. Kasvisruokavalioon siirtyneillä ryhmien oikeanlainen valitseminen korostui, sillä se helpotti kamppailua ja neuvottelua, ja kuluttaminen vapautumisena edellytti haastateltavista syvällistä ymmärtämistä sen kanssa, miten aidosti haluaa itseään toteuttaa kulutusvalintojen kautta. Ankkuroitumisen voi nähdä kontrollin kautta olevana itsensä suojelemisena siltä, että kamppailun ja neuvottelun tuomia negatiivisia tunteita ei tarvitse enää kokea, ja se toimi monelle haastateltavista merkityksellisyyttä lisäävänä asiana, jotta kuluttaminen uuden identiteetin mukaisesti voisi tapahtua.

### **5.3 Tutkimuksen kontribuutio**

Tutkimuksen kontribuution voi jakaa kolmeen osaan, joita ovat teoreettinen, metodologinen sekä kontekstisidonnainen kontribuutio (Ladik & Steward 2008, 163). Kontribuution tehtävä tutkimuksessa on tunnistaa, miksi tutkimus on tärkeä, sekä mitä uutta se tarjoaa aikaisempaan kirjallisuuteen verraten (Ladik & Steward 2008). Ihannetapauksessa tutkimus tuottaa kontribuutiota kaikissa näissä osa-alueissa, mutta se ei ole kuitenkaan välttämätöntä. Ladik & Steward (2008) toteavatkin, että tutkimus on onnistunut, jos se tuottaa merkittävää kontribuutiota edes yhdessä näissä osa-alueissa.

Tutkimuksen teoreettinen kontribuutio ottaa kantaa aikaisempaan kuluttamiseen, identiteetin sekä kasvisruokavalioon liittyvään tutkimukseen, sekä tarkastelee tutkittavaa ilmiötä huomioiden kaikki nämä osa-alueet yhdessä. Lähtökohdaltaan tutkimus on myös ajankohtainen, sillä kasvisruokavalioon liittyvä tutkimus korostuu ajankohtaisten aiheiden, kuten ympäristökysymysten sekä uusien innovatiivisten lihankorvikkeiden markkinoille tulon myötä. Markkinoinnin näkökulmasta aiheen tutkiminen vaatii puolestaan aiheen syvällistä ymmärtämistä, joka puolestaan edellyttää kuluttajien aitojen kokemusten kautta hankittua tietoa. Rosenfeld (2018) mainitseekin, että psykologian sekä sosiaalitieteiden yhdistäminen kasvissyönnin tutkimuskenttään voi hyödyttää ilmiön ymmärtämistä rikkaamman kirjallisuuden muodossa.

Tutkimuksessa tunnistettiin aineistosta nousseita kuluttamisen metaforia, joita ei aikaisemmin ole hyödynnetty kasvisruokavalioon liittyvässä tutkimuksessa yhdistettynä identiteetin ja kuluttamisen tutkimukseen. Tutkimuksen induktiivisen luonteen vuoksi

teorian rakentaminen aineistosta korostuu, jolloin kuluttamisen metaforien tunnistaminen lisää teoreettista kontribuutiota niiden tarjotessa pohjan tutkia kasvisruokavalioon siirtymistä moninaisemmin. Teoreettiselta kontribuutioltaan tutkimus tarjoaakin uuden tavan tarkastella kasvisruokavalioon siirtymistä kuluttamisen ja identiteetin näkökulmasta, jolloin kuluttamisen metaforia hyödyntämällä pystytään ymmärtämään ilmiötä eri näkökulmasta verrattuna perinteisiin tapoihin tutkia ilmiötä.

Kontekstisidonnaista kontribuutiota tutkimus tuo esille keskittämällä tutkimuksen koskemaan suomalaisia miehiä sekä kasvisruokavalioon siirtymiseen liittyviä merkityksiä. Kulttuurien välillä on havaittu selkeitä eroja siitä, miten lihasta ajatellaan ja miten siihen suhtaudutaan eri kulttuurien välillä (Tian, Hilton & Becker 2016), jolloin tutkimuksen kohderyhmän ollessa nimenomaan suomalaiset miehet, auttaa se valottamaan ilmiötä kyseiseen kulttuurilliseen kontekstiin, mutta antaa myös osviittaa hyödyntäen identiteetin ja kuluttamisen tutkimusta kasvisruokavalioon siirtymisen kontekstissa.

Myös miesten ja naisten välisiä eroja kasvisruokavalioon siirtymisessä on tärkeää ymmärtää paremmin miesten kuluttaessa enemmän sekä useammin lihaa suhteessa naisiin (Schösler ym. 2015; Keller & Siegrist 2015; Love & Sulikowski 2018). Kontekstin rajautuessa nimenomaan tutkimaan miesten kasvisruokavalioon siirtymistä tutkimus kohdentuu tunnistamaan ilmiötä näiden linssien kautta, jotta aihetta pystytään ymmärtämään tästä näkökulmasta entistä syvällisemmin.

