

ANALYYSIT

MIELIKUVAT JA TOSIASIAT

PEKKA SULKUNEN

Jellinek Memorial Award (Jellinekin muistopalkinto) on arvostetuin kansainvälinen tunnustus, minkä alkoholitutkija voi saada. En koe saaneeni sitä kuitenkaan yksin, vaan osana pitkäaikaista tutkijaryhmää. Suomalaiset kollegani ja erityisesti kaksi aiempaa suomalaista tämän palkinnon saajaa, Kettil Bruun ja Klaus Mäkelä, ovat olleet myös opastajiani ja tukijoitani. Haluan kiittää heitä kaikkia rohkaisusta ja innoituksesta, jota ilman työni ei olisi ollut mahdollista.

Kaikki ryhmämme jäsenet ovat työssään suuntautuneet hyvin eri lailla, mutta uskon, että meillä on yksi yhteinen lähtökohta. Olemme usein järeämpäisestäikin poliittisen ja hallinnollisen painostuksen edessä pitäneet kiinni suomalaisen alkoholitutkimuksen ja sosiaalipolitiikan pioneerin Pekka Kuusen ohjeesta, jonka hän muotoili meille viimeisessä puheessaan näin: ”Tutkikaa ihmisen tilaa tutkimalla ihmisten suhdetta alkoholiin.” Meille alkoholitutkimus on ollut kaksisuuntainen ikkuna, joka yhtäältä rajaa näkemystämme sosiaalisesti rakentuneesta maailmasta ja auttaa suuntaamaan huomion tärkeisiin ajankohdaisiin kysymyksiin. Toisaalta tarkastelemme alkoholia historiallisen ja vertailevan yhteiskuntateorian pohjalta, oli sitten kyse juomiskäytännöistä, juomisen seurauksista, alkoholipolitiikasta tai hoitojärjestelmistä.

Emme pidä erottelua soveltavan ja perustutkimuksen välillä hyödyllisenä. Alkoholien aiheuttamien ongelmien ratkaisuun tarkoitett-

tujen erilaisten toimintamallien ja tekniikoiden arviointi on luonnollisesti hyvin tärkeää, ja teemme sitä jatkuvasti. Mutta toimintamallien ja tekniikoiden kehittämiseen tarvitaan jotain enemmän kuin soveltavaa tiedettä, ainakin jos soveltavan tieteen käsitteeseen ajatellaan sisältyvän näkemys, että todellisuus on jotakin pysyvää ”tuolla jossain” ja tieteellinen tieto voidaan tuoda, ottaa tai ostaa akateemisilta tieteenharjoittajilta ja sitä voidaan sellaisenaan käyttää joihinkin ennalta määrättyihin tavoitteisiin pääsemiseksi. Akateemisen perustutkimuksen ja soveltavan tieteen erottaminen ei mielestäni ole järkevää. Valitsin esitelmäni otsikon ”Mielikuvat ja tosiasiat” perustellakseni tätä näkemystä.

MIELIKUVIEN TODELLISUUDESTA

Kokemukseni alkoholitutkijana ovat opettaneet minulle paremmin kuin mikään muu, että sosiaaliset *tosiasiat* ja todellisuus todellakin ovat ”tuolla jossain”, mutta että ihmisten *toimintaa* ohjaavat heidän mielikuvansa näistä tosiasioista ja todellisuudesta ja heidän toimintansa kautta mielikuvista tulee osa todellisuutta.

Robin Room on teoksessaan *Governing Images of Alcohol and Drug Problems* ottanut käyttöön uuden käsitteen vaikeasti määriteltävä sosiaalinen ongelma (*intractable social problem*) kuvaamaan mm. alkoholismia sellaisena koettelemuksena, jonka ilmeneminen ei itsessään ole riittävä tosiasia kertomaan, mitä meidän pitäisi sille tehdä. Hän erottaa kolme toisistaan poikkeavaa Yhdysvalloissa

Muokattu luennon pohjalta, jonka tekijä piti saamansa Jellinek-palkinnon johdosta Reykjavikissa 5.6.1997.

