

Alko vanhempien valistajana

MATTI PIISPA

Alkoholijuomien vähittäismyynnin yksinoikeus on Suomessa annettu tietyin poikkeuksin (miedot oluet, siiderit ja tilaviinit) Alkolle. Yksityisen voitontavoittelun rajoittamisen perustelu ja oikeutus ovat siinä, että vähittäismyymntimonopolilla voidaan hillitä myyntiä ja ehkäistä alkoholin käytöstä aiheutuvia sosiaalisia ja terveydellisiä haittoja (vrt. Tuominen 1997). Alkoholiyhtiön toiminnasta annetussa asetuksessa (Asetus 243/2000) Alkoa velvoitetaan harjoittamaan ”alkoholijuomien vähittäismyyntiä siten, että tavoitteena on alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäiseminen”. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että Alko saa ja sen pitää palvella asiakkaitaan, mutta se ei saa ”tyrkyttää” heille alkoholia (Virtanen 1998, 120).

Alkon keskeisiä keinoja toteuttaa velvoitettaan ovat myynninvalvonta ja myymälöistä, Internetistä ja asiakasneuvonnasta saatavat valistusesitteet. Myynninvalvonnassa on kolme osa-aluetta: ikäraja-, päihtymysepäily- ja välitysepäilykontrolli. Kaikkien näiden kontrollitoimien määrä on 2000-luvulla kasvanut voimakkaasti, ja vuonna 2009 kirjattiin jo 2,5 miljoonaa ikärajakontrollia, noin 420 000 päihtymysepäilyä ja yli 100 000 välitysepäilyä. Alkoholin käytöstä, vaikutuksista ja haitoista valistavia esitteitä on nykyisin yhdeksän (muun muassa Nuoret ja alkoholi, Kohtuus kaikessa – opas alkoholinkäytön hallintaan ja Ravitsemus, liikunta ja alkoholi), ja niitä on yhteensä painettu yli neljä miljoonaa kappaletta. Esitteitä käytetään myös kouluissa, sosiaali- ja terveystoimen piirissä ja monissa paikallisissa ennaltaehkäisevissä projekteissa.

Alkon strategiassa vuosille 2009–2012 lähdetään siitä, että yhtiön erityisasema Suomen alkoholijärjestelmässä säilyy, kun sen vastuullisuutta vahvistetaan ja laadukasta asiakaspalvelua kehitetään entisestään. ”Alko pyrkii omalta osaltaan ylläpitämään ja vahvistamaan suomalaisen hyvinvointitavoitteisiin tähtäävän alkoholijärjestelmän

toimivuutta ja kestävyyttä. Tavoitteena on, että suomalaiset ymmärtävät ja hyväksyvät Alkon toiminnan vastuullisena alkoholin vähittäiskauppi-
aana, jonka toiminta tukee alkoholihaittojen ehkäisyä” (Alko Oy 2009, 20). Mielipidetutkimusten mukaan Suomen alkoholijärjestelmän ja Alkon hyväksyminen onkin yleistä. Tämän vuoden alussa tehdyssä tutkimuksessa 86 prosenttia suomalaisista oli sitä mieltä, että vallitsevat alkoholipoliittiset rajoitukset ovat sopivia tai niitä pitäisi tiukentaa, ja 65 prosenttia suomalaisista piti ”valtion alkoholimonopoli Alkoa ja sille annettua yksinoikeutta alkoholijuomien vähittäismyyntiin” hyvänä tapana rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta (Österberg 2010).

Vuonna 2009 Alko käynnisti strategiansa mukaisen ”vastuullisuusohjelman”, jonka tavoitteet ovat vanhempien ja muiden aikuisten alkoholin käytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvien haittojen vähentäminen ja yhtiön yhteiskuntavastuun vahvistaminen. Nelivuotiseksi suunnitellun ohjelman nimi on ”Viisas vanhemmuus – millaisen mallin annat lapselle?” Alko toteuttaa sitä yhteistyössä A-klinikkasäätiön, Mannerheimin Lastensuojeluliiton ja Terveystieteiden tutkimuskeskuksen (THL) kanssa. Ohjelman tärkeimmät toteutusmuodot vuonna 2009 olivat ”media- ja julkisuuskuvakampanja” lehdissä, radiossa, televisiossa ja Internetissä ja www.lastenseurassa.fi-verkkosivut.

Vanhemmuus-teeman valintaa perustellaan ohjelmasuunnitelmassa sillä, että muut alkoholihaittoja käsittelevät ohjelmat ja projektit kiinnittävät paljon huomiota lapsiin ja nuoriin, mutta vähemmän vanhempiin ja muihin aikuisiin, joiden alkoholin käyttö ja alkoholiasenteet kuitenkin ”heijastuvat lasten tunne-elämään, elämäntilanteisiin ja myöhempään päihteiden käyttöön”. Erikseen suunnitelmassa viitataan A-klinikkasäätiön Lasinen lapsuus -hankkeen tutkimuksiin (ks. Peltoniemi 2005), joiden mukaan joka kymme-

nes suomalainen on kasvanut kodissa, jossa vanhempien päihdeongelmat ovat aiheuttaneet haittoja.

