

Tuleeko tietoyhteiskunnassa saada tietoa?

”Myrkkyskandaali” nosti ajankohtaiseksi kysymyksen, tulisiko alkoholin käyttäjän tietää, mitä hänen juomansa aine oikein sisältää.

Onko yksityiskohtaisten tuotetietojen antaminen tavalliselle kuluttajalle välttämätöntä? Mitä hän sillä tiedolla tekee? Eikö pullon kylkeen pitäisi ennemminkin saada ”valistusta” viinan kauhistuksesta?

Mahdollisimman tarkkojen tuotetietojen antamisessa kuluttajalle on useitakin puoltavia näkökohtia. Ensinnäkin on olemassa lukuisa joukko sellaisia erityiskuluttajaryhmiä, joiden elimistö reagoi poikkeavasti erilaisiin ruoka-aineisiin, erityisesti niissä esiintyviin lisä- ja väriaineisiin. Vastaavalla tavalla se reagoi myös viinissä oleviin lisä-, maku- ja väriaineisiin. Heille yksityiskohtaiset tuotetiedot ovat elintärkeitä ja säätelevät ostopäätöksiä perustavalla tavalla. Toisekseen ei liene vallan mahdoton vaatimus nykypäivän yhteiskunnassa saada tarvittaessa tiedot omien syömistensä ja juomistensa koostumuksesta. Ja kolmanneksi kuluttajan tarpeiden tiedostaminen ja mahdollisimman hyvin huomioon ottaminen ovat parasta asiakaspalvelua — ja parasta mainosta yrityksen toiminnalle.

Pitääkö nyt sitten kaiken maailman allergikkoja varten prääntää tuotetiedot joka putelin kylkeen? Tuskin. Tärkeintä on, että kunkin tuotteen mahdollisimman tarkat tuotetiedot ovat tarvittaessa saatavissa esim. myymälöistä tai kuluttajaneuvonnasta.

Entä sitten nämä väärinkäytön terveyshaitat? Pitäisikö pullon kyljessä olla pääkallonkuva ja teksti ”viina liuottaa aivot”? Tätäkin käydyssä keskustelussa on ehdotettu. Mikäli terveyshaitoista välttämättä jotain tietoa pullon kylkeen halutaan tuoda, on sävyä ja sisältöä syytä harkita varsin perusteellisesti. Varoittelu ja valistelu pullon kyljessäkään tuskin kovin paljon kohdettaan ainakaan auttavat. Tuntuu siltä, että ainoa edes jotenkin harkittavissa oleva vaihtoehto on pieni tarra, josta ilmenevät kyseisen tilavuuden sisältämä absoluuttisen alkoholin kokonaismäärä ja se, kuinka suuri määrä kyseistä ainetta lyhyessä ajassa nautittuna aiheuttaa tajuttomuuden 70 kilon painoisella henkilöllä.

Leena Warsell

SAK:n elämäntapakurssit — pyrkimystä luovuuden lähteille

SAK:n elämäntapakurssi käynnistyi eräänlaisena antiteesinä ellei suorastaan vastalauseena perinteistä valistustoimintaa kohtaan. Me emme halunneet lähettää esitteitä emmekä julkaista ilmoituksia. Me halusimme kohdata ihmisen hänen omassa ympäristössään. Mitä pitemmälle olemme tällä tiellä edenneet, sitä syvällisempiä ongelmia olemme kohdanneet.

Kohdatessamme ihmisen me puhumme. Puheen alkuperäisin merkitys on yhteydenpito, ajatusten ja tunteiden välittäminen. Sanat ovat ajatustemme ja tunteittemme symboleja.

Me emme kuitenkaan kuuntele vain sanoja. Me kuuntelemme myös sävyjä ja seuraamme keskustelukumppanimme ilmeitä ja liikehdintää. Ihmistä, joka ei ymmärrä pikku ilkeyttä leikiksi sävyistä ja asiayhteyksistä, me kutsumme tosikoksi.

Me kuuntelemme myös tarkoin keskustelukumppanimme sanojen merkityssisältöjä. Jos hänen sanoillaan on tutut merkityssisällöt ja aivan erityisesti jos hän tuntuu ymmärtävän sen elämäntilanteen, jota parhaillaan elämme, me voimme antaa hänen puheilleen erityisen painon ja merkityksen.

Tämän päivän elämä on paljolti puhetta, painettua tekstiä, informaatiota. Keskeisin informaatio on sidoksissa kieleen. Me elämme tietoyhteiskunnassa. Tieto on kallio, jolle voimme perustaa. Tieto on kivinen kuva, joka on meidät pelastava. Näin meille vakuutetaan.