vallitsevaa mielikuvaa alkoholismista vaikeasti hoidettavana sosiaalisena ongelmana. Epideemisessä näkemyksessä painopiste on julkisen terveydenhuollon pyrkimyksissä estää sairauden leviäminen. Amerikkalaisen alkoholismi-liikkeen näkemyksen mukaan on keskityttävä itse sairauteen ja sen terapeuttiin käsittelyyn. Moniarvoisuuden koulukunta kiinnittää huomionsa alkoholismiin syntyyn vaikuttaviin yhteisöllisiin syy-seuraussuhteisiin. Kaikki nämä näkemykset sisältävät myös viittauksia siihen, minkälaisiin institutionaalisiin järjestelyihin pitäisi ryhtyä, jotta tätä ongelmaa pystyttäisiin hoitamaan, minkälainen työnjako eri ammattikuntien välille pitäisi laatia ja mihin suuntaan ennalta ehkäisevää työtä pitäisi kehittää. On myös selvää, että kaikki näkevät tehtäväkseen toisistaan poikkeavien etuoikeuksien edistämisen ja puolustamisen. Vallitsevat mielikuvat alkoholismista ovat hyvin vahvasti osa sosiaalista todellisuutta.

Tutkimus on keskeisessä asemassa näiden sosiaaliselle toiminnalle välttämättömien mielikuvien rakentamisessa. Minulle itselleni epideeminen mielikuva on tutumpi kuin kaksi muuta, koska tutustuin tähän kenttään Kettil Bruunin tutkimusapulaisena aikana, jolloin hänen ja hänen kollegoidensa yhteisenä tutkimusaiheena oli ”Alkoholipoliitikka – kansanterveydellinen näkökulma”. Minun tehtävänäni oli tutkia kansainvälisiä vaihteluita alkoholin kokonaiskulutuksessa.

Epideemisen mielikuvan kehittäminen kokonaiskulutuksen teoriaksi ja teorian muuntaminen alkoholipoliittiseksi toimintasuunnitelmaksi vei monia vuosia ja vaati empiiristä testaamista ja teoreettista hienosäätöä monilta kansainvälisiltä tutkijoilta. Se on vaatinut myös kantavan ajatuksen älyllisten perusteiden tutkimista, siihen kohdistuneiden poliittisten ja ideologisten hyökkäysten analysointia ja lopulta makrososiologisia pohdintoja siitä, mihin teoria sijoittuu tämänhetkisten länsimaisten yhteiskuntien poliittisessa, moraalissa ja ideologisessa kontekstissa ja näiden kontekstien ulkopuolella.

Tämä ei ole ollut soveltavaa tutkimusta, mutta se on ollut hyvin käytännöllistä tutkimusta. Kokonaiskulutuksen teoria tai saatavuusteoria on ollut alkoholiongelmaa koskevien mielikuvien joukossa dominoivassa asemassa monissa maissa noin neljännesvuosisadan ajan. Se oli tärkein perustelu, millä oikeutettiin rajoittava lainsäädäntö Ranskassa vuonna 1990, maassa, jossa teoria on syntynyt, vaikka olikin siellä pitkään lähes unohtuksissa.

Kokonaiskulutuksen näkökulma alkoholipoliittisena linjauksena, vaikka se sisältääkin näkemyksen alkoholimarkkinoiden säätelytarpeesta yleisen hyvän nimissä, ei ole pelkästään epidemiologinen malli. Näkökulma kiinnittyy modernin hyvinvointivaltion ideoihin, yleisyyteen, julkiseen suunnitteluun ja seurausten etiikkaan. Se on yleinen, koska se pyrkii kontrolloimaan alkoholin saatavuutta yleisesti kaikkien kansalaisten osalta sen sijaan, että eräitä ihmisryhmiä kontrolloitaisiin. Se nojaa julkiseen suunnitteluun, koska alkoholin saatavuutta voidaan säädellä vain julkisin toimin. Ja se on eettiseltä kannaltaan seurauksiin puuttuva, koska sen sisältämät eettiset pyrkimykset koskevat vain alkoholin käytön seurauksia, alkoholiin itseensä ei oteta moraalista kantaa. Juuri teorian kiinnittymisen hyvän yhteiskunnan moderneihin ideoihin saattaa olla syynä siihen, että se on tällä hetkellä arvostelun kohteena monissa maissa. Nämä ideaalit, ei epidemiologisen mallin pätevyys sinänsä, ovat murenemassa. Alkoholiongelmat ovat edelleen tosiasioita. Ongelman yhteiskunnallista säätelyä koskeva mielikuva sen sijaan on alttiina suurille historiallisille muutosprosesseille, jotka kohdistuvat nimenomaan länsimaisten hyvinvointivaltioiden ideologisiin rakenteisiin.