Viisas vanhemmuus -hankkeen ohjelmalliseksi perustaksi suunnitelmassa nimetään Matti Vanhasen toisen hallituksen ohjelma, jossa todetaan, että kansallisen alkoholiohjelman toteuttamista jatketaan ja määrätietoisella päihdepolitiikalla vähennetään ”lasten vanhempien alkoholinkäyttöä ja siitä lapsille aiheutuvia haittoja”. Hallitusohjelman toteutumisen ja kansallisen alkoholiohjelman taustalla puolestaan on valtioneuvoston lokakuussa 2003 tekemä periaatepäätös alkoholipolitiikan linjauksista. Siinä yhdeksi tavoitteeksi asetettiin alkoholin lasten ja perheiden hyvinvoinnille aiheuttamien haittojen vähentäminen (Valtioneuvoston... 2003; Karlsson 2009, 38).

Yleisemmällä tasolla tarkasteltuna Viisas vanhemmuus -ohjelma liittyy lähiyhteisöjen vastuullistamisen ja lapsinäkökulman esiinnohittamisen trendeihin yhteiskuntapolitiikassa. Yksi esimerkki näistä on maan hallituksessa vuonna 2007 hyväksytty Lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikkaohjelma. Siinä korostetaan yhteisöllisyyden, vanhemmuuden ja keskinäisen vastuun vahvistamista, varhaista puuttumista ja ennalta ehkäisyä, lapsen oikeuksista tiedottamista ja eri toimenpiteiden lapsivaikutusten arviointia. Tällaista ”moraalisäätelyn” kehitystä on kutsuttu muun muassa kommunitarismiksi ja kolmannen tien politiikaksi (ks. Törrönen 2004).

Viisas vanhemmuus -ohjelma on nykyisen Alkon (vähittäismyyntiyhtiö vuodesta 1999) ensimmäinen iso valistuskampanja. Yhtiö on kyllä toteuttanut muun muassa nuorten alkoholin käyttöön, liikennehaittiuteen ja myynninvalvontaan liittyvää mediailmoittelua ja kampanjointia, mutta Viisas vanhemmuus -ohjelma on yhtiön yhteiskunnallisen aseman ja merkityksen kannalta paljon tärkeämpi. Seuraavassa erittelen ohjelman valistus-strategiaa, sisältöä ja kohderyhmää: onko tavoite valistuksen vaikuttavuutta koskevan tiedon valossa oikein asetettu, miten ohjelma pyrkii vanhempia ja muita aikuisia puhuttelemaan ja keihin tällainen ohjelma on syytä suunnata. Peruskysymyksen kuuluu, pystyykö Alko Viisas vanhemmuus -ohjelmallaan vankistamaan yhteiskunnallista hyväksyttävyyttään.

Millaista valistusta?

On kaksi perustapaa hahmottaa joukkotiedotuksen kautta tapahtuva valistus. Sillä voidaan ensinnäkin pyrkiä *suoraan puhuttelemaan yksilöitä* ja vaikuttamaan heidän asenteisiinsa ja käytäytymiseensä. Englanninkielisessä tutkimuskirjallisuudessa tästä strategiasta on käytetty ilmaisua ”*mass media marketing*” (Boots & Midford 2004). Toisaalta valistuksella voidaan luoda kulttuurisia edellytyksiä yksilön elämän rakenteellisten (taloudellisten, sosiaalisten, poliittisten) puitteiden muutoksille, jotka tekisivät ”hyvät” valinnat aikaisempaa helpommiksi tai ”huonot” valinnat aikaisempaa hankalammiksi. Tällöin valistus pyrkii vaikuttamaan *julkiseen keskusteluun ja politiikan asialistaan* (”*mass media advocacy*” -strategia; Boots & Midford 2004).

Vaikutusten näkökulmasta tarkasteltuina edellä mainitut strategiat eivät ole toisiaan poissulkevia. Hyvä *mass media marketing* -valistus voi vaikuttaa myös julkisiin keskusteluihin ja politiikan asialistaan ja hyvä *mass media advocacy* -valistus myös yksilöiden asenteisiin ja valintoihin. Suomessa tätä problematiikkaa on pohdittu esimerkiksi 1980-luvun alun ”alkoholivalistusprojektissa” (ks. Hemänen & al. 1987). Sen keskeinen käsite, valistuksen virittävyys, tarkoittaa jokseenkin samaa kuin *mass media advocacy* -strategia: pyrkimystä saada aikaan yhteiskunnallista keskustelua ja toimintaa.