Kieli on se keino, jolla me tietoresurssijamme hallitsemme. Vaikka kieli on joskus kiveen hakattu, se itse ei ole koskaan kivistä tehty. Kieli on symbolijärjestelmä, joka elää ja liikkuu elämän mukana. Tapahtumat muovaavat ja muokkaavat kielen sisältöä. Yhteiskunnalliset ja aatteelliset ääriilikkeet pyrkivät usein sanojen merkityssisältöjen jähmettämiseen. Vallassa ollessaan ne usein kokoavat parhaat kirjailijansa vankiloihin. Silti arkipäivän kieli elää omaa elämänsä, eikä sen liikettä voi pysäyttää.

Yhteiset kokemukset antavat sanoille yhteisiä merkityssisältöjä. Meillä lienee kaikilla kokemuksia kolmantena osapuolena olemisesta kahden ystävän kohtaamisessa. Keskustelu käydään omalla äidinkiellämme, mutta emme tahdo sitä ymmärtää. Vuorovaikutus on intensiivistä, mutta vain osa siitä tuntuu tapahtuvan sanallisesti, ja silloinkin sanoilla on sisältöjä, jotka jäävät meille tuntemattomiksi.

Alustus SAK:n elämäntapakurssin johtoryhmän kokouksessa Kiljavalla 16.8.1985.

Jos ystävyydet kehittävät keskinäisen kielensä aivan erityislaatuiseksi, niin se yleensä edistää näiden ystäväysten yhteydenpitoa ja myös ystävyyttä. Samanaikaisesti tällaisesta kielestä on haittaa kolmansille osapuolille, jotka väistämättä jäävät ulkopuolisiksi. Kielellä on kaksi vastakkaista pyrkimystä. Toisaalta jokainen omaperäinen sanankäyttäjä pitää kiinni oikeuksistaan kielelliseen leikittelyyn ja innovaatioihin. Ystävyys- ja työtoveruussuhteet ovat oiva ympäristö tällaiseen. Toisaalta jokainen ymmärtää, että työpaikkaslangin käyttäminen esim. jossain television asiaohjelmassa olisi pelkäästään häiriöksi ja haittaisi ymmärretyksi tulemista. Siis toisaalta kieli pyrkii koko ajan erityistymään ja toisaalta meillä on suuri tarve yleispätevään kieleen, jossa sanojen merkityssisällöt eivät vaihtelee yllätyksellisesti.

Työväenliikkeellä on pitkä historiallinen kokemus siitä, että työnantajilla ja työntekijöillä on erilaiset kielet. Usein sanasto on erilaista, mutta silloinkin kun sanat ovat samat, niiden merkityssisällöt ovat erilaiset. Ihmisen yhteiskunnallinen asema heijastuu kieleen. Voidaan todeta myös aivan yleisesti, että tämä ilmiö koskee mitä tahansa yhteiskunnallista tai aatteellista liikettä. Kaikilla yhteisöillä on pyrkimys kehittää omaa erityistä kieltään.

Kieli on yhteydenpidon keino, mutta yhteydenpidon ongelmatkin heijastuvat kieleen paljon välittömämmin kuin yleensä halutaan myöntää. Puhuttu sana ja painettu teksti sisältävät yleensä aina niihin enemmän tai vähemmän taitavasti kätkettyjä tavoitteita. Perisuomalainen epäluuloisuus vuolasta sanankäyttöä kohtaan on perusteltua tästä näkökohdasta tarkasteltuna.

Kun tasavallan presidentti puhuu tai antaa lausuntoja vain vastentahtoisesti, se on omiaan lisäämään häntä kohtaan tunnettua luottamusta. Jos joku pystyy puhumaan ylähuultaan liikuttamatta, on sekin omiaan lisäämään luottamusta asianomaista kohtaan. Sananlasku ”puhuminen on hopeaa — vaikeneminen kultaa” on ylikansallista viisautta, mutta Suomessa sitä sovelletaan ehkä perusteellisemmin kuin muualla. Bertolt Brecht on todennut, että Suomi on maa, jossa vaietaan kahdella kielellä.

Suomalaiset ovat epäluuloisia puhutun ja painetun kielen suhteen. Vuolasta puhujaa ei kuunnella eikä tekstejä lueta. Miksi kuunnella tai lukea, kun kuitenkin niin helposti tulee nenästä vedetyksi. Tämä on monen kansalaisen omaksuma perimmäinen viisaus.

Perussuomalainen, joka ei lue, ei kuuntele tuntemattomien puheita eikä turhia itsekään puhele, on aina läsnä keskuudessamme. Tällaiselle elämäntavalle on olemassa niin päteviä perusteita, ettei niitä

voi suoralta kädeltä kiistääkään. Tällainen perussuomalainen on osa kansallista perintöämme, eikä hän ole niin umpikujainen kuin luullaan. Hän jäsenyy yhteiskuntaamme ja nykyaikaiseen elämään ystävyys- ja työtoveruussuhteiden kautta.

