

# Lasten seurassa -ohjelma 2011 Arvioinnin väliraportti

RAPORTTI

**RAPORTTI**

Matti Piispa

# **Lasten seurassa –ohjelma 2011**

**Arvioinnin väliraportti**



TERVEYDEN JA  
HYVINVOINNIN LAITOS

© Matti Piispa ja Terveyden ja hyvinvoinnin laitos

Kannen kuva: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos

ISBN 978-952-245-604-5 (verkko)

ISSN 1798-0089 (verkko)

Helsinki, 2012

## Lukijalle

Tämä on kolmas arviointiraportti monivuotisesta Alkon, A-klinikkasäätiön, Mannerheimin Lastensuojeluliiton, Suomen Vanhempainliiton ja Terveysten ja hyvinvoinnin laitoksen toteuttamasta Lasten seurassa – valistusohjelmasta, joka pyrkii virittämään keskustelua vanhempien ja muiden aikuisten alkoholikulttuurin vaikutuksista lapsiin ja nuoriin ja vähentämään lasten ja nuorten kokemia haittoja.

Ensimmäisessä raportissani (Piispa 2010a) tutkin ohjelman taustaa, valistusajatusta ja ”maastoa”, jossa sitä toteutetaan, ja erittelin ohjelman havaitsemista, virittävyttä ja verkkosivuilla käytyä keskustelua vuonna 2009. Toisessa raportissa (Piispa 2011a) kuvasin ohjelman kytkeytymistä Alko Oy:n toimintaan ja väestöstrategian merkitystä alkoholihaittojen ehkäisyssä, esitin tiedot ohjelman havaitsemisesta, virittävydestä ja verkkosivuista vuonna 2010 ja arvioin ohjelman tuottamia julkaisuja.

Edellä mainittuja teemoja olen käsitellyt myös Yhteiskuntapolitiikassa (Piispa 2010b), Tiimissä (Piispa 2010c) ja Korkissa (Piispa 2011b) julkaistuissa artikkeleissa.

Tässä raportissa kuvaan ensin lyhyesti, mitä Lasten seurassa –ohjelmassa tehtiin vuonna 2011. Toisessa luvussa erittelen ohjelman havaitsemista ja virittävyttä kartoittaneiden väestökyselyjen tuloksia ja kolmannessa luvussa ohjelman verkkosivujen kävijämäärää ja kävijöiden kannanottoja ja puheenvuoroja. Tavoitteeni on muodostaa jälleen kuva siitä, mitä ja miten ohjelma on puhutellut. Neljäs luku on yhteenveto ja arvio tuloksista.

Tammikuussa 2012

Matti Piispa

## Sisällys

Lukijalle .....	3
1. Johdanto .....	7
2. Ohjelman havaitseminen ja virittävyys .....	9
2.1. Ohjelman havaitseminen.....	9
2.2. Arviot tv-filmistä ja sen viestistä .....	11
2.3. Ohjelman julkaisuihin tutustuminen .....	14
2.4. Pohdinnan ja muutosten virittyminen .....	15
2.5. Vaikutukset mielikuvaan Alkosta .....	17
2.6. Yhteenveto.....	19
3. Lastenseurassa.fi-sivut.....	20
3.1. Sivujen kävijämäärä.....	20
3.2. Kannanotot esitettyihin väitteisiin .....	21
3.3. Puheenvuorojen argumentaatio.....	24
3.3.1. Alkoholinkäyttöä koskevat kannanotot .....	24
3.3.2. Kannanotot Lasten seurassa –ohjelmasta ja alkoholipolitiikasta.....	28
3.3.3. Yhteenveto.....	29
4. Yhteenvetoa ja arviointia .....	30
Lähteet.....	32

# 1. Johdanto

Lasten seurassa –ohjelmassa tapahtui vuonna 2011 paljon. Seuraava katsaus ei pyri olemaan täydellinen, vaan antamaan yleiskuvan ohjelman toteuttajien toiminnasta.