Mass media advocacy -strategian toimivuudesta käytännössä on näyttöä esimerkiksi Alkon historiassa: yhtiö loi 1970-luvulla haittavalistuksellaan ja alkoholipoliittisella tiedottamisellaan edellytyksiä toiminnalleen ja alkoholijuomien hintojen korotuksille (ks. Virtanen 1981). Paras esimerkki strategian käytöstä Suomessa on kuitenkin tupakkapolitiikan kehitys: pitkäaikainen haittavalistus ja muu vaikuttaminen ovat mahdollistaneet tupakkapolitiikan jatkuvan tiukentamisen ja sitä kautta erityisesti sivullisia haittaavan tupakkoinnin olennaisen vähenemisen (ks. Hakkarainen 2000).

Viisas vanhemmuus -ohjelma edustaa *mass media advocacy* -strategiaa siinä mielessä, että Alko pyrkii sen avulla vahvistamaan asemaansa alkoholipolitiikan toimijana. Ohjelman pääpaino on kuitenkin *mass media marketing* -strategiassa: ohjelma ei kytkeydy mihinkään ajankohtaiseen yhteiskuntapolitiittiseen kiistakysymykseen tai lain-

säädäntöhankkeeseen, vaan vetoaa suoraan aikuisten vastuullisuuteen.

Tällainen yksilöä puhutteleva ja vastuullista-va valistus on sekä julkisessa keskustelussa että kansalaisten keskuudessa usein esitetty ja vahvasti kannatettu keino vaikuttaa elintapoihin liittyviin ongelmiin (ks. esim. Piispa & al. 2008, Piispa 1997). Suosio johtuu perimmiltään siitä, että valistuksen koetaan kunnioittavan aikuisen yksilön vapautta ja toimintakykyisyyttä: se ei pakota tai estä, vaan ”vain” antaa aineksia ihmisten omiin valintoihin. Aatehistoriallisesti valistuksen suosittelu ja kannattaminen kytkeytyy klassiseen liberalismiin (John Stuart Mill, ks. Häyry, H. & al. 1987).

Elintapavalistus näyttää myös tavoittavan kieltoja ja määräyksiä paremmin sen kohteena olevien ongelmien ytimen. Esimerkiksi alkoholin käyttö ja tupakointi ovat kulttuurisia, elämäntapaan ankkuroituneita valintoja. Kiellot ja rajoitukset jäävät niiden suhteen ulkokohtaisiksi, mutta valistus voi pidemmän ajan kuluessa saada kulttuuria muuttamaan tarjoamalla ihmisille pohdittavaa ja huomioon otettavaa. Valistuksen korostamisessa on täten kyse pitkäjänteisestä ”kansansivistysohjelmasta” (ks. Piispa 1997).

Välittömällä tuloksellisuudella yksilökeskeistä valistusta sen sijaan on vaikea perustella. Se voi vaikuttaa yksittäistapauksissa antamalla konkreettisia vastauksia ihmisten mielessä herääviin konkreettisiin kysymyksiin ja huolenaiheisiin (esimerkiksi: kuinka alkoholin käyttö vaikuttaa sikiöön, suojaako alkoholi sydäntaudeilta). Väestötasolla yksittäisten valistuskampanjoiden vaikutukset sen sijaan on review-tutkimuksissa (esim. Anderson & al. 2009; Babor & al. 2003; Edwards & al. 1994) jatkuvasti todettu vaatimattomiksi. Kevin Boots ja Richard Midford (2004) näkevät niissä myös ”uhrien syyllistämistä” ja moralisointia: ihmisiä vastuullistetaan valinnoista, joissa heillä ei ole vaihtoehtoja.

Ainakin Alkon johdossa oltiin jo 1970-luvulla tietoisia siitä, että valistuskampanjoilla ei juuri pystytä suoraan vaikuttamaan ihmisten alkoholin käyttöön (ks. Virtanen 1981, 2–3). Viime vuosikymmenten aikana realismi on edelleen yleistynt. Valistus on yhä useammin kytketty osaksi laajempia, paikallisiin rakenteisiin vaikuttavia yhteisöllisen ennaltaehkäisyn ohjelmia (ks. esim. Holmila & al. 2009a) ja sen tavoitteita on kohtuullistettu.

Asenteiden ja käyttäytymisen muuttamisen si-

jasta valistuksen tavoitteeksi on alettu asettaa esimerkiksi huomion ja ongelmatietoisuuden synnyttäminen tai vahvistaminen, vastaanottajien ”herättäminen” välinpitämättömyydestä pohdintaan (vrt. Anderson & al. 2009, 2242). Tämä on realistisesti tavoitteena myös Viisas vanhemmuus-ohjelman ensimmäisessä vaiheessa. Seuraavassa erittelen sitä, miten se ilmenee ohjelman ”ytimestä”, www.lastenseurassa.fi-verkkosivuilla.

