

Fagerholmista lähtien Alkon pääjohtajat ovat hoitaneet valtakunnan asioita, kantaneet huolta maapallomme tulevaisuudesta ja toimineet kulttuurin edistämiseksi. Näin on myös Heikki Koski tehnyt. Skaala on laaja, jatsista laulujuhliin, arkkitehtuurista teatteritaiteeseen. Lukijasta H. Kosken tähänastinen elämäntaival vaikuttaa kadehdittavan kiinnostavalta. Kiinnostava se on myös siksi, että hän näyttää osaavan yhdistää työn ja hovin. Edustaminen ei ole itsetarkoitus, uudet tapaamiset johtavat kiinteisiin ystävyyssuhteisiin, uudet matkat tutustumiseen uusiin kulttuureihin pintaa syvemmältä. Heikki Koski on jo ollut paljossa mukana, mutta ei pyrkyrinä, vaan pyydyttynä. Elämän matkakumppanin merkityksen voi lukea rivien välisistä, vaikka tekijä ei sitä suoraan sanokaan.

Mutta näyttää pääjohtajallakin olevan vaikeat hetkensä. Kun parhaansa yrittää, eikä kuitenkaan saa ymmärrystä, tunnuksesta puhumattaan. Kun näkee, mihin ollaan menossa ja mitä pitäisi tehdä, mutta poliittista tahtoa ei löydy. Tuttuja ovat tuntemukset, toimintatavat erilaiset; pääjohtaja erittelee, selittelee, purkaa tuntojaan, tutkija osoittaa vuosien kuluttua virheratkaisujen seuraukset. Mutta hyvältä hän se Kosken pääjohtajakausi näyttää, kuten hän itse sanoo: ”On sitten suunta ollut mikä tahansa, on pyritty etenemään

varovasti. Kaikkia äkillisiä heilahteluja on vältetty. Siinä viimeisen kymmenvuotiskauden osalta on löydettävissä tuota usein peräänkuulutettua johdonmukaisuutta.” Ei ollut Kosken vika, että 80-luvun loppun lihavat vuodet kasvattivat alkoholin kulutustamme ja nostivat meidät tilastoissa Italian tasolle.

Koski luuli tulleen Alkoon tutkimuksesta vastaavaksi johtajaksi, jolle kuuluisi myös jakelutoimeen liittyviä tehtäviä, mutta huomasi kuitenkin olevansa vähittäismyyntijohtaja, jolle Kuusi siirsi omalta tehtävältaueeltaan alkoholipoliittisen tutkimuksen. Olisi houkuttelevaa tulkita tämä siten, että juuri tutkimus oli kiinnostava tehtävänä. Pekka Kuusi tuntui olleen tästä kiinnostuksesta hyvin perillä ja ajatteli ilmeisesti myös silloisen nuoren esimiehen ja koko Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen parasta, koska tokaisi minulle keran: ”Hankin juuri sinulle sopivan johtajan”.

Tutkimuksen näkökulmasta Alko on ollut 25 viime vuoden aikana ihanteellinen paikka. Harvassa yhtiössä on ollut itse tutkimusta harrastaneita pääjohtajia, jotka ovat pyrkineet hyödyntämään tutkimusta päätöksenteossa. Ei niin, että yksittäisiä kysymyksiä olisi pyritty ratkaisemaan tutkimuksin, vaan tutkijoiden asiantuntemusta käyttäen. Kirjassaan kuten myös lukuisissa puheissaan johtaja, myöhemmin pää-

johtaja Koski muisti aina mainita siteeratun tutkimuksen tekijän. Mikä sen parempi kiitos kuin täsmällisesti referoidut tutkimustulokset ja niiden yhteydessä harjoitettu pohdiske-

lu. Fagerholmien alkoholipoliittista asennoitumista kuvatesaan Koski kirjoittaa, että ”alkoholi oli Fagerholmille vahvasti kulttuurinen kysymys, asia, joka on valitettavasti jäänyt sivummalle viime aikojen ’viinit maitokauppaan’ -keskustelussa”. Juuri niin, kulttuurista on kysymys. Keskioluen vapauttaminen ei tehnyt siitä suomalaista ruokajuomaa. Sen sijaan kukaan ei enää nykyään voi kuvitella saunaa ilman kaljaa. Kuinka siis viinipullon tulo lähikaupan hyllylle Suomessa voisi istuttaa Välimeren maiden vuosituhansia vanhan viinikulttuurin osaksi suomalaista juomatapaa? Tavan muotoutuminen vaatii vuosia, kulttuurin kymmeniä tai satoja.

Tämän kaamoksen ja rospuuttoajan keskellä oli hyvä lukea kirja, jonka sävy on niin elämänmyönteinen ja asiat paitsi hyvässä järjestyksessä myös kohdallaan.

SALME AHLSTRÖM

HEIKKI KOSKI
HINTANSA VÄÄRTI
KEURUU: OTAVA, 1994