On edelleenkin tarpeellista varoittaa hallituksia tämän mielikuvan muuttamisen seurauksista. Mutta ehkä meidän pitäisi myös alkaa etsiä muita alkoholiongelmaa koskevia mielikuvia, jotka olisivat sovitettavissa yhteen modernin arvojen rappion ja tällä hetkellä dominoivien yksilön, yhteiskunnan ja valtion väli-

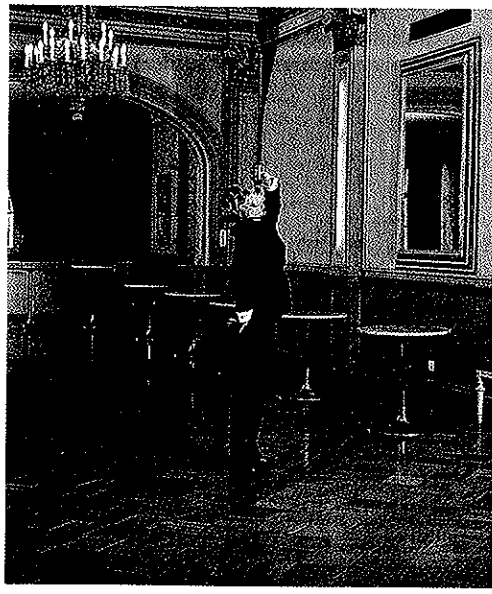
siä suhteita koskevien mielikuvien kanssa. Näiden mielikuvien tulisi olla sellaisia, että ne toimisivat käytännön ohjeina tilanteessa, jossa yleisten kansalaisoikeuksien itsestään selvä hyväksyntä on muuttunut yksilöiden velvollisuudeksi ottaa vastuuta omasta itsestään. Niiden pitäisi ottaa huomioon se seikka, että kansallinen yleinen hyvä ei ehkä enää toimikaan kimmokkeena julkiseen toimintaan, vaan jokainen ryhmä pyrkii suojelemaan itseään ja omaa elämäntyyliään parhaaksi katsomallaan tavalla. Ja niiden pitäisi ottaa huomioon myös se seikka, että alkoholimarkkinoiden julkinen säätely ei ehkä ole enää mahdollista, koska tavaroiden kansainvälinen vapaa liikkuvuus katsotaan kaikkein tärkeimmäksi. Kansallinen tarjonnan säätely täytyy ehkä korvata paikallisella, tukeutumalla sellaisiin rakenteisiin, joita kollegani Marja Holmila kutsuu lyhytkestoisiksi yhteisöiksi.

Nämä päätelmät perustuvat modernien yhteiskuntarakenteiden ja yhteiskuntaa koskevien mielikuvien analyysiin yleisesti, mutta toisaalta alkoholipoliittisia puheikäytäntöjä koskevat historialliset ja vertailevat tutkimukset ovat muodostaneet tärkeän osan näistä analyyseistä. Ikkuna tarjoaa näköalan kumpaankin suuntaan.