Valistuksen viesti

Erotin www.lastenseurassa.fi-sivujen sisällössä kaksi lähtökohtaa: aikuinen antaa aina lapsille mallin alkoholin käytössä ja suhtautumisessa alkoholiin, ja aikuisen kohtuullisellakin alkoholin käytöllä voi olla haitallisia vaikutuksia lasten elämään. ”Aikuisen mielestä harmiton hauskanpito voi lapsen näkökulmasta olla hämmentävä, nolostuttava tai jopa pelottava kokemus. Miksi äiti tai isä tuoksuu erilaiselta, puhuu eri tavalla, reagoi poikkeavasti?” Näin ollen Viisas vanhemmuus -ohjelmaa ei kohdisteta vain päihdeperheille ja alkoholiongelmaisille vanhemmille, vaan kaikille aikuisille, ”tavallisille Matti ja Maija Meikäläisille”, kuten verkkosivuilla todetaan.

Mainitsemistani lähtökohdista ei verkkosivuilla johdeta moraalisääntöjä, lausumia siitä, mikä on hyvää tai oikein ja mikä huonoa tai väärin. www.lastenseurassa.fi-sivujen mukaan ei ole olemassa yhtä oikeaa vastausta siihen, millainen aikuisten alkoholinkäyttö olisi haitatonta lapsille, eikä Viisas vanhemmuus -ohjelmaa ”osoittele tai syyttele ketään”. Sen sijaan ohjelman verkkosivut *haastavat ja rohkaisevat aikuisia ja perheitä pohtimaan, keskustelemaan ja muodostamaan mielipiteitä* esimerkiksi seuraavista alkoholinkäyttöön liittyvistä kysymyksistä:

- Miten käyttää alkoholia lasten seurassa?
- Miltä oma käyttö mahtaa näyttää ja tuntua lapsen näkökulmasta?
- Millainen käyttö kuuluu juhliin ja millainen arkeen?
- Millaista olisi (perhe-)elämä ilman alkoholia?
- Millainen käytön malli on saatu omilta vanhemmilta?
- Millainen aikuisen alkoholin käyttö on haitatonta lapselle?

Aikuisten ja perheiden pohdintaa ja mielipiteenmuodostusta pyritään verkkosivuilla virittämään ja pohjustamaan muun muassa selvittämäl-

lä alkoholin käytön vaikutuksia sikiöön, sylilapsiin, varttuneempiin lapsiin ja nuoriin sekä koko yhteiskuntaan. Tässä painotetaan tilasto- ja tutkimustietoa. Sivulla esimerkiksi kuvataan sikiöalkoholivauriota ja sen yleisyyttä, ja niillä on linkkejä Viisas vanhemmuus -ohjelman aihepiiriin liittyviin väitöskirjoihin ja ohjelman toteuttajien verkkosivuille. Syksystä 2009 lähtien pohdintaa on viritetty myös mielipidetiedustelulla, jossa kysytään ja annetaan palautetta muun muassa asennoitumisesta alkoholin käyttöön lasten seurassa ja alkoholin tarjoamisesta ja välittämisestä alaikäiselle.

Sivulla myös annetaan vinkkejä siihen, miten lasten ja nuorten kanssa voisi keskustella alkoholista ja miten oman tai läheisen orastavan alkoholiongelman voi tunnistaa ja ottaa puheeksi. Peruste on näissäkin osioissa moralisoimaton ja varmoja totuuksia välttävä. ”Nuoren kanssa käytäviin alkoholikeskusteluihin ei ole ainoata toimivaa kaavaa, sillä sekä nuoret että aikuiset ovat erilaisia. Kannattaa yksinkertaisesti valita tapa, joka tuntuu mukavimmalta.”

Vain kahdessa kysymyksessä ohjelman verkkosivut jyrkästi poikkeavat kantaa ottamattomuuden linjasta: vanhempien tulee niiden mukaan suhtautua kielteisesti alaikäisten alkoholin käyttöön, eivätkä he saa välittää tai tarjota alkoholia alaikäisille. ”Jokaisen nuoresta välittävän aikuisen pitäisikin olla tarjoamatta alkoholijuomia edes täysi-ikäisyyttä lähestyvälle nuorelle. Nollatoleranssi nuoren alkoholinkäyttöön on hyvä suhtautumistapa nuoren tulevaisuutta ajatellen.”