Alkolle vuosi 2011 oli vastuullisuuden teemavuosi. Tämä korosti Lasten seurassa –ohjelman toteuttamista. MTV3- ja Nelonen –kanavilla esitettiin 7.-27.3. ja 17.-30.10. filmiä (45 sekuntia) isän ja pojan mökki- ja kalareissusta, jonka aikana isä käyttää alkoholia niin, että suunnitelmat ja aikataulut yhdessä tekemisestä kariutuvat. Filmin tarkoitus oli antaa ajattelun- ja keskustelunaihetta erityisesti teini-ikäisten lasten perheille. Teemaa tuotiin esiin myös monilla verkkosivuilla (mm. [mtv3.fi/uutiset](http://mtv3.fi/uutiset), [hs.fi/etusivu](http://hs.fi/etusivu), [iltalehti.fi/uutiset](http://iltalehti.fi/uutiset)). Mediakampanjan lisäksi Alko huolehti ohjelman tunnetuksi tekemisestä asiakaskunnassaan ja henkilöstössään (Alko.fi-sivut, yhtiön Youtube-sivut, Etiketti, Korkki, henkilöstön koulutus) sekä Google-hakusanamainonnan avulla.

Ohjelman verkkosivuja uudistettiin keskustelelevammiksi. Etusivulle tuli ensin vaihtuvia väitteitä alkoholinkäytöstä, siitä lasten ja nuorten kanssa puhumisesta ja alkoholin ostamisesta ja tarjoamisesta alaikäisille. Niihin oli mahdollista ottaa kantaa ”kyllä” tai ”ei” ja lisäksi kirjoittaa puheenvuoro omista käsityksistä. Syksyllä keskustelua viritettiin sitaateilla A-klinikkasäätiön Lasinen lapsuus –toiminnan teettämästä, nuorten käsityksiä aikuisten alkoholinkäytöstä kartoittaneesta tutkimuksesta. Sivujen Ajankohtaista-osiossa ilmestyi vuoden aikana toistakymmentä ”uutista”.

A-klinikkasäätiö / Lasinen lapsuus tuotti jo vuoden 2010 lopulla ”Ääni lapselle”-videon, jossa hiekkalaatikolla leikkivät lapset ”puhuvat” ruotsinlaivalla juhlihan humalaisen pariskunnan äänillä. Videota levitettiin sosiaalisessa mediassa (erityisesti Youtube) ja se oli vuoden 2011 loppuun mennessä katsottu 65 000 kertaa. Videon avulla myös viritettiin nuoria kirjoittamaan lasinenlapsuus.fi –sivuille vanhempien alkoholinkäyttöön liittyvistä kokemuksistaan ja tuntemuksistaan; kirjoituksia oli joulukuun puolivälissä jo 235. Näitä kirjoituksia oli maaliskuusta lähtien luettavissa myös Lasten seurassa –ohjelman verkkosivuilla.

Kesällä A-klinikkasäätiö / Lasinen lapsuus teetti internet-kyselyn, jossa selvitettiin 12-18 –vuotiaiden nuorten (edustava otos 841) suhtautumista aikuisten alkoholinkäyttöön ja alkoholikulttuuriimme sekä haittakokemuksia ja niistä selviytymistä. Tulokset julkistettiin Päihdetiedotusseminaarissa ja Tiimissä (ks. Takala & Ilva 2011) syyskuussa, ne saivat runsaasti mediahuomiota (esim. HS 26.9.: ”Kännäminen ei kuulu kotiin”) ja niitä hyödynnettiin lastenseurassa.fi-sivuilla.

Lokakuussa A-klinikkasäätiö / Lasinen lapsuus julkisti Varhaiskasvatusmessuilla ”Jos sais kolme toivomusta” –työkirjan päihdeasioista varhaiskasvatuksen työntekijöille (teksti: Tarja Miikki, Sirkku Niemelä, Annikka Taitto; toim.: Minna Magnusson ja Minna Ilva). Se on jatkoa vuonna 2010 ilmestyneelle julkaisulle ”Lapsi ja vanhempien alkoholinkäyttö. Opas varhaiskasvatuksen työntekijöille” ja tarjoaa konkreettisia menetelmiä (tehtäviä, harjoituksia, tarinoita, leikkejä, pelejä) alkoholi-asioiden käsittelyyn lapsen ja lapsiryhmien kanssa. Julkaisulla on ollut kova kysyntä, ja tässä yhteydessä on muodostunut osoitteisto, jota voidaan käyttää palautteen keräämiseen vuonna 2012.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto jatkoi perhekahviloidensa ohjaajien kouluttamista alkoholi-aiheiden käsittelyyn vuonna 2010 julkaistun ohjaajan oppaan ja keskusteluaineiston tuella. Syksyllä 2011 liitto teki ohjaajille palautekyselyn alkoholi-aiheisten keskustelujen käymisestä ja oppaan/keskusteluaineiston hyödyllisyydestä; 200 ohjaajasta kyselyyn vastasi 34. Vastaukset analysoidaan vuoden 2012 alkupuolella.