Minun korvissani väite tosiasioista mielikuvien vastakohtana on väärä, epäkäytännöllinen ja pitkästyttävä. Kuka tahansa, joka on kiinnostunut juomisesta sosiaalisena ja usein ongelmallisena käytäntönä, huomaa helposti, että sosiaalinen todellisuus on mielikuvia tai – kuten moni nykyisin sanoisi – diskursseja ja että se on näin ollen merkityksiä kantava, mutta se on samalla myös jotakin, joka on merkitysten ulottumattomissa. Alkoholismi on elettyä kokemista ja kärsimistä, jota ei voida käsitteellistää, mutta samalla se on myös joukko sosiaalisia konstruktioita, jotka ovat välttämättömiä, jotta ihmiset ja yhteiskunta voisivat toimia sen suhteen. Samalla tavalla alkoholin aikaansaamat mielihyvän tunteet ja elämykset ovat sekä kaikenlaisten diskurssien ulkopuolista todellisuutta että vahvasti

riippuvaisia niistä monista mielikuvista, joita alkoholin käyttöön liittyy. Näkemykseni mukaan on tutkittava näiden suhdetta eikä väiteltävä niiden ensisijaisuudesta toisiinsa nähden.

Relevantti tapa muotoilla tämä ongelma ei ole asettaa mielikuvat ja todellisuus vastakkain vaan tarkastella merkityksellisyyttä tai käsitettävyyttä suhteessa siihen, mikä on merkityksenannon ulottumattomissa. Merkitystenanto on valintojen tekemistä. Hans-Georg Gadamer on sanonut: "Oleminen, joka voidaan käsittää, on kieltä, mutta kaikkea olemista ei voida käsittää." Teoriat, valistusmateriaali, ammatilliset puheikäytännöt, yhteiskuntapoliittiset puheet tai institutionaaliset järjestelyt eli tavat, joilla alkoholiongelmien tosiasiat muotoillaan kielessä, kantavat mukanaan valintoja, jotka jättävät aina jotain ulkopuolelle. Nämä valinnat ovat riippuvaisia muista tosiasioista, kuten valtasuhteista, ammatillisista ja taloudellisista eduntavoiteluista ja ideaaliyhteiskunnan mielikuvista. Ja juuri tämän takia on paitsi kiinnostavaa myös käytännöllisesti merkittävää katsoa kumpaankin suuntaan ikkunan läpi, sekä alkoholista yhteiskuntaan että yhteiskunnasta alkoholiin.



Nämä valinnat tai, jos haluamme kutsua niitä hienommin, hermeneuttiset reduktiot, pätevät myös alkoholin käyttöä koskeviin mielikuviiin, kun sitä katsotaan käytön antaman mielihyvän näkökulmasta eikä niinkään niiden ongelmien kannalta, joita yritämme välttää. Mielikuvat merkityksellistävät eletyn juomiskokemuksen, mutta ne eivät koskaan kata sen kaikkia ulottuvuuksia ja jättävät näin merkityksenkin epäselväksi ja avoimeksi monille tulkinnoille ja käänteisillekin vaikutelmille. Uudehkon suomalaisen olutmainoskampanjan kuvassa esiintyy smokkiin pukeutunut nuori mies oopperan lämpiössä juomassa olutta suoraan pullosta. Pullo on pystysuorassa asennossa. Mies on yksin, mutta hänen kuvajaisensa näkyy suuressa peilissä. Elokuvasversiossa sama mies näytetään ensin aitiossa istumassa naisen kanssa, joka kuuntelee keskittyneesti oopperalaulajaa. Mutta kasvoniilmeet vihjaavat, että nainen on pitkästynyt. Yhtäkkiä mies on kadonnut ja löytyy lämpiöstä juomasta olutta pullonsuusta kavereidensa kanssa.

MIELIKUVIEN VOIMA

Tutkikaamme, mitkä edellä esitetyssä ovat mielikuvia ja mitkä tosiasioita ja minkälaisia tosiasioita mielikuvat edustavat. Aloitta-kaamme ilmeisimmästä: mielikuvaa alkoholista käytetään tässä ihmisten suostutteluun. Heitä suostutellaan ryhtymään toimintaan elävässä todellisuudessa, ostamaan olutta ja sitten nauttimaan siitä parhaansa mukaan, siten kuin se heidän omien kokemustensa perusteella pitää tehdä. Tämä on olutmainosten ensisijainen tehtävä, mutta ne järjestävät käsityksiämme alkoholista ja yhteiskunnasta myös muilla tavoin.