Viisas vanhemmuus -ohjelmassa on siis kaksi piirrettä, jotka erottavat sitä ”vanhan Alkon” valistuksesta. Se problematisoi myös alkoholin kohtuullisen käytön, joka oli yksi 1950–80-lukujen valistuksen perusteemoista (ks. Virtanen 1981, 16–28), mutta se ei pyri asettamaan alkoholin käytön normeja, vaan edustaa ”kantaottamattomuuden etiikkaa” (Sulkunen & al. 2003). Esimerkki: kun Alkon valistuskampanja vuonna 1979 vakuutti, että ”Kohtuus on olemassa”, niin Viisas vanhemmuus -ohjelma kysyy, ”millaisen mallin annat lapselle”, ja antaa vanhempien itse löytää omat vastauksensa.

Valistuksen kohde

Tutkimustieto (esim. Karlsson 2009; Holmila & al. 2009b; Mustonen & al. 2009; Mäkelä & al. 2009; Peltoniemi 2005) alkoholin kulutuksesta ja haitoista Suomessa antaa hyviä perusteita Viisas vanhemmuus -ohjelmalle: kokonaiskulutuksemme on kohonnut korkeammaksi kuin muissa Pohjoismaissa, alkoholiperäiset taudit ja myrkytykset ovat nousseet työikäisten yleisimmäksi kuolinsyiksi, naisten alkoholin käyttö ja humalajuominen ovat yleistyneet, kotona juominen on lisääntynyt, ja vanhempien alkoholin käyttö on aiheuttanut tuhansille lapsille haittoja ja pitkäaikaisiakin ongelmia.

Toisaalta vuoden 2008 juomatapatutkimuksen tulokset (Raitasalo 2009) viittaavat siihen, että vanhempien alkoholin käyttö lasten *läsnä ollessa* on vastuullista ja vähäistä. Useimmin sitä esiintyy kotona aterioilla ja saunottaessa, näiden jälkeen tulevat juhla- ja kyläilytilanteet, ja humalajuominen on varsinkin kotona harvinaista. Juomatapatutkimuksen asennekysymyksissä lähes kaikki vanhemmat yhtyivät väitteeseen, että pienten lasten läsnä ollessa ei tule humaltua, ja noin 70 prosenttia vanhemmista oli sitä mieltä, että pienten lasten läsnä ollessa ei tule käyttää lainkaan alkoholia.

Nämä tulokset herättävät kysymyksen, onko Viisas vanhemmuus -ohjelmaa syytä suunnata kaikille vanhemmille, jos suurin osa ei ”paranusta” tarvitse. Eikö olisi viisaampaa ja tuloksellisempaa tavoitella vain vanhempia, jotka käyttävät alkoholia ongelmallisesti ja joiden kohdalla riski lapsille aiheutuvista haitoista on suuri? Tämä on hyvä kysymys. Se toistuu erityisen usein rajoitavasta alkoholipolitiikasta keskusteltaessa: miksi ei keskitytä ongelmakäyttäjiin, vaan ”kiusataan” kohtuukäyttäjien suurta enemmistöä? Seuraavassa vastaan siihen kolmella argumentilla.

Koko väestöön kohdistuvia ennalta ehkäiseviä toimia toteutetaan monilla elämäntilanteilla (esimerkiksi nopeusrajoitukset, rokotukset), vaikka suurin osa ihmisistä välttyisi haitoilta silloinkin, kun toimia ei olisi. Ne hieman pienentävät riskiä yksilötasolla, mutta ennen kaikkea vähentävät haittoja merkittävästi väestötasolla. Riskiryhmiin kohdistuvat toimet olisivat vaikutuksiltaan suppeampia: ne vähentäisivät vain pienen vähemmistön haittoja.

Tämä ehkäisyn paradoksi pätee myös alkoholi-kysymyksessä. ”Vaikka suurkuluttajilla on muita suurempi riski kokea alkoholi-ongelmia, heitä on sen verran vähän, että haittoja esiintyy kaikkiaan kuitenkin enemmän kohtuukäyttäjien ryhmäs-sä, joka on kooltaan paljon suurempi” (Mäkelä 2007). Näkökulma sopii erityisen hyvin vanhempien alkoholin käytöstä lapsille aiheutuviin haittoihin, koska haitattoman käytön rajaa on tässä vaikea määritellä. Niinpä Viisas vanhemmuus -ohjelman suuntaaminen kaikille vanhemmille ja muille aikuisille on perusteltua.

Toinen Viisas vanhemmuus -ohjelman laajaa kohderyhmää perusteleva argumentti on ”juomiskulttuurin kollektiivisuus” (Mäkelä 2007). Juomiskulttuuri muodostaa kokonaisuuden, ja päätökset omasta alkoholin käytöstä tehdään vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Myös suurkuluttajat muuttavat juomistaan muun väestön mukana, usein jopa enemmän kuin väestö keskimäärin. Tämä on todettu esimerkiksi isojen alkoholipoliittisten ratkaisujen yhteydessä. Jos Viisas vanhemmuus -ohjelma saa aikaan muutoksia suomalaisperheiden juomiskäytännöissä, muutokset siis heijastunevat myös riskikäyttäjävanhempiin.

