

KESKIOLUEN VAPAUTUMISEN MERKITYS

JAAKKO JOKI – RAINE VALLI

KESKIOLUEN MATKA SUOSIKKIJUOMAKSI

Keskioluen voittokulku muihin alkoholijuomiin nähden on ollut musertavaa etenkin viime vuosina. Tuhkimotarinan juuret löytyvät 1960-luvun olutmyönteisestä ilmapiiristä. Koska viinakauppaverkosto oli harva, haluttiin maaseudun väestön alkoholin hankintaa helpottaa. Samalla suomalaisen juomatavan paksuja viinahöyryjä pyrittiin ohentamaan. Oman lakinsa keskiolut sai 1969 ja portti Suomen valloitukseen aukeni.

Laki mahdollisti alle 4,7 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävän oluen vähittäismyynnin elintarvikeliikkeissä ja kahviloissa Alkon avulla niissä kunnissa, joissa valtuusto oli antanut siihen suostumuksensa. Lähes kaikki kunnat sallivatkin keskioluen myynnin ja anniskelun alueellaan. Laki jätti kunnille myös mahdollisuuden annetun suostumuksen peruuttamiseen. Keskioluen kulutus kasvoikin voimakkaasti 1970-luvun puoliväliin saakka. Yllättävintä asiantuntijoiden mukaan oli, ettei keskiolut juuri korvannut väkevempien juomien nauttimista. Vuonna 1969 alkoholin kokonaiskulutus oli reilut neljä litraa abso-luuttista alkoholia henkeä kohden ja 1970-luvun puolivälissä noin kaksi litraa enemmän.

Useat kunnat yrittivät vaikuttaa alkoholin kulutukseen rajoittamalla keskioluen jakelua. Huippukautena vuonna 1984 kuntia, joissa jonkinasteinen rajoitus oli voimassa, oli noin 70. Joukossa oli muutamia suurempia asutuskeskuksia, kuten esimerkiksi Vammala, Kuusamo, Pietarsaari ja Nivala, mutta

enimmäkseen oli kyse asukasmäärältään suhteellisen pienistä maaseutukunnista Pohjois-Suomessa ja Pohjanmaalla.

Keskioluen kulutus tasaantui vuosien 1975 ja 1985 välillä, mutta kääntyi taas kasvuun viime vuosikymmenen loppupuolella. Osataan keskioluen suosioon saattoi vaikuttaa uuden keskiluokan omaksuma ”eurooppalainen”, mietoja alkoholijuomia suosiva juomatapa. Lopulliseen keskioluen läpimurtoon kuitenkin vaikuttivat ratkaisevasti sille edulliset hintaratkaisut, jolloin esimerkiksi keskioluen anniskelu tuli kannattavamaksi kuin A-oluen anniskelu. Myös anniskeluverkon muutos niin määrällisesti kuin laadullisestikin vaikutti keskioluen asemaan. Keskiolut kuuluu nykyisin monen suomalaisen arkipäivään tilanteessa kuin tilanteessa. Sen käyttäjät tulevat kaikista sosiaaliryhmistä. Tavallisin tätä kuohuvaa mallasjuomaa nauttineen saunoessa, seurustellessa, ruokajuomana ja työpäivän jälkeen rentoutuessa, mutta varsin tehokkaasti olutteltat tunkeutuvat myös mm. urheilukilpailuihin, kansanmusiikkifestivaaleille ja maaseutunäyttelyihin.

Keskiolutkieltoja on 1980-luvun puolivälin jälkeen kumottu tasaisesti. Tällä hetkellä keskioluen jakelua jollain tavoin rajoittaa kymmenkunta kuntaa. Näistä kunnista vain Pedersöressä, Larsmossa ja Muoniossa keskioluen vähittäismyyntikielto on voimassa. Muoniossa olut tulee todennäköisesti kauppoihin lähiaikoina. Tuoreimpia kiellon kumojia ovat myös Pietarsaari ja Uusikaarlepyy.

Chydenius-Instituutissa tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin, miten keskioluen vähittäismyyntikiellon päätyminen Pietarsaassa 8.5.1993 ilmeni kaupungin katukuvassa välittömästi myynnin vapaututtua ja miten nuorisokuva suhtautui tapahtuneeseen muutokseen.

Vastausta siihen, miksi keskioluen vähittäismyynti tuli mahdolliseksi, etsittiin vuosina 1989–1993 Pietarsaassa ja lähialueilla sanomalehdissä käydystä keskiolutkeskustelusta. Keskioluen ja yleisemminkin alkoholin käytön merkitystä nuorisolle selvitettiin 13–17-vuotiaiden keskuudessa tehdyllä kyselyllä, joka suoritettiin huhtikuussa juuri keskioluen vähittäismyynnin vapautumisen kynnyksellä. Myös eläytymismenetelmän (role playing) kirjallisen tehtävän avulla pyrittiin selvittämään asian perimmäisiä juuria. Eläytymismenetelmä suoritettiin kahdelle koulu- luokalle toukokuun lopussa. Paikan päällä tapahtuvalla havainnoinnilla pyrittiin löytämään merkkejä keskioluen vapautumisen vaikutuksista kaupungin katukuvassa. Ensimmäinen havainnointikerta toteutettiin huhtikuun lopussa ja viimeinen elokuun alussa 1993.