Ei ole olemassa sanallista viestiä ilman taustaa. Usein tämä tausta painaa enemmän kuin itse viesti. Jos tausta on meitä vastaan, me yleensä hylkäämme viestin. Usein tämä ratkaisu on ainoa oikea.

Jos luemme lehdestä ilmoituksen uudesta loisteliaasta filmistä, se ei välttämättä vaikuta meihin mitenkään. Kuitenkin jos paras ystävämme ilmoittaa meille, että Amadeus-filmi on ehdottomasti nähtävä, niin on erikoista, jos emme lähde sitä katsomaan. Tämän viestin tausta on luotettavasti meidän puolestamme. Siksi sitä kannattaa kuunnella.

Perussuomalainen ei tekstejä lue eikä puheista piittaa. Meillä itse kullakin on taipumusta tehdä — jos ei vain näin — niin ainakin tämän suuntaisesti. Lisäksi tällaiseen menettelyyn löytyy aivan päteviä perusteitakin. Olemmeko ajautuneet umpikujaan?

Sanallinen ilmaisu on jotain niin keskeistä inhimillisessä elämässä, että siitä emme hevin luovu. Kuitenkin on syytä kysyä, miksi niin suuri osa sanankäytöstä jää tyhjäksi ja merkityksettömäksi. Kysymys voidaan asettaa myös toisin päin: Mikä varsinaisesti antaa sanankäytölle merkityksen ja sisällön?

Kun sanankäyttö on yhteydessä toimintaan, se tulee todeksi. Jotta vuorovaikutus tulisi mahdolliseksi, on sanankäytön oltava kytköksissä myös yhteiseen kokemukseen. Sanankäyttöä ei voida irrottaa toiminnan ja kokemuksen käsitteistä.

Sanat ovat yhteydenpidon ja vuorovaikutuksen välineitä. Jos yhteydenpito ja vuorovaikutus on ollut kauan kestävä ja intensiivistä, sanat alkavat menettää merkitystään. Vanha aviopari saattaa pitää tiivistä yhteyttä keskenään pelkäästään pienillä äännähdyksillä, hymähdyksillä ja joskus murahduksilakin. Sivullinen saattaa kuulla joskus jonkin irrallisen sanan. Sivullinen havaitsee yhteydenpidon hyvin todelliseksi, mutta joutuu toteamaan itsensä todella sivulliseksi tällaisessa näytelmässä.

SAK:n elämäntapakurssi olisi voitu käynnistää myös hyvin tavanomaisesti. Silloin sille olisi määritetty täsmällinen tavoite. Sen jälkeen olisi päätetty keinoista, joilla tähän päämäärään pyritään. Lopuksi olisi tutkittu, kuinka tässä kaikessa olisi onnistuttu. Me emme näin menetelleet. Me tiesimme, että näin voidaan onnistua kaikessa muussa paitsi tuloksien saavuttamisessa.

Ihmiset kieltäytyvät olemasta vaikutustoiminnan kohteina, objekteina. Vuorovaikutus on ainoa tapa vaikuttaa ihmiseen. Tällöin vaikuttaja tulee itse osalliseksi tilanteeseen. Syntyy yhteys ihmisten vä-

lille. Tämä on hyvin herkkä ja arka tilanne. Samalla se on voimakas ja uutta luova tilanne. Tällaiselle tilanteelle ei voida asettaa ennalta ehtoja. Kaikkien osapuolten on alistuttava itse tilanteen ehtoihin ja toimittava niiden mukaan.

Luova prosessi lähtee aina liikkeelle järjestymättömästä, anarkistisesta tilanteesta. Luovuus on uuden, tuoreen järjestyksen aikaansaamista. Yllätyksellisyys on yksi sen ominaispiirteistä. Joskus uusi järjestys syntyy hävitäkseen pian vielä uudemman ja korkeammanasteisen järjestyksen tieltä. Joskus uusi järjestys säilyttää tuoreutensa ja yllätyksellisyytensä äärettömän kauan. Esimerkkeinä käyvät varmasti muinaisen Egyptin ja antiikin Kreikan kuvanveistotaiteet.

SAK:n elämäntapakurssi tuskin poikii antiikin Kreikan taiteeseen rinnastettavia patsaita tai rakenteita. Kuitenkin on selvää, että kurssikokeilu on merkinnyt jatkuvaa pyrkimystä luovuuden lähteille.

Jarmo Heinonen

Myönteiset toiveet myönteisestä keskiluokasta?