Metodologisena kontribuutiona tutkimus tuo kuluttamiseen, identiteettitutkimukseen, sekä kasvisruokavalioon liittyen lisää rikkautta hyödyntämällä narratiivisia menetelmiä. Metodologisesti narratiivit ovat rikas mutta varsin vähän käytetty keino kuluttajien paremman ymmärryksen saamisessa. Narratiivisen tutkimuksen avulla tutkimus keskittyy haastateltavien kertomien tarinoiden tutkimiseen, joka tarjoaa uuden tavan tarkastella ilmiötä. Identiteetin rakentuessa narratiivien kautta (Ricoeur 1991; Hermans 2003) sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, tarjoaa kuluttamisen ja identiteetin tarkastelu narratiivisen analyysin kautta metodologista kontribuutiota tarjoten uudenlaisen tavan lähestyä aihetta.

Tarinallisuuden lisäksi hyödynnettiin metafora-analyysia, jonka avulla kyettiin tunnistamaan ja analysoimaan aineistosta esiin nousseita metaforia. Metaforien hyödyntäminen tutkimuksessa tarinoiden tutkimisen tukena tarjoaa metodologista kontribuutiota mahdollistaen aihealueen entistä syvällisemmän ymmärryksen yhdistettynä narratiivisen analyysin kanssa. Haastateltavat tuovat omia kokemuksiaan ja ajatusmaailmaansa ilmi metaforien avulla niiden ollessa tapa herättää tarinat henkiin. Narratiivinen analyysi tarjoaakin perinteisistä tavoista poikkeavan keinon tarkastella aineistoa. Moisander & Valtonen (2006) toteavat, että kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksen kannalta perinteinen tapa kirjoittaa tutkimusta voi olla puutteellista, jolloin uusien vähemmän käytettyjen keinojen hyödyntäminen voi auttaa tuomaan uusia ideoita ja ajatuksia näkyvämmäksi.

Tärkeää metodologian, kontekstin ja teorian kontribuutioiden lisäksi on kiinnittää huomiota liikkeenjohdolliseen kontribuutioon ja relevanssiin (Jaworski 2011). Tutkimuksen liikkeenjohdollinen kontribuutio on nähtävissä, sillä kasvisruokavalioon siirtymisen ollessa kasvussa on olennaista ymmärtää ilmiötä mahdollisimman monesta näkökulmasta katsottuna, jolloin keskiöön nousee kuluttajien syvälinen ymmärrys aiheeseen liittyen.

Liikkeenjohdollinen relevanssi liittyy puolestaan siihen, keille tutkimuksesta on hyötyä, ja mihin tehtäviin liittyen tutkimus tarjoaa ajatuksia ja keinoja lisätä ymmärrystä ja tietoa tutkittavaan aiheeseen liittyen (Jaworski 2011). Tutkimuksen liikkeenjohdollinen relevanssi tarjoaa markkinointitoimenpiteistä vastaaville henkilöille suuntaa siitä, mitä tekijöitä kasvisruokavalioon siirtyville on mahdollisesti järkevää kohdistaa markkinoinnin näkökulmasta. Oikeanlaisen markkinoinnin avulla vältetään hakuammunalta, jolla yritetään tavoittaa tiettyä kohderyhmää yleisesti, vaan pystytään segmentoimaan markkinointitoimenpiteitä tehokkaammin. Kyseisen tutkimuksen ottaessa kantaa miesten kasvisruokavalioon siirtymiseen kokonaisuutena on tärkeää pystyä ymmärtämään, miten markkinoinnin avulla miesten suhtautumista ja siirtymistä lihansyönnistä kasvissyöntiin voidaan tehdä helpommaksi, ja tämä pro gradu -tutkielma auttaa tunnistamaan juuri näitä kyseisiä esteitä.

#### **5.4 Tutkimuksen luotettavuus ja rajoitteet**

Narratiivisen tutkimuksen tarkoituksena ei ole tuottaa absoluuttista totuutta, vaan pikemminkin tarjota subjektiivista versiota totuudesta jonkun toisen kertomana (Eriksson & Kovalainen 2008, 223). Tutkimuksen kohdistuessa nimenomaan tarinoiden tutkimiseen on huomioitava, että tämän tutkimuksen tavoitteena on aiheen syvällisempi ymmärtäminen eri näkökulmista, jolloin tarinoiden kautta omaa kokemusmaailmaa tuodaan lukijalle esille. Tämän myötä on vaikeaa ottaa kantaa siihen, miten haastateltavien kokemukset ja ajatukset ovat muokkaantuneet historian aikana, mutta pikemminkin havainnoida, mitä asioita koetaan tärkeäksi nostaa esille puhuttaessa itselle tärkeästä aiheesta. Luotettavuuden arvioinnin perinteiset keinot eivät siten sovellu narratiiviseen tutkimukseen, vaan tärkeää on keskittyä haastateltavien esille nostamiin totuuksiin ja saada haastateltavat kertomaan niistä mahdollisimman avoimesti ja laajasti, jotta lukijalle välittyä kuva haastateltaville aidosti tärkeäksi koetuista asioista.