MIKSI OLUT HALUTTIIN KAUPPOIHIN?

Lehdistikatsauksen perusteella voidaan todeta, että keskiolutkeskustelun painopiste muuttui keskioluen myynnistä saatavia taloudellisia hyötyjä korostavaksi. Samalla keskioluen vastustajien ääni vaimentui.

Talousnäkökulman vahvistuminen on merkittävin yksittäinen syy siihen, miksi alkoholipoliittisesti liberaali näkemys eteni Pietarsaassa. Talousnäkökulma korostaa yrittäjien tasavertaisia kilpailumahdollisuuksia sekä muihin paikkakuntiin nähden että oman paikkakunnan sisällä. Pietarsaassa tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että keskiolutkiellon poistumisen toivotaan vähentävän kaupunkilaisten asiointia esimerkiksi Kok-

kolassa. Jokainen markka, joka saadaan pidettyä omalla alueella, on tärkeä. Samoin Alkon kanssa samassa kiinteistössä toimivan marketin ”ylimääräisen” kilpailuedun toivotaan vähenevän. Näiden toiveiden toteutumisesta ei tässä tutkimuksessa selvitetty.

VAIKUTUKSET KATUKUVASSA

Keskioluen vähittäismyynnin vapautuspäivänä 8. toukokuuta ei havaittavia merkkejä juhlinnasta ilmennyt katukuvassa. Koska kaupossa tehdyn seurannan perusteella olutta ostivat eniten keski-ikäiset miehet, joita ei juuri katukuvassa näkynyt, voi erään havainnoijan toteamus ”keski-ikäisten miesten hiljaisesta juhlasta” pitää hyvinkin paikkansa.

Kaiken kaikkiaan havainnoinnin perusteella muutokset katukuvassa vaikuttavat hyvin vähäisiltä. Keskioluen vähittäismyynnin vapautumisen myötä on ehkä mahdotonta olla näkemättä olutpulloa jonkun kädessä tai tyhjänä seinän vierustalla tavallisena viikonloppuiltana, mutta levottomuudessa, väen humala-asteessa tai päihtyneiden nuorten määrässä ja iässä oli tuskin tapahtunut merkittäviä muutoksia elokuun 1993 alkuun mennessä. Havainnoitsijat pitivät poikkeuksesta Pietarsaarta hyvin siistinä ja rauhallisena pikkukaupunkina.

Poliisin tilastot päihtyneinä säilöön otetuista kesäkuukausien ajalta eivät myöskään anna aihetta olettaa, että katukuvassa olisi tapahtunut suuria muutoksia.

NUORISO JA ALKOHOLI

Kyselyn perusteella keskiolut oli nuorten suosikkijuoma jo ennen vähittäismyyntikiellon päättymistä. Etenkin pojat ilmoittivat käyttävänsä keskiolutta runsaasti. Tytöt sen sijaan kertoivat useimmiten viinin olevan heidän ykkösuosikkinsa. Kun eri alkoholilajien suosituimmuusasema perustuu nuorten omaan ilmoitukseen, niin siihen saattaa jonkin verran

vaikuttaa myös yhteiskunnan luoma malli. Perinteisesti olut ei ole kuulunut naisten juomavalikoimaan. Olutta juovaa naista ei katso ta yhtä suopein silmin kuin miestä, vaan ”kahvi ja likööri” -mentaaliteetti on tarjonnut mallin naisille hyväksyttävään alkoholikäyt tääntymiseen. Keskioluen suureen suosioon nuorten keskuudessa lienee toinen merkittä vä syy (mallivaikutuksen lisäksi) sen edullisuus muihin alkoholituotteisiin verrattuna.

Eläytymismenetelmän kirjoitustehtävän mukaan nuoret käyttävät alkoholia hauskanpidon ja seurustelun ohessa. Alkoholilla on merkittävä rooli tapahtumien juhlistajana. Useimmissa kertomuksissa päihdytään hillitysti ja ongelmitta. Näiden lisäksi alkoholin käytön syyksi nousivat kyselyssä esiin kokei lunhalu ja alkoholin rohkaiseva vaikutus. Ensimmäisten alkoholinkokeilukertojen syyksi nousevat juuri uteliaisuus sekä halu mukautua toveripiirin normeihin, mihin liittyy osaltaan myös kavereiden painostus. Toveripiirin painostus lisääntyy iän myötä.