Matti Virtanen (1985) ja Juhani Hakala (1985) kommentoivat valistuksen näkökulmasta mainosanalyysiäni (Tigerstedt 1985). Kummallakin oli sama lähtökohta. Mainonta on halujen ja toiveiden herättäjänä luonteeltaan myönteistä. Alkoholivalistus taas — suomalaisine tunnusmerkkeineen — on etupäässä ollut moralisoivan kielteistä. Turhautuneina suomalaisen alkoholivalistukseen molemmat kysyvät apua mainonnan ajattelutavasta: ”Tarvitaan myös ’myönteistä’ valistusta, yhtä myönteistä kuin olutmainonta”, joka mukauttaa ”symbolejaan ajan ’vaatimukseen’”, kirjoitti Virtanen.

Halujen ja toiveiden herättäminen olisi siis valistukselle ”myönteinen” lähestymistapa. Mutta millaisten halujen ja toiveiden? Vastaus on itsestään selvä ja samalla yllättävä: myönteisten! Mutta mikä on (arvo)myönteistä?

Itse en ota artikkelissani kantaa esittämieni ”uuden keskiluokan” arvojen myönteisyyteen tai kielteisyyteen. Sanon ainoastaan, että näillä uusilla arvoilla ja symboleilla jo pelataan.

Myöskään Hakala ja Virtanen eivät suoraan puhu arvomyönteisyydestä, vaan pyrkivät olemaan vain uuden, myönteisen lähestymistavan asialla. Mutta epäsuorasti he sekoittavat myös arvoja pyrkimyksensä. Ja juuri tähän minä reagoin.

Kysyin itseltäni, miksi minun keskiluokajuttuani käytetään myönteisen valistuksen kehittämisen

polttoaineena. Esimerkiksi kahden vuoden takaiset olutmainosanalyysit, joissa löydettiin perinteistä suomalaista juomatapaa myötäileviä arvoja (ks. Alkoholipolitiikka 2/1983), eivät pistäneet valistusajattelijoita kirjoittamaan, mitä valistuksella olisi mainonnalta opittavaa. Eivätkö siis maakuntahenki ja suomalaisuus, miehekkyyys ja voima, ujostelemattomuus ja suoruus ole (enää?) myönteisiä arvoja ja sen myötä ”myönteisen valistuksen” rakennusainesta? Miksi juuri ”uuden keskiluokan” henki — esim. kansainvälisyys, intiimisyys sekä tyyli ja itsehallinta eli ”ajan ’vaatimukset’ ” (Virtanen) tai ”uudet kulutussmallit” (Hakala) — kelpaa ”myönteisen valistuksen” tienviitaksi? Selvästi ei-työväenluokkainen kulttuurimalli Alkon valistuksen ”myönteiseksi” muokkaajaksiko?

Tässä on jotain tuttua. Alkoholipolitiikan kantava rakenne sitten kieltoain kumoamisen on ollut toisaalta rahvaan ja toisaalta ylä- ja keskiluokan vastakkainasettelu (tätä ovat arvostelleet myös Virtanen ja Hakala). Tähän kuuluu esim. 1930- ja 1940-luvulla työläisten olutkapakoiden vastustaminen. Työväenluokalle haluttiin opettaa ”herrasväen (ylä- ja keskiluokan — C. T.) ’julkisivujuomisen’ malli” (Koskikallio 1981). Vastaavasti en usko, että Virtanen ja Hakala ensisijaisesti haluavat valistaa uudentyyppisissä olutmainoksissa esiintyvää ”uutta keskiluokkaa”, vaan nimenomaan perinteisempää juomatapaa noudattavaa väestönosaa, mm. työväestöä. (Tosin Hakalan mukaan työväestöä ei näytä enää olevankaan; sen nitistää kaiken kattava ”keskiluokkaistuminen”.)

Saan sellaisen käsityksen, että Virtanen ja Hakalan mielestä uudentyyppiset olutmainokset edustavat ”hyvää makua” — sellaista makua, jota kannattaa suositella kansojen syville riveille. Näin he tunnustavat väriä makujen taistelussa. Eikö tämä ole esimerkki siitä symbolisesta luokkataistelusta, jossa erilaiset ryhmät määräävät, minkälainen on ”hyvä” ja ”universaali” ja näin ollen myös legitiimi maku?

Kirjallisuus

Hakala, Juhani: Myönteinen valistus. Alkoholipolitiikka 50 (1985): 2, 90—92

Koskikallio, Ilpo: Alko ja Suomen ravintolat. Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuslause 154. Helsinki 1981

Tigerstedt, Christoffer: Uusia arvoja vanhojen rinnalle. Uusi keskiluokka rynnistää olutmainoksiin. Alkoholipolitiikka 50 (1985):1, 17—22

Virtanen, Matti: Miten olisi ”myönteinen” alkoholivalistus? Alkoholipolitiikka 50 (1985):1, 38—40.

Christoffer Tigerstedt