Katsokaamme ensin ikkunasta siihen suuntaan, jossa näemme alkoholin nykyaikaisessa suomalaisessa yhteiskunnassa. Fallinen asetelma on tyyppillinen pojille suomalaisten kaupunkien kaduilla ja puistoissa viikonloppuöinä. Mainoskampanja tuo silmiemme eteen

julkisella paikalla juomista, joka rikkoo etikettisääntöjä, joita normaalisti sovellettaisiin korkeakulttuurin alueella. Koko ”arvokas” yhteiskunta esitetään pilkkallisessa valossa ja sille naureskellaan epäkunnioittavasti. Monien pubien nimet tekevät saman, esimerkiksi Kotipesä, Piilopaikka ja Ruiskumestari. Kampanja hyödyntää ja vahvistaa tuttua mielikuvaa alkoholista siirtymänä ja symbolina vapaudelle, jossa ollaan irtauduttu auktoriteeteista ja yhteiskunnan sanelemista käyttäytymisnormeista. Alkoholi edustaa välitöntä nautintoa kurinalaisuuden, hienostuneen maun ja pitkitetyn palkitsemisen sijaan.

Voimme tarkastella tätä mielikuvaa myös katsomalla alkoholin suunnasta nykyaikaiseen suomalaiseen yhteiskuntaan. Korkeakulttuuri on nykyisin osa arkipäiväistä keskiluokkaista elämää, ja kulttuurinen pääoma on arvostettu sosiaalinen voimavara. Korkeakulttuuri edustaa keskiluokkaista normaaliutta, mutta sitä harrastavat paljon enemmän naiset kuin miehet. Mainoksen nuoret miehet liikkuvat aikuisten maailmassa ja aikuisten asussa ja osoittavat suvereenisuuttaan ikään kuin kahdella tasolla: olemalla oopperassa ja olemalla oopperan yläpuolella jättäessään sen etikettisäännöt huomiotta. Uhmaava asento korottaa alkukantaisen ja kesyttämättömän maskuliinisuuden jalustalle ja kertoo, että se on edelleen ”miehen luonto”, vaikkakin mies on puettu ja sijoitettu kunniallisen normaaliuden temppeleihin.

Tällaiset mielikuvat ohjaavat varmasti käyttäytymistä, vaikkakin tavalla, jota on vaikea mitata. Joka tapauksessa ne määräävät käyttäytymisen tulkintoja, jotka ovat välttämättömiä siinä, mitä Max Weber nimitti ymmärtäväksi selittämiseksi (verstehende Erklärung). Jos haluamme selittää juomiskäyttäytymistä historiallisesti ja kulttuuriset kontekstit ylittäen, emme voi olettaa, että löydämme yhden ainoan merkityksen, joka voidaan poimia erilleen ja jopa mitata alkoholin määrällä. Tässä on hyvä tilaisuus palauttaa mieleen, että E. M. Jellinek itsekin huomasi tämän ja pani alkuun kansainvälisen juoma-

tapoja koskevan kyselytutkimuksen kehitteläkseen ymmärättäviä selityksiä. Ns. Jellinekin metodi, jota tässä mainitussa kyselytutkimuksessa käytettiin, hyödyntää antropologista menetelmää käyttäen informanteja yhdistettyinä ryhmähaastattelumetodiin, ja me olemme itsekin käyttäneet sitä useissa viimeaikaisissa tutkimuksissamme pyrkiessämme selvittämään juomiseen, juomisongelmiin ja alkoholipoliittikkaan liittyviä kulttuurisia merkityksiä.

Juominen on merkityksiä kantava teko. Mutta se ei ole pelkästään sellainen, niin kuin ei ole ruoanvalmistus, syöminen tai seksuaalisuuden ilmaiseminenkaan. Humaltumisen ruumiillinen kokeminen on välttämätön osa juomisen merkityksen rakentumisessa, vaikkakin kokeminen itsessään on ainoastaan jonkinlainen merkki merkitysten mahdollisuudesta. Lasillinen samppanjaa juhlistamassa kansainvälisen sopimuksen allekirjoittamista ei olisi sama ilman sen humalluttavaa vaikutusta, samoin kuin ruumiillinen kokeminen syömisestä yhteydessä on välttämätön osan konferenssi-illallisten merkitystä.