Keskioluen vähittäismyynnin vapautumisen ei näyttäisi ainakaan tässä vaiheessa olevan kovin merkityksellistä pietarsaarelaisille nuorille. Mainintoja tuli niukalti, eikä niissä erityisemmin hehkuteltu ”suuren” muutoksen merkityksellisyydellä. Vastaukset osoittavat, ettei asia ollut päällimmäisenä nuorten mielessä. Tarinoista sekä kyselystä voi myös päätellä, ettei alkoholin hankkiminen nuorten mielestä ole ollut kovin vaikeaa ennen oluen myynnin vapautumista eikä kaupoista saatava keskiolut olennaisesti alenna kynnystä alkoholin käyttöön. Miten tulevaisuudessa käy, sen aika näyttää.

MUUT VAIKUTUKSET

Dramaattisimmin keskioluen tulo kauppoihin on näkynyt Pietarsaaren Alkossa. Kokonaisy myynti ja asiakasmäärät ovat laskeneet noin 30 prosenttia edellisen vuoden tasosta. Muutos tapahtui välittömästi keskioluen vapaututtua ja jäi heti pysyväksi. Elintarvikeliik-

keistä saatava keskiolut näyttäisi korvanneen myös muita Alkon valikoiman tuotteita. Alkon myynnin lasku on Pietarsaareissa ollut selvästi suurempaa kuin muualla maassa.

Keskiolutmyyntilupia annettiin 13. Kaksi elintarvikeliikettä ei hakenut lupaa lähinnä uskonnollisista syistä. Pietarsaarelaiskauppiat arvioivat toukokuussa oluen myynnin osuudeksi muutoutuvan noin 5 prosenttia liikevaihdesta.

Mikäli kauppiaiden toivotat positiiviset vaikutukset toteutuvat, asiakasmäärät saattavat kasvaa ja myös muiden ostostapahtumien määrä lisääntyä. Tällöin oluen myynnin merkitys luonnollisesti kasvaa. Alkon päinvastaisiin kokemuksiin viitaten näin on todennäköisesti käynytkin.

Samoihin aikoihin keskioluen vähittäismyynnin vapauduttua anottiin Alkosta runsaasti myös keskioluen anniskelulupia. Mikäli kaikki luvan saaneet myös aloittavat oluen anniskelun, saattaa keskioluen anniskelupisteiden määrä Pietarsaareissa nousta lähelle kahtakymmentä, kun niitä esimerkiksi vuonna 1990 oli vain neljä.

IHASTUTTAVA JA VIHASTUTTAVA KESKIOLUT

Keskustelun kuohu keskioluen ympäriltä on laantunut kiivaimmilta 1970-luvun ajoilta. Toki vieläkin esitetään kirpakoita mielipiteitä oluen juonnin turmiollisesta vaikutuksesta nuorisoon, työttömiin, perhe-elämään ja moraaliin – eikä aina syyttä. Toisaalta kerrotaan korulausein keskioluen hyvistä puolista mm. rentouttajana, ruoka-, seurustelu- ja janojuomana. Sen välittömät vaikutukset käyttäjälleen ovat mitä moninaisimmat ja riippuvat tietenkin myös käytetyistä määristä.

Vaikka tässä kirjoitelmassa on tullut melko ruusuinen kuva keskioluen vapautumisesta, taustalla saattaa olla myös esim. negatiivisia perhetapahtumia. Ne eivät kuitenkaan näy ulospäin, vaan tapahtuvat salassa julkisuudelta. Keskioluella (alkoholilla) on myös pienenä haittavaikutuksia, jotka ilmenevät vasta

ajan mittaan. Säännöllisellä muutaman oluen nauttimisella päivittäin ihminen kasvattaa omaa mahaansa ja luo samalla riskin omalle terveydelleen. Nämä ovat mahdollisia ongelmia, joita ei kuitenkaan tässä vaiheessa ole havaittavissa, vaan ne tulevat vasta ajan kanssa, jos ovat tullakseen.

Keskioluen taloudellinen merkitys on kasvanut vuodesta 1990, jolloin aiempi kieltoäänestys Pietarsaareissa käytiin. Tällöin kaupungin kauppohen arvioitiin menettävän suoraan noin kuuden miljoonan markan keskiolutmyynnin. Keskioluen saama suuri valtakunnallinen suosio on lisännyt sen haluttavuutta kauppojen myyntiartikkeliksi. Keskioluen ei oleteta olevan kauppoille hyvä raha-

sampo, mutta sen odotetaan ainakin hidastavan kaupan rakennemuutosta kohti automarketteja.

Pietarsaareissa keskioluen vapautuminen otettiin vastaan rauhallisesti, lähes huomaamatta. Ainoan silminnähävän eron näkee kadunlakaisija: kirkkaiden ja vihreiden lasinsirujen joukkoon on ilmestynyt myös ruskeita lasinsiruja. Toisaalta keskiolut kaupungin arjessa saattaa johtaa alkoholin kulutuksen kasvuun pidemmällä aikavälillä. Raine Vallin pitkittäistutkimuksen toinen osa keskittyy muun muassa selvittämään tällaisen mahdollisen kehityksen voimakkuutta nuorten keskuudessa.