Narratiivisten menetelmien käyttö tämän tutkielman osalta asetti myös haasteita sille, miten tutkija saa haastateltavan puhumaan aiheesta mahdollisimman avoimesti ja syvällisesti. Avoin haastattelu antoi haastateltaville tilaa puhua, mutta joissain tilanteissa haastateltavien kertomat tarinat eivät enää liittyneet suoranaisesti aiheeseen, jolloin tutkijan tehtävänä oli ohjata haastateltavaa tiettyyn suuntaan, jotta keskustelua syntyisi käsiteltävään aiheeseen liittyen. Osalla haastateltavista oli myös vaikeuksia muistaa, millaisia merkityksiä olivat liittäneet kasvissyönttiin siirtymiseen liittyen varsinkin silloin, jos siirtymästä oli ollut hyvin pitkä aika. Tällä puolestaan saattoi olla jonkinlaista vaikutusta haastateltavan kertomiin ja esille nostamiin asioihin, sillä tärkeäksi koettuja asioita on saattanut unohtua vuosien varrella.

Aineistosta tunnistetut kuluttamisen metaforat perustuvat myöskin tutkijan tapaan tulkita aineistoa. Tämän johdosta tutkijan aineistosta tunnistamia kuluttamisen metaforia ei voida nähdä absoluuttisesti oikeana tapana tulkita aineistoa, vaan se perustuu tutkijan oletuksiin ja arvioihin siitä, miten haastateltavat ajattelivat ja kokivat. Haastateltavat saattoivat myös esimerkiksi jättää haastattelijalla kertomatta tiettyjä asioita, jotka olisivat saattaneet muuttaa aineiston tulkintaa, jolloin tutkijan rooli aineiston luonnissa ja tulkitsemisessa tulee nostaa tärkeään asemaan.

Tutkimus ottaa kantaa vain pieneen joukkoon ihmisiä, jolloin tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä. Tulosten perusteella ei voida esimerkiksi sanoa, että kaikilla



kasvisruokavalioon siirtyvistä miehistä nousisi esille samoja kuluttamisen metaforia, mitä kyseisen tutkimuksen perusteella tunnistettiin. Esimerkiksi osalla kasvissyönteihin ihmisistä siirtyvistä eettiset tekijät eivät välttämättä ole kovinkaan tärkeässä roolissa, kun taas tässä tutkielmassa niiden rooli korostui haastateltavien kokiessa niiden olevan tärkeä osa siirtymää kasvissyöjäksi. Tämän johdosta tutkittavien vähyydestä johtuen toisenlaiset haastateltavat olisivat voineet johtaa aivan toisenlaiseen lopputulokseen, mihin tässä tutkielmassa päädyttiin. Tutkielman kautta löydettiin kuitenkin uudenlainen tapa tutkia ilmiötä, jolloin sitä voidaan soveltaa jatkossa useampaan ja heterogeenisempään haastattelujoukkoon.

Tutkimus ei myöskään tarjoa absoluuttista totuutta tutkittavasta ilmiöstä, vaan pelkästään subjektiivisen version totuudesta. Tutkimuksessa pääpaino oli tarinoiden tutkimisessa, jolloin tarinat ovat erilaisia yksilötasolla mitaten. Tutkimukseen vaikuttaa myös tutkijan kyky tulkita aineistoa, jolloin aineiston analysointi ei ole riskitöntä, kuten esimerkiksi tarkkoihin lukuihin perustuvassa kvantitatiivisessa tutkimuksessa voi nähdä olevan. Narratiivisen tutkimuksen tarkoituksena ei kuitenkaan ole määrällisesti mahdollisimman monen haastateltavan tutkiminen, vaan pikemminkin pienemmän joukon syvällinen ymmärtäminen.

## **5.5 Jatkotutkimusmahdollisuudet ja liikkeenjohdolliset implikaatiot**

Jatkotutkimusmahdollisuuksina olisi mielenkiintoista tutkia sitä, miten eri tavalla kuluttajat siirtyvät kasvisruokavalioon kuluttamisen metaforien avulla. Koska tässä tutkimuksessa korostui vahvasti haastateltavien eettiset perusteet syödä kasvisruokaa, olisi tärkeää ymmärtää, millaisena esimerkiksi terveyssyistä kasvisruokavalioon siirtyneet kokevat siirtymisprosessin heille olevan.

Tämä tutkimus keskittyi tutkimaan suomalaisia miehiä, jolloin jatkotutkimusmahdollisuutena olisi mielekäästä tehdä vastaavanlainen tutkimus kohdistuen naisiin ja sen tarkasteluun, mitä eroja ja samankaltaisuuksia kuluttamisen ja identiteetin muodostumisen suhteen naiset kokevat miehiin verrattuna kuluttamisen metaforia hyödyntäen.

Tutkimus rajoittui myös koskemaan suomalaisia miehiä, jolloin olisi tavoitteenmukaista tehdä vastaavanlaista tutkimusta eri konteksteissa, kuten erilaisten kulttuurien välillä. Mielenkiintoista olisikin nähdä, mitä kuluttamisen metaforia nousee esille eri kulttuureista riippuen, muun muassa tutkimuksen kohdistuessa maskuliinisempia arvoja omaaviin maihin.

Kasvisruokavalioon siirtymisen yleistymisen seurauksena on tärkeää kyetä ymmärtämään sitä, onko kyseessä ohimenevä trendi vai mahdollisesti pysyvä asenteiden muutos. Tämän tutkimuksen perusteella ei voida suoraan sanoa, kumpi vaihtoehdoista pitää enemmän paikkaansa, jolloin tämän tutkimuksen tuloksia ei voi yleistää koskemaan kaikkia suomalaisia kasvisruokavalioon siirtyneitä miehiä. Se kuitenkin tarjoaa yrityksille viitteitä siitä, että kun tietoinen päätös tehdään, siinä yleisesti ottaen pyritään pitäytyä, ja että siirtymisessä koettuja haasteita on mahdollista paikallistaa sekä hälventää erilaisten toimenpiteiden avulla.