Viisas vanhemmuus -ohjelman kohderyhmää pohdittaessa kannattaa muistaa myös suomalaisen alkoholikontrollin historia. Erityisesti ”vanhan Alkon” ensimmäisten vuosikymmenten toimintatavoissa oli kontrollia ja holhousta, joka erotteli ja leimasi väestöä kulttuurisesti ja sosiaalisesti (esimerkiksi ostajaintarkkailujärjestelmä, ks. Virtanen 1982, 74–79; Häikiö 2007, 125–136). Viisas vanhemmuus -ohjelman keskittäminen riskikäyttäjävanhempiin olisi yhteiskunnallinen taka-askel, joka heikentäisi ohjelman mahdollisuuksia vähentää lapsille aiheutuvia haittoja ja vahvistaa Alkon vastuullisuutta.

Pohdintaa

Artikkelin alussa totesin, että Viisas vanhemmuus -ohjelmalla on kaksi tavoitetta: sillä pyritään vähentämään aikuisten alkoholin käytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvia haittoja ja vahvistamaan Alkon yhteiskuntavastuuta. Esittämäni analyysin perusteella ohjelman valistusstrategiaa, viestiä ja kohderyhmää koskevia ratkaisuja voidaan pitää onnistuneina. Ohjelmassa ei epärealistisesti tavoitella välittömiä asenne- ja käyttäytymis-

muutoksia, vaan pyritään virittämään pohdintaa ja keskustelua vanhempien ja muiden aikuisten alkoholin käytöstä lasten seurassa. Ohjelma ei yritä neuvoa tai asettaa normeja, vaan antaa ihmisten itse löytää omat vastauksensa. Ohjelma problematisoi myös aikuisten kohtuullisen alkoholin käytön lasten seurassa ja tarjoaa näin ajattelemisen aihetta suomalaisten suurelle enemmistölle.

Myös Viisas vanhemmuus -ohjelman pääteema – vanhempien ja muiden aikuisten alkoholin käytön vaikutukset lapsiin ja nuoriin – on hyvin asetettu. Ohjelman tausta-muistiossa (Tuominen 2008) todetaan, että ”vanhempien alkoholin käytön aiheuttamat haitat lapsille on tyyppillinen esimerkki *viattomille sivullisille* aiheutuneista haitoista” (kursivointi MP). Ohjelmassa on siis kyse lasten, viattomien sivullisten, *suojaelusta* vanhempien ja muiden aikuisten alkoholin käytöltä. Mielipide- ja mediatutkimusten mukaan tällainen näkökulma saa herkästi hyväksyntää ja vastakaikua. Esimerkiksi kesällä 2009 julkistetussa kyselyssä lastensuojelu nousi suomalaisten tärkeimmäksi arvoksi: 90 prosenttia vastaajista piti sitä yhtenä tärkeimmistä yhteiskunnallisista kysymyksistä, ja se koettiin myös itselle läheiseksi asiaksi kaikilla tulo- ja koulutus-tasoilla (STT 3.6.2009).

Konkreettiset tutkimustulokset Viisas vanhemmuus -ohjelman vaikutuksista vuonna 2009 (ks. Piispa 2010) tukevat myönteistä arviota. Valtakunnallisessa väestökyselyssä (n=1 209) 39 prosenttia vastaajista ilmoitti havainneensa ohjelman. Kysymyksessä käytettiin muistitukena vain ohjelman perusslogania ”Viisas vanhemmuus – millaisen mallin annat lapselle”. Ohjelman havainneista 31 prosenttia ilmoitti sen saaneen pohdintaan omaa alkoholin käyttöään lasten seurassa. Yleisintä pohdinnan virittyminen oli vanhemmuusikäisten, alkoholia useamman kerran viikossa käyttävien ja usein yli kuusi annosta kerralla juovien keskuudessa. Ohjelman verkkosivujen kävijämäärä kuukaudessa nousi korkeimmillaan 22 500:aan.

Vertailussa muutamiin muihin elintapa- ja päihdeaiheisiin kampanjoihin ja verkko-sivuihin edellä mainitut luvut osoittautuivat hyviksi (ks. Piispa 2010, 32–35). Tulokseen vaikuttivat erityisesti radiossa ja televisiossa esitetyt ”tarinat”, joissa äiti ja tytär tanssivat tai isä ja poika leikkivät, kunnes vanhemman ryypiskely pilaa tilanteen. Esimerkiksi Radio Novan arvointiraa-ti totesi niistä: ”Tunteisiin vaikuttavia, uskottavia ja hyvin tuotettuja spotteja. Lapsen asemaan

on helppo samaistua ja ne laittavat aikuisen kuulijan pohtimaan: miten minä käyttäydyn vastaavassa tilanteessa.”