On melko helppoa huomata, että samanlaisesti sekä alkoholin ruumiillinen kokeminen että kulttuuriset mielikuvat sääntelevät juomisen merkityksiä. Mutta jos jättäisimme asian tähän, se johtaisi helposti dualismiin ruumiin ja hengen tai luonnon ja kulttuurin välillä. Norbert Elias on kritisoinut suurinta osaa länsimaista ajattelua tästä dualismista. Kulttuuri muokkaa luontoa, ei pelkästään teknologisessa mielessä vaan siten, että se antaa sille merkityksiä.

Merkityksen antaminen jollekin tapahtuu nostamalla asia keskustelun kohteeksi ja nimeämällä se. Tällä tavalla asiasta tulee yhteisesti määritelty, sosiaalinen. Termiä sosiaalinen juominen käytetään sellaisista tilanteista, joissa humaltumisen kokemus voidaan kuvata niiden päämäärien kautta, joita se palvelee ja joiden takia se katsotaan hyväksyttäväksi, tai jos humaltuminen voidaan kuvata sitä sääntelevien normien kautta. Jos juomisen voidaan ajatella edesauttavan seurallisuutta, ryhmän

sisäistä vetovoimaa, rentoutumista, ravituksi tulemista, terveyttä jne., sen ajatellaan olevan sosiaalista. Vastaavasti, jos alkoholin käyttö on haitallista suhteessa edellä lueteltuihin päämääriin, sitä pidetään epäsosiaalisena ja ongelmallisena.

Mitä tahansa hermeneuttista reduktiota sovellammekin juomiskokemuksiin rakentaaksemme niistä mielikuvia, jotakin jää aina tavoittamatta. Teoksessaan *The Consuming Body* Pasi Falk kutsuu tätä jotakin ”nimettömäksi mielihaluksi” tai ”nimeämättömän haluamiseksi”; ilman nimettömän mielihalun oletusta olisi vaikea ymmärtää ylipäätään mitään kuluttamista, mutta erityisesti tämä käsite on tarpeen sellaisten kulutushyödykkeiden yhteydessä, joita Falk kutsuu lisiksi. Lisää ovat mm. ylellisyustuotteet, uutuudet, muodit, tyyli ja mikä tahansa, joka tyydyttää jotakin muuta kuin ilmeistä tarvetta. Alkoholihumala kaikissa muodoissaan on malliesimerkki lisästä. Miten tahansa tarkastelemmekin sitä tarpeen tyydytyksen näkökulmasta, tarkastelun ulkopuolelle jää aina jotakin, joka on relevanttia myös sosiaalisesti eikä pelkästään yksilöllisen ruumiillisen kokemuksen kannalta. Niinpä nämä merkitysten ”lisät” ovat kaikkien tärkeimpiä osia juomista koskevissa mielikuvissa, jotta nämä mielikuvat voisivat toimia käyttökelpoisina ikkunoina alkoholin ja yhteiskunnan välillä kokonaisvaltaisemminkin.

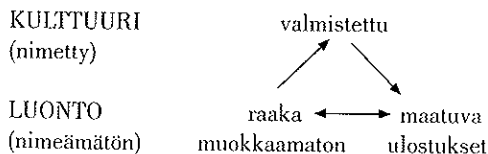
Kulttuuriteoreettisesti lisän käsite – merkitykseltään lisä on siis jotain enemmän kuin kulutushyödykkeen ilmeinen käyttötarkoitus antaisi ymmärtää – voidaan ymmärtää seuraavasti. Kulttuuri nimeää luontoa koskevat inhimilliset kokemukset ja tekee niistä merkityksellisiä. Mutta kulttuurilla on toinenkin erityinen ominaisuus, joka kiehtoi Claude Lévi-Straussia hänen analysoidessaan myyttejä. Juuri tämä ominaisuus tekee juomista koskevasta mielikuvista tärkeitä yhteiskuntaa koskevien käsitystemme kannalta, yhteiskuntaa, jonka sisällä nämä mielikuvat rakentuvat. Kulttuuri ei pelkästään muunna luonnon objekteja kulttuurin objekteiksi nimeämällä ne,