Yritysten kannalta tärkeään rooliin nousevat mahdollisten esteiden ja haasteiden purkamisen, jotta kasvisruokavalioon siirtyminen tehtäisiin kuluttajille mahdollisimman helpoksi. Kyseisen tutkimuksen tarkastellessa suomalaisten miesten kuluttamista ja identiteettiä, tarjoaa tutkimus kiintopisteitä, joiden avulla yritykset pystyvät suunnittelemaan markkinointiaan. Jos yritykset muun muassa onnistuvat markkinointitoimenpiteillä hälventämään kuluttajien kokemaa kamppailua ja neuvottelua, pystyvät kuluttajat todennäköisemmin vapautumaan ja ankkuroitumaan kasvisruokavalioon helpommin.

Koettua kamppailua hälventääkseen yritykset voivat vaikuttaa ihmisten asenteisiin oikeanlaisella markkinoinnilla. Tämän voi nähdä toimia merkittävänä tekijänä kuluttajille, sillä jos oma kuluttaminen koetaan yleisesti hyväksyttävänä tapana toimia, joutuu kamppailua käymään vähemmän. Myös markkinoinnin keinoin pystytään inspiroimaan kuluttajia vapautumaan kuluttamaan itselle ominaisella tavalla. Tähän vaikuttaa merkittävästi inspiraatiota aiheuttavat tekijät, jotka tukevat vapautumista. Yritykset voivatkin hyödyntää stereotyyppistä ajattelua rikkovaa markkinointia, jolla muutosta vanhasta tavasta uuteen voidaan helpottaa.

## LÄHTEET

- Abrams, D., & Hog, M. A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 18, 317–314
- Adams, C. J. (1991). *The sexual politics of meat*. In A. M. Jaggar (Ed.), *Living with contradictions. Controversies in feminist social ethics* (pp. 548–557). Boulder: Westview Press.
- Amato, P., & Partridge, S. A. (1989). *The new vegetarians: Promoting health and preserving life*. Plenum press: New York
- Andrews, L. M., & Drennan, J. (2007). Extending Holt's (1995) Typology of Consumption to Examine The Marketing Domain in Experiential Consumption.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of management review*, 14(1), 20–39.
- Bailey R, Froggatt A, Wellesley L (2014). *Livestock? Climate change's forgotten sector. Global public opinion on meat and dairy consumption*. The Royal Institute of International Affairs. Chatham House, London.
- Beardsworth, A. D., & Keil, E. T. (1991). Vegetarianism, veganism, and meat avoidance: Recent trends and findings. *British Food Journal*, 93(4), 19–24.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (1992). The vegetarian option: Varieties, conversions, motives and careers. *Sociological Review*, 40, 253–293.
- Becker, A. H. (1997). Emergent and common features influence metaphor interpretation. *Metaphor and symbol*, 12(4), 243–259.
- Becker, G. (1997). *Disrupted lives*. Los Angeles, CA, University of California Press.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139–168.
- Berger, J., & Heath, C. (2007). Where consumers diverge from others: Identity signaling and product domains. *Journal of Consumer Research*, 34(2), 121–134.
- Bocock, R. (2008). *Consumption*. Routledge.
- Boorstin, D. (1973). *The Americans: The Democratic Experience*. New York: Random House.
- Breidenstein, B. C. (1988). Changes in consumer attitudes toward red meat and their effect on marketing strategy. *Food Technology*, 42(1), 112–116.

- Bremer, K. and Lee, M. (1997). Metaphors in marketing: Review and implications for marketers. *Advances in Consumer Research*, Vol. 24, 419–424.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and social psychology bulletin*, 17(5), 475–482.
- Browarnik, B. (2012). Attitudes toward male vegetarians: Challenging gender norms through food choices. *Psychology Honors Papers*, 25.
- Brown, E. H. (1990). *With the Grain*. New York: Carroll & Graf Publishers, Inc.
- Bruner, J. (1991). The narrative construction of reality. *Critical Inquiry*, 18(1), 1–21.
- Buller, H., & Morris, C. (2003). Farm animal welfare: A new repertoire of nature-society relations or modernism re-embedded? *Sociologia Ruralis*, 43(3), 216–237.
- Caplow, T. (1985). *Middletown families: Fifty years of change and continuity*. U of Minnesota Press.
- Caro, D., Davis, S. J., Bastianoni, S., & Caldeira, K. (2014). Global and regional trends in greenhouse gas emissions from livestock. *Climatic change*, 126(1-2), 203–216.
- Carpenter, J. (2008). Metaphors in qualitative research: shedding light or casting shadows?. *Research in nursing & health*, 31(3), 274–282.
- Carson, D., Gilmore, A., Perry, C., & Gronhaug, K. (2001). *Qualitative Marketing Research*. Sage, London.
- Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. (2000). *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Côté, J. (2006). Identity studies: How close are we to developing a social science of identity? An appraisal of the field. *Identity*, 6(1), 3–5
- Cox, L. M., & Lyddon, W. J. (1997). Constructivist conceptions of self: A discussion of emerging identity constructs. *Journal of Constructivist Psychology*, 10(3), 201–219.
- Creswell, J. W. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative*. Upper Saddle River, NJ: Merrill Apprentice Hall.
- Devine, C. M., Connors, M., Bisogni, C. A., & Sobal, J. (1998). Life-course influences on fruit and vegetable trajectories: qualitative analysis of food choices. *Journal of Nutrition Education*, 30(6), 361–370.
- Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society*. W. W. Norton & Co, New York.

- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: WW Norton.
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative Methods in Business Research*. London: Sage.
- Steinfeld, H., Gerber, P., Wassenaar, T. D., Castel, V., Rosales, M., Rosales, M., & de Haan, C. (2006). *Livestock's long shadow: environmental issues and options*. Food & Agriculture Org..
- Farb, P., & Armelagos, G. (1980). *Consuming passions: The anthropology of eating*. New York. Library Guild Edition.
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance* (Vol. 2). Stanford university press.
- Fehr, E., & Fischbacher, U. (2004). Social norms and human cooperation. *Trends in Cognitive Sciences*, 8(4), 185–190.
- Fiddes, N. (1991). *Meat: A natural symbol*. London, Routledge.
- Frie, R. (2011). Identity, narrative, and lived experience after postmodernity: Between multiplicity and continuity. *Journal of Phenomenological Psychology*, 42(1), 46–60.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163–194), 105.
- Gummesson, E. (2000). *Qualitative methods in management research*. Sage, Newbury Park, CA.
- Guseman, P. K., McIntosh, W. A., & Sapp, S. G. (1987). Traditional and nontraditional explanations of food consumption: The case of beef. *Southern Rural Sociology*, 5, 12–21.
- Hall, S. (2002). *Identiteetti*. 4. painos. Tampere: Vastapaino.
- Hamilton, M.B (1993). Wholefoods and healthfoods: beliefs and attitudes. *Appetite*, 20, 223–228.
- Hänninen, V. (2002). *Sisäinen tarina, elämä ja muutos*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Hedenus, F., Wirsenius, S., & Johansson, D. J. (2014). The importance of reduced meat and dairy consumption for meeting stringent climate change targets. *Climatic change*, 124(1-2), 79–91.
- Heikkinen, H. L. (2000). *Tarinan mahti: narratiivisuuden teemoja ja muunnelmia*. Tiedepolitiikka: Edistykseellinen tiedeliitto ry:n julkaisu 25 (2000): 4.
- Heikkinen, H. L. (2001). *Narratiivinen tutkimus–todellisuus kertomuksena*. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin*, 2, 116–132.

- Hobson, K. (2007). Political animals? On animals as subjects in an enlarged political geography. *Political Geography*, 26, 250–267.
- Hoffman, S. R., Stallings, S. F., Bessinger, R. C., & Brooks, G. T. (2013). Differences between health and ethical vegetarians. Strength of conviction, nutrition knowledge, dietary restriction, and duration of adherence. *Appetite*, 65, 139–144.
- Hogg, M. A., & Terry, D. I. (2000). Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *Academy of management review*, 25(1), 121–140.
- Holbrook, M.B. (1992). Patterns, personalities, and complex relationships in the effects of self on mundane everyday consumption: These are 495 of my most and least favourite things. *Advances in Consumer Research*, 1992, p. 175–76.
- Holt, D. B. (1995). How consumers consume: A typology of consumption practices. *Journal of consumer research*, 22(1), 1–16.
- Hopkinson, G. C., & Hogg, M. K. (2006). *Stories: How they are used and produced in market(ing) research*. In R. W. Belk (Ed.), *Handbook of qualitative research methods in marketing*, 156–174. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hudson, L. A., & Ozanne, J. L. (1988). Alternative ways of seeking knowledge in consumer research. *Journal of consumer research*, 14(4), 508–521.
- Ilmonen, K. 2007. *Johan on markkinat: Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere. Vastapaino.
- Jabs, J., Devine, C. M., & Sobal, J. (1998). Maintaining Vegetarian Diets Personal Factors, Social Networks and Environmental Resources. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, 59, 183–189.
- Jackson, P., & Holbrook, B. (1995). Multiple meanings: shopping and the cultural politics of identity. *Environment and planning A*, 27(12), 1913–1930.
- Järvensivu, T., & Törnroos, J. (2010). Case study research with moderate constructionism: Conceptualization and practical illustration. *Industrial Marketing Management*, 39(1), 100–108.
- Jensen, K. O. D., & Holm, L. (1999). Preferences, quantities and concerns: socio-cultural perspectives on the gendered consumption of foods. *European journal of clinical nutrition*, 53(5), 351.
- Joy, M. (2011). *Why we love dogs, eat pigs, and wear cows: An introduction to carnism*. Conari press.