Edellä sanotun perusteella Viisas vanhemmuus -ohjelma voi hyvinkin vähentää vanhempien ja muiden aikuisten alkoholin käytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvia haittoja ja sitä kautta vahvistaa yhtiön yhteiskuntavastuuta. Entä mitä voidaan vastata kysymykseeni ohjelman merkityksestä Alkon yhteiskunnalliselle asemalle? Virittävyttä korostaneen alkoholivalistusprojektin (Hemánus & al. 1987) ”opetus” oli 1980-luvulla se, että parhaiten valistuksen toteuttajan asemaa tukee alkoholin käytön haittoja esiin nostava valistus. Toimiiko tämä ”säätö” myös Viisas vanhemmuus -ohjelman kohdalla?

Viisas vanhemmuus -ohjelman vaikutuksista Alkoa ja sen yhteiskunnallista asemaa koskeviin käsityksiin on toistaiseksi vain hajatietoja. Radio Novan arvointiraati jatkoi edellä lainaamaani lausuntoa toteamalla, että Viisas vanhemmuus -ohjelman spoteissa ei ”ole sorruttu” Alkolle ”joskus tyyppilliseen valistukseen”. Lehtien lukijatutkimuksissa enemmistö vastaajista oli sitä

mieltä, että ohjelman ilmoitukset antavat myönteisen kuvan yhtiöstä: ”Alko on vastuullinen toimija.” Myös mediajulkisuudessa ohjelmaa kommentoitiin valtaosin myönteisesti. Kritiikki esimerkiksi vanhempien syyllistämistä tai Alkon kaksoisroolista alkoholin myyjänä ja haitoista valistajana jäi vähäiseksi. Toisaalta ohjelmaan kantaa ottanut mediajulkisuus oli kaikkiaan niukkaa (ks. Piispa 2010, 54–61).

Lopullisten arvioiden aika on vasta tuonnempaa, mutta nyt sekä myönteisyyden että niukuuden voi tulkita positiivisesti: merkeiksi Viisas vanhemmuus -ohjelman onnistumisesta myös Alkon yhteiskunnallisen aseman vahvistamisessa. Lasten suojelu vanhempien ja muiden aikuisten alkoholin käytöltä, kohtuukäytönkin problematisoiminen ja pohdinnan virittäminen koetaan ohjelman päätoteuttajan ”vastaansanomattomiksi” pyrkimyksiksi. Kun Alko yhteistyökumppaneineen nostaa aikuisten alkoholin käytöstä lapsille aiheutuvia haittoja keskustelun aiheeksi, se samalla siis luo itsestään vastuullista kuvaa ja vankesta yhteiskunnallista asemaansa.

KIRJALLISUUS

- Alko Oy: Vuosikertomus ja yhteiskuntavastuun raportti 2008. Helsinki: Alko, 2009
- Anderson, Peter & Chisholm, Dan & Fuhr, Daniela C: Effectiveness and cost-effectiveness of policies and programmes to reduce the harm caused by alcohol. *Lancet* 373 (2009): June 27, 2234–2246
- Asetus alkoholiyhtiön toiminnasta. Asetus 243/2000. www.finlex.fi
- Babor, Thomas & Caetano, Raul & Casswell, Sally & Edwards, Griffith & Giesbrecht, Norman & Graham, Kathryn & Grube, Joel & Gruenewald, Paul & Hill, Linda & Holder, Harold & Homel, Ross & Österberg, Esa & Rehm, Jürgen & Room, Robin & Rossow, Ingeborg: *Alcohol: No Ordinary Commodity. Research and public policy.* Oxford: Oxford University Press, 2003
- Boots, Kevin & Midford, Richard: *Mass Media Marketing and Advocacy to Reduce Alcohol-related Harm.* Teoksessa: Heather, Nick & Stockwell, Tim (toim.): *The Essential handbook of Treatment and Prevention of Alcohol Problems.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons Ltd., 2004
- Edwards, Griffith & Anderson, Peter & Babor, Thomas & Casswell, Sally & Ferrence, Roberta & Giesbrecht, Norman & Godfrey, Christine & Holder, Harold & Lemmens, Paul: *Alcohol policy and the public good.* Oxford: Oxford Univer-