vaan se pystyy myös näyttämään luonnon ja itsensä välisen raja-alueen niin sanottujen toisen asteen representaatioiden kautta. Nämä ovat merkityksen lisiä. Myytit ovat tarinoita loistavista ja traagisista sankareista, mykistävistä kohteista ja maagisista tapahtumista. Lévi-Straussille ne edustavat myös perimmäistä ongelmaa, rajaa sen välillä, mikä on kulttuurista ja siis sosiaalista ja mikä on kulttuurin ulkopuolista, epäsosiaalista ja ei-merkityksellistä. Myös juomista koskevat mielikuvat kuvastavat hyvin tätä raja-aluetta, joka on vahvasti läsnä humaltumisen kokemuksessa.

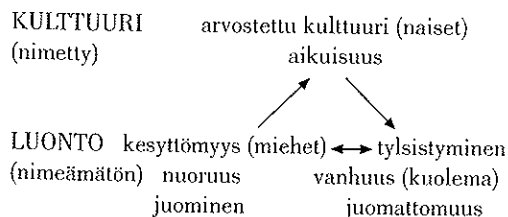
Lévi-Strauss analysoi tätä kulttuurin kykyä kuvastaa luonnon ja itsensä välistä raja-aluetta brasilialaisissa ruokamyyteissä kuuluisilla ruokakolmioillaan kaavion 1 esittämällä tavalla.

Myytit ovat tarinoita ja kuvaavat sen takia muutoksia. Se, mikä on yhtä alussa, muuttuu joksikin toiseksi lopussa. Lévi-Strauss erotti kaksi eri muuttumistyyppiä: joko nouseminen raalta, muokkaamattomalta luonnon tasolta esimerkiksi kypsennyksen kautta ruoaksi, joka kuuluu kulttuurin piiriin, tai sitten aleneminen tai taantuminen ruoasta maatuksi jätteeksi tai ulostukseksi. Ensimmäinen on positiivinen muutos. Jälkimmäinen on negatiivinen.

Kaavio 1.



Kaavio 2.



tiivinen ja edustaa tuhoutumista ja kulkemista kohti kuolemaa ja on sen takia vastenmielistä ja kauhistuttavaa.

Mielikuva, joka alkoholista luodaan olutmainoksen kuvan avulla, on kulttuurinen representaatio alkoholista siirtymän välineenä. Mutta siirtymämielikuva alkoholista itsestään on jonkin muun representaatio, lisä, jota on hyvin vaikea pukea sanoiksi tai nimetä. Myytien tavoin kuva kertoo meille toisenlaisesta todellisuudesta kuin se kuvitteellinen pinta, johon siirtymämielikuva on puettu. Kertominen tapahtuu asettelemalla mielikuvan sisältämät vastakohtaisuudet ruokakolmiota muistuttaviin asemiin, niinpä olutmainos voidaan esittää kaavion 2 tapaan.

Juovat miehet edustavat raakaa maskuliinisuutta ja nuoruutta, ooppera symboloi järjestäytyneen sovinnasta normaaliutta, aikuisuutta ja naisten maailmaa. Juovien nuorukaisten viriilin maailman vastakohta on rappeutunut tylsistyminen, vanhuus ja juomattomuus.

Kesyttömän maskuliinisuuden ja kulttuurisesti järjestyneen feminiinisuuden välinen jännite on aina uudelleen vastaantuleva teema, joka on tullut esille mitä uskomattomimmissa yhteyksissä suomalaisia juomismielikuvia koskevissa tutkimuksissamme kahdenkymmenen vuoden aikana, esimerkiksi sellaisten keskiluokkaisten naisten ja miesten ryhmähaastattelussa, jotka pitivät itseään modernien, sivistyneiden ja ongelmattomien juomatapojen edelläkävijöinä.

Näyttää siltä, että näihin mielikuviiin on nyt ilmaantumassa uusi jännite – nuoruuden ja aikuisuuden mielikuvien välille. Ron Harrén näkemyksen mukaan tällaisia symbolisia jännitteitä kehittyi usein tilanteissa, joissa sosiaalisten statusten erot muuttuvat epäselviksi, nopeasti vaihteleviksi ja sekaviksi. Palauttaaksemme selkeyden rakennamme symbolisia välineitä ja liioittelemme haluamiamme ominaisuuksia omassa statusidentiteetissämme.