- Kacen, J. J. (2000). Gender power and boyyy nature: the past, present, and paradisaal future of consumer gender identity. *Marketing Intelligence & Planning*, 18(6/7), 345–355.
- Kangas, S., Warren, N. A., & Byrne, M. M. (1998). Metaphor: The language of nursing researchers. *Nursing Research*, 47(3), 190–193.
- Kastarinen, A. (2017). *Narratives of grandparental consumption*. Tampere: Tampere University Press.
- Keenan, J. B., & Sommers, M. S. (1967). Meaning, value, and the theory of promotion. *Journal of Communication*, 17(2), 109–135.
- Keller, C., & Siegrist, M. (2015). Does personality influence eating styles and food choices? Direct and indirect effects. *Appetite*, 84, 128–138.
- Kittler, P. G., & Sucher, K. P. (2008). *Food and culture* (Vol. 5). Belmont, Calif., United States of America: Thomson Wadsworth.
- Kleine III, R. E., Schultz-Kleine, S., & Kernan, J. B. (1992). Mundane Everyday Consumption and the Self: A Conceptual Orientation and Prospects for Consumer Research. *Advances in consumer research*, 19(1).
- Kleine, S. S., Kleine, R. E., & Allen, C. T. (1995). How is a possession "me" or "not me"? characterizing types and an antecedent of material possession attachment. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 327–343.
- Kubberød, E., Ueland, Ø., Rødbotten, M., Westad, F., & Risvik, E. (2002). Gender specific preferences and attitudes towards meat. *Food Quality and Preference*, 13(5), 285–294.
- Kulmala, A. (2003). Ulkopuolisuuden paikat - Metaforat kokemusten kerronnan välineinä omaelämäkerrallisissa kirjoituksissa. *Janus Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön tutkimuksen aikakauslehti*, 319–333.
- Kvale, S. (1995). The social construction of validity. *Qualitative inquiry*, 1(1), 19–40.
- Ladik, D. M., & Stewart, D. W. (2008). The contribution continuum. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 157–165.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. University of Chicago press.
- Lang, T., Wu, M., & Caraher, M. (2010). *Meat and policy: Charting a course through the complexity*. In J. D'Silva & J. Webster (Eds.), *The meat crisis: Developing more sustainable production and consumption*. London: Earthscan.
- LeRette, D. E. (2014). *Stories of microaggressions directed toward vegans and vegetarians in social settings*. Doctoral dissertation, Fielding Graduate University.

- Longino, H. E. (2002). *The fate of knowledge*. Princeton University Press.
- Love, H. J., & Sulikowski, D. (2018). Of meat and men: Sex differences in implicit and explicit attitudes towards meat. *Frontiers in psychology, 9*, 559.
- MacInnis, C. C., & Hodson, G. (2017). It ain't easy eating greens: Evidence of bias toward vegetarians and vegans from both source and target. *Group Processes & Intergroup Relations, 20*(6), 721–744.
- Maheshwari, Arun K. (1974), *Self-Product Image Congruence: A Macro-Level Analysis*, Ann Arbor, MI: University Micro- films International.
- Mariotti, F. (Ed.). (2017). *Vegetarian and Plant-Based Diets in Health and Disease Prevention*. Academic Press.
- McAdams, D. P. (1993). *The stories we live by: personal myths and the making of the self*. William Morrow, NY.
- McCall, G. J., & Simmons, J. L. (1978). *Interactions and identities*. New York: Free Press.
- McMichael, J., Powles, C., & Butler, R. (2007). Food, livestock production, energy, climate change, and health. *Lancet, 370*, 1253–1263.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Huberman, M. A., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Nath, J. (2010). Gendered fare? a qualitative investigation of alternative food and masculinities. *Journal of Sociology, 47*, 261–278.
- Neill, James, 2006. Qualitative Research I. *Analysis of Professional Literature*. Outdoor Education Research & Evaluation Center.
- Nightingale, D. J., & Cromby, J. (2002). Social constructionism as ontology: Exposition and example. *Theory & Psychology, 12*(5), 701–713.
- Papaoikonomou, E., Cascon-Pereira, R. & Ryan, G. (2016). Constructing and communicating an ethical consumer identity: a social identity approach. *Journal of Consumer Culture, 16*(1), 209–231.
- Patton, M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Phibbs, S. (2008). Four dimensions of narrativity: Towards a narrative analysis of gender identity that is simultaneously personal, local and global. *New Zealand Sociology, 23*(2), 47–60.
- Pitcher, R. (2013). Using metaphor analysis: MIP and beyond. *The Qualitative Report, 18*(34), 1–8.