- sity Press, 1994
- Hakkarainen, Pekka: *Tupakka: nautinnosta ongelmaksi.* Tampere: Vastapaino, 2000
- Hemánus, Pertti & Partanen, Juha & Virtanen, Matti: *Virittävyden ongelma.* Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, julkaisuja C 9/1987. Tampere, 1987
- Holmila, Marja & Warpenius, Katariina & Warsell, Leena & Kesänen, Minna & Tamminen, Irmeli: *Paikallinen alkoholipolitiikka. Pakka-hankkeen loppuraportti.* Raportti 5/2009. Helsinki: Terveystiedon ja hyvinvoinnin laitos, 2009a
- Holmila, Marja & Huhtanen, Petri & Martikainen, Pekka & Mäkelä, Pia & Virtanen, Ari: *Lasten huoltajien alkoholikäytön ja haittojen kehitys.* Teoksessa: Lammi-Taskula, Johanna & Karvonen, Sakari & Ahlström, Salme (toim.): *Lapsiperheiden hyvinvointi 2009.* Helsinki: Terveystiedon ja hyvinvoinnin laitos, 2009b
- Häikiö, Martti: *Alkon historia. Valtion alkoholiliike kieltolain kumoamisesta Euroopan unionin kilpailupolitiikkaan 1932–2006.* Helsinki: Otava, 2007
- Häyry, Heta & Häyry, Matti & Karjalainen, Sakari: *Paternalismi ja suomalainen tupakkapolitiikka.* *Sosiaalilääketieteellinen Aikakauslehti* 24 (1987): 5–6, 304–310
- Karlsson, Thomas (toim.): *Suomen alkoholiolot 2000-luvun alussa. Kulutus, haitat ja politiikka.*

- Raportti 15/2009. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2009
- Lasten, nuorten ja perheiden hyvinvoinnin politiikka-ohjelma. 5.12.2007
- Lastensuojelu on suomalaiselle tärkein arvo. STT:n uutinen 3.6.2009
- Mustonen, Heli & Mäkelä, Pia & Huhtanen, Petri: Miten suomalaisten alkoholin käyttötilanteet ovat muuttuneet 2000-luvun alussa? Yhteiskuntapolitiikka 74 (2009): 4, 387–399
- Mäkelä, Pia: Kohtuukuluttajille kertyy valtaosa alkoholihaitoista. *Promo* 50 (joulukuu 2007): 30–31
- Mäkelä, Pia & Mustonen, Heli & Huhtanen, Petri: Suomalaisten alkoholinkäyttötapojen muutokset 2000-luvun alussa. *Yhteiskuntapolitiikka* 74 (2009): 3, 268–289.
- Peltoniemi, Teuvo: Suomalaisten lasinen lapsuus 1994 ja 2004. *Tiimi* 41 (2005): 2, 4–10
- Piispa, Matti: Valistus, holhous, suojelu. Tutkimus alkoholipoliittisesta ja tupakkapoliittisesta mielipideilmastosta. *Acta Universitatis Tamperensis* 564. Tampere: Tampereen yliopisto, 1997
- Piispa, Matti & Helakorpi, Satu & Laitalainen, Elina & Uutela, Antti & Jallinoja, Piia: Huumekonaktit ja huume mielipiteet. Tutkimus työikäisistä suomalaisista 1996–2007. *Kansanterveyslaitoksen julkaisuja B* 5/2008. Helsinki: Kansanterveyslaitos, 2008
- Piispa, Matti: Alkoholivalistusta vanhemmille. Arviointi Viisas vanhemmuus -ohjelmasta 2009. Raportti 4/2010. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2010
- Pääministeri Matti Vanhasen II hallituksen ohjelma 19.4.2007. www.valtioneuvosto.fi
- Raitasalo, Kirsimarja: Drinking in presence of children. Julkaisematon käsikirjoitus, 2009
- Sulkunen, Pekka & Rantala, Kati & Määttä, Mirja: Kantaaottamattomuuden etiikka ja ehkäisevän päihdetyön ongelma kulutusyhteiskunnassa – esimerkkinä Klaari-projekti. *Janus* 11 (2003): 2, 100–121
- Tuominen, Ismo: Onko monopolilla tarkoitus? *Alkoholipoliittikka* 62 (1997): 6, 426–435
- Tuominen, Ismo: Vanhempien alkoholinkäytön vaikutukset lapsiin. Alkon alkoholipoliittisen työryhmän taustamuistio 17.6.2008
- Törrönen, Jukka (toim.): Valvontaa ja vastuuta. Päihdeet ja julkisen tilan moraalisaatety. Helsinki: Gaudemus, 2004
- Valtioneuvoston periaatepäätös alkoholipoliittikan linjauksista 2003
- Viisas vanhemmuus -ohjelman ohjelmasuunnitelma 21.10.2008
- Virtanen, Matti: Valistuksen virittävyys. Kohtuus on olemassa -kampanja Alkon politiikan osana. Tutkimusluento 14/1981. Helsinki: Alkoholipoliittinen tutkimuslaitos, 1981
- Virtanen, Matti: Änkyrä, tuiske, huppeli. Muuttuva suomalainen humala. Juva: WSOY, 1982
- Virtanen, Matti: Uusi uljas monopoli. *Yhteiskuntapolitiikka* 63 (1998): 2, 119–120
- Österberg, Esa: Mielipiteet, vuosi 2010. Julkaisematon tiedosto, 2010.