Sukupuolien statuksen kohdalla tilanne on jo pitkään ollut edellä kuvatun kaltainen.

Suomalaiset naiset osallistuvat työelämään, he ovat saavuttaneet koulutustason, joka keskimäärin ylittää miesten koulutustason, ja heillä on jo pitkään ollut tärkeitä rooleja julkisen elämän alueella. Miesten ja naisten välinen suhde on muodostunut kulttuurisesti jännitteiseksi ja sitä koskevat mielikuvat epäselviksi. Viimeaikaiset tutkimukset osoittavat, että nyt myös nuorten status ei-aikuisina on käymässä epäselväksi. Kaupalliset tiedotusvälineet hyödyntävät nuorisokulttuuria aikuisten viihdetarjonnassa ja huippumuodin suunnittelijat jäljittelevät nuorisomuotia välittömästi. Tämä ylöspäinvirtausmekanismi saa alkunsa aikuisten kulttuurin sisältämästä nuoruuskultista, mutta se voi olla melko turhauttava nuorille itselleen. Toisaalta nuoruuden ja aikuisuuden välinen siirtymä on pitkitymisen myötä tullut hämmentäväksi ja epäselväksi, osittain perheen instituution kasvavan sekasorron vuoksi. Nuorten juomakäytännöissä hämmennykset menevät osaksi päällekkäin. Tytöt juovat yhtä paljon kuin pojatkin ja samalla tavalla, ja nuoruuden ja aikuisuuden välinen jännite on ainakin yksi tekijä heidän elämäkokemuksessaan, jota he ilmentävät tätä käytäntöä koskevissa mielikuvissa.

Juomismielikuvatkin ovat, kuten myytit, kertomuksia toisenlaisesta todellisuudesta kuin se kuvitteellinen pinta, johon ne on puettu. Ne kertovat meille vaikeasti käsiteltävästä kokemuksesta olla mies ja nainen tai nuori nyky-yhteiskunnassa. Pekka Kuusen sanoin ne kertovat inhimillisestä elämästä eräässä kulttuurissa, tietystä paikassa ja tietynä ai-

kana. Juomiskulttuuri on kulttuuria nimenomaan sanan laajassa merkityksessä.

Edellä olevatkin ovat käytännöllisiä päätelmiä. Olisi vaikea tehdä interventioita nuorten juomiseen ymmärtämättä, mitä heidän juomisensa ilmaisee. Sen tutkiminen ei ole soveltavaa tiedettä ja sen merkitys voi ulottua paljon pidemmälle kuin pelkästään alkoholiongelmista huolehtimiseen. Ja kun huolehdimme nuorten juomisesta, meidän täytyisi ensin ymmärtää, mitä nuoruus merkitsee.

Loppuyhteenvedon haluaisin painottaa, että järkevinä ja moraalisesti vastuuntuntoisina yhteiskuntatieteilijöinä emme voi olla piittaamatta sosiaalipoliittisista linjanvedoista. Sosiaalipoliittisten päämäärien valinta ei ole pelkästään teknistä ongelmanratkaisua, vaan myös sosiaalinen rakennusprosessi, joka on riippuvainen lukemattomista monimutkaisista tekijöistä, jotka eivät ole yhteydessä pelkästään vaikeasti hoidettaviin ongelmiin itseensä vaan myös koko yhteiskuntaan. Emme voi myöskään teeskennellä, ettemmekö olisi tietoisia siitä, että oma tutkimuksemme on myös osa merkityksentuotantoa ja että olemme ei vain teknisesti vaan myös moraalisesti vastuullisia toimijoita siinä. Siksi, ollaksemme käytännöllisiä ja valitaksemme oikean toimintatavan meidän on katsottava ikkunan läpi molempiin suuntiin. Inhimillisen elämän merkityksellisten tosiasioiden ymmärtäminen on itse asiassa käytännöllisin asia, minkä yhteiskuntatieteilijä voi tehdä.

Englannin kielestä suomentanut Tea Berndtson