- Pizam, A. & Mansfield Y. (2009). *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. New York: Howarth Hospitality Press.
- Polkinghorne, D. (1988). *Narrative knowing and the human sciences*. Albany: State University of New York Press.
- Polkinghorne, D. E. (1995). Narrative configuration in qualitative analysis. *International journal of qualitative studies in education*, 8(1), 5–23.
- Polkinghorne, D. E. (2007). Validity issues in narrative research. *Qualitative inquiry*, 13(4), 471–486.
- Prättälä, R., Paalanen, L., Grinberga, D., Helasoja, V., Kasmel, A., & Petkeviciene, J. (2006). Gender differences in the consumption of meat, fruit and vegetables are similar in Finland and the Baltic countries. *European Journal of Public Health*, 17(5), 520–525.
- Prewitt-Freilino, J. L., & Bosson, J. K. (2008). Defending the self against identity misclassification. *Self and Identity*, 7(2), 168–183.
- Pribis, P., Pencak, R. C., & Grajales, T. (2010). Beliefs and attitudes toward vegetarian lifestyle across generations. *Nutrients*, 2(5), 523–531.
- Raspa, R. (1984). *The Refocussing of Folkloric Expression Under Stress in the Automobile Industry*. In First International Conference on Organizational Symbolism and Corporate Culture, Lund, Sweden.
- Rees, T., Alexander Haslam, S., Coffee, P., & Lavalley, D. (2015). A social identity approach to sport psychology: Principles, practice, and prospects. *Sports Medicine*, 45(8), 1083–1096.
- Riessman C, Quinney L (2005) Narrative in social work: a critical review. *Qualitative Social Work*. 4, 4, 391–412.
- Rinehart, R. (1998). Fictional methods in ethnography: Believability, specks of glass, and Chekhov. *Qualitative Inquiry*, 4(2), 200–224.
- Rogers, C. R. (1963) The actualizing tendency in relation to 'motive' and to consciousness. In M. Jones (ed.) *Nebraska Symposium on Motivation 1963*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press. pp.1–24.
- Rosenfeld DL (2018) The psychology of vegetarianism: Recent advances and future directions. *Appetite*, 131: 125–138.
- Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2017). The unified model of vegetarian identity: A conceptual framework for understanding plant-based food choices. *Appetite*, 112, 78–95.
- Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2017). Vegetarian on purpose: Understanding the motivations of plant-based dieters. *Appetite*, 116, 456–463.

- Rothgerber, H. (2014a). A comparison of attitudes toward meat and animals among strict and semi-vegetarians. *Appetite*, 72, 98–105.
- Rothgerber, H. (2014b). Efforts to overcome vegetarian-induced dissonance among meat eaters. *Appetite*, 79, 32–41.
- Rothgerber, H. (2017). *Attitudes toward meat and plants in vegetarians*. In *Vegetarian and plant-based diets in health and disease prevention* (pp. 11–35). Academic Press.
- Rozin, P., Hormes, J. M., Faith, M. S., & Wansink, B. (2012). Is meat male? A quantitative multimethod framework to establish metaphoric relationships. *Journal of Consumer Research*, 39(3), 629–643.
- Ruby, M. B. (2012). Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*, 58(1), 141–150.
- Ruby, M. B., & Heine, S. J. (2011). Meat, morals, and masculinity. *Appetite*, 56(2), 447–450.
- Schachter, E. P. (2005). Erikson meets the postmodern: can classic identity theory rise to the challenge? *Identity*, 5(2), 137–160.
- Schösler, H., de Boer, J., Boersema, J. J., & Aiking, H. (2015). Meat and masculinity among young Chinese, Turkish and Dutch adults in the Netherlands. *Appetite*, 89, 152–159.
- Schwandt, T. A. (2000). Three epistemological stances for qualitative inquiry: Interpretivism, hermeneutics, and social constructionism. *Handbook of qualitative research*, 2, 189–213.
- Sedikides, C., & Brewer, M. B. (2001). *Individual self, relational self, collective self*. Philadelphia (Pa.): Psychology Press.
- Sedikides, C., Gaertner, L., & O'Mara, E. M. (2011). Individual self, relational self, collective self: Hierarchical ordering of the tripartite self. *Psychological Studies*, 56(1), 98–107.
- Sedupane, G. (2017). *A qualitative study exploring the experiences of Black South African vegetarians residing in the urban settings of Cape Town*. Master's thesis. University of Western Cape
- Shankar, A., Elliott, R., & Fitchett, J. A. (2009). Identity, consumption and narratives of socialization. *Marketing Theory*, 9(1), 75–94.
- Sirgy, M. Joseph. "Self-concept in consumer behavior: A critical review." *Journal of consumer research* 9.3 (1982): 287–300.

- Smith, E. R. & Mackie, D. M. (2007). *Social Psychology*, 3rd edition. Psychology Press, NY.
- Sneijder, P., & Te Molder, H. (2009). Normalizing ideological food choice and eating practices. Identity work in online discussions on veganism. *Appetite*, 52(3), 621–630.
- Sobal, J. (2005). Men, meat, and marriage. Models of masculinity. *Food and Foodways*, 13(1–2), 135–158.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer behaviour: buying, having, and being*. New Delhi, Prentice Hall.
- Somers, M. (1994). The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach. *Theory and Society*, 23(5), 605–649.
- Spencer, C. (1993). *The Heretic's feast. A history of vegetarianism*. London: Fourth Estate.
- Stehfest, E., van Bouwman, L., Vuuren, D. P., den Elzen, M. G. J., Eickhout, B., & Kabat, P. (2009). Climate benefits of changing diet. *Climatic Change*, 95, 83–102.
- Stets, Jan E., and Peter J. Burke. "Identity theory and social identity theory." *Social psychology quarterly* (2000): 224–237.
- Tangney, J. P., Miller, R. S., Flicker, L., & Barlow, D. H. (1996). Are shame, guilt, and embarrassment distinct emotions? *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 1256–1269
- Thomas, M. A. (2016). Are vegans the same as vegetarians? The effect of diet on perceptions of masculinity. *Appetite*, 97, 79–86.
- Tian, Q., Hilton, D., & Becker, M. (2016). Confronting the meat paradox in different cultural contexts: Reactions among Chinese and French participants. *Appetite*, 96, 187–194.
- Tilman, D., Cassman, K., Matson, P., Naylor, R., & Polasky, S. (2002). Agricultural sustainability and intensive production practices. *Nature*, 418, 671–677.
- Torti, J. M. I. (2017). *The Social and Psychological Well-Being of Vegetarians: A Focused Ethnography*. Doctoral dissertation, University of Alberta.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.
- Twigg, J. (1979). Food for thought: purity and vegetarianism. *Religion*, 9(1), 13–35.

- Twigg, J. (1983). Vegetarianism and the meanings of meat. *The sociology of food and eating*, 18–30.
- Vartanian, L. R., Herman, C. P., & Polivy, J. (2007). Consumption stereotypes and impression management: How you are what you eat. *Appetite*, 48(3), 265–277.
- Vartanian, L. R. (2015). Impression management and food intake. Current directions in research. *Appetite*, 86, 74–80.
- Varto, J. (1992). *Laadullisen tutkimuksen metodologia*. Helsinki, Kirjayhtymä.
- Wallström, Å., Steyn, P., & Pitt, L. (2010). Expressing herself through brands: a comparative study of women in six Asia-Pacific nations. *Journal of Brand Management*, 18(3), 228–237.
- Waterman, A. S. (1984). Identity formation: Discovery or creation?. *The Journal of Early Adolescence*, 4(4), 329–341.
- Webster Jr, F. E. & Lusch, R. F. (2013). Elevating marketing: marketing is dead! Long live marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(4), 389–399.
- Weinsier, R. (2000). Use of the term vegetarian. *American Journal of Clinical Nutrition*, 71, 1211–1212.
- Witt, U. (2010). Symbolic consumption and the social construction of product characteristics. *Structural Change and Economic Dynamics*, 21(1), 17–25.

## VERKKOLÄHTEET

- Fox, K. (2017). Here's Why You Should Turn Your Business Vegan In 2018. <https://www.forbes.com/sites/katrinafox/2017/12/27/heres-why-you-should-turn-your-business-vegan-in-2018/#7f145b752144>. 30.01.2019.
- Huuhka, E. & Pöntinen, R. (2011). Narratiivinen tutkimus. <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2011/12/Narratiivinen-tutkimus.pdf>. 20.1.2019.
- Hyvärinen M. (2006). Kertomuksen tutkimus. [http://www.uta.fi/yky/yhteystiedot/henkilokunta/mattikhyvarinen/index/Kerron\\_nallinen%20tutkimus.pdf](http://www.uta.fi/yky/yhteystiedot/henkilokunta/mattikhyvarinen/index/Kerron_nallinen%20tutkimus.pdf). 26.2.2019.
- Kempainen, J.K. (2016). Vuosi ilman lihaa. <https://www.hs.fi/kuukausiliite/art-2000004889631.html>. 15.1.2019.
- Kesko (2016). <https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2016/kasvisruokien-myynti-kasvanut-vuodessa-25----k-ruokakaupoissa-testataan-vegehyllya/>. 30.01.2019.

- Kesko (2017). <https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2017/kasvispohjaisten-tuotteiden-myynti-kasvaa-edelleen-voimakkaasti--vegehyly-loytyy-jo-200-k-ruokakaupasta/>. 30.01.2019.
- Lihatiedotus (2018). <https://www.lihatiedotus.fi/tilastotietoa/lihankulutus-suomessa.html>. 31.1.2019.
- Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. (2006a). Sosiaalinen konstruktionismi. KvaliMOTV-Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5\\_6.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_6.html). 30.1.2019.
- Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. (2006b). Mitä laadullinen tutkimus on: lyhyt oppimäärä. KvaliMOTV-Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1\\_2.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html). 2.2.2019.
- Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. (2006c). Narratiiviset tarkastelutavat. KvaliMOTV-Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_6\\_4.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_4.html). 15.2.2019.
- Saaranen-Kauppinen, A., & Puusniekka, A. (2006d). Avoin haastattelu. KvaliMOTV-Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarasto. [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_1.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_1.html). 22.2.2019.
- S-ryhmä (2018). Ruokamanifesti. <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/ruokamanifesti>. 30.1.2019.
- Tilastokeskus (2018). Kotitalouksien kulutus 2012 ja 2016. <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2018/lihasta-luovutaan-pikkuhiljaa-myos-muulla-kuin-paakaupunkiseudulla/>. 19.11.2018
- The Food Revolution Network (2018). Why the Global Rise in Vegan and Plant-Based Eating Isn't A Fad (600% Increase in U.S. Vegans + Other Astounding Stats). <https://foodrevolution.org/blog/vegan-statistics-global/>. 30.1.2019.
- The Vegetarian Resource Group. (1997). How many vegetarians are there? <http://www.vrg.org/journal/vj97sep/979poll.htm> 14.10.2018
- The Vegetarian Resource Group. (2012). How often do Americans eat vegetarian meals? And how many adults in the U.S. are vegetarian? <http://www.vrg.org/blog/2012/05/18/how-often-do-americans-eat-vegetarian-meals-and-how-many-adults-in-the-u-s-are-vegetarian/> 14.10.2018
- The Vegetarian Resource Group. (2016). How many adults in the U.S. are vegetarian and vegan? [http://www.vrg.org/nutshell/Polls/2016\\_adults\\_veg.htm](http://www.vrg.org/nutshell/Polls/2016_adults_veg.htm) 14.10.2018