Loppuvuodesta Mannerheimin Lastensuojeluliitto tuotti vanhempien ja nuorten välisiä alkoholikeskusteluja virittävän ja pohjustavan ”Kissa pöydälle – puhu alkoholista nuoren kanssa” -keskusteluaineiston (teksti: Jenni Helenius, painos 5 000 kpl. + sähköinen jakelu). Lasten seurassa –ohjelmaan liittyviä projekteja liitolla olivat myös alkoholi-aiheisten vanhempainiltojen järjestäminen kouluissa (teemana ”Alkoholi – jokaisen oma asia?”), 19 eri puolilla Suomea), päihdetiedon ja oppimistehtävien tuottaminen Nuortennetti-verkkopalveluun ja tukioppilaiden kouluttaminen päihdekasvatukseen kouluissa.

Vuoden alussa Lasten seurassa –ohjelmaan tuli mukaan uusi toteuttaja: Suomen Vanhempainliitto. Sen tärkein pyrkimys vuonna 2011 oli Lasten seurassa –ohjelman tunnetuksi tekeminen jäsenistölle. Liiton verkkosivujen ja lastenseurassa.fi -sivujen välillä oli linkkiyhteydet, liitto toteutti jäsenkunnassaan kyselyn Lasten seurassa –ohjelman havaitsemisesta ja virittävydestä, jakoi tilaisuuksissaan ohjelman julkaisuja (mm. ”Ei kiitos”- ja ”10 kysymystä alkoholinkäytöstä” –vihkosia), keräsi jäseniltään niistä arviointipalautetta ja julkaisi Vanhempain Sanomissa 2/2011 ohjelman mainoksen ja ohjelman teemaan liittyvän kirjoituksen ”Aikuisten ilottelu lapsen silmin”.

Vuoden 2011 tapahtumista on syytä mainita myös viimeistelyvaiheeseen edennyt sähköinen lastenneuvolakäsikirja (THL / Jarmo Salo, Mauri Aalto ja Päivi Mäki), jonka Päihteet-osio sisältää tietoa muun muassa alkoholin haittavaikutuksista ja alkoholiongelmista ja niiden hoidosta, sekä 20.10. järjestetty (THL ja Alko) ”Tutkimuksen ja koulutuksen rooli alkoholihaittojen ehkäisyssä” –seminaari, jossa kuultiin Alkon rahoittamien hankkeiden raportit saavutuksistaan ja tutkimustietoa vanhempain ja nuorten alkoholinkäytöstä. Seminaari jäi pienen piirin tapahtumaksi; vuonna 2012 piiriä pyritään laajentamaan.

Edellä kuvattuja toimintamuotoja käsiteltiin Lasten seurassa –ohjelman toteuttajien yhteisessä asiantuntijaryhmässä. Ohjelman sisällön kehittämiseksi järjestettiin toukokuussa Lassi Hakkaraisen (SEK Loyal) johdolla ”aivoriihi”, jossa asiantuntijaryhmä ideoi ohjelmalle uusia toteutustapoja ja –kanavia. Aivoriihen tulokset tulivat laajemmin käyttöön vuoden 2012 aikana.

Lasten seurassa –ohjelmaa sivusi myös Alkon myymälöissä, internetissä ja televisiossa toteutettu kampanja, jossa tuotiin esiin vastuullista asiakaspalvelua, sen perusteita ja pelisääntöjä ja viritettiin keskustelua alkoholin välittämisestä alaikäisille. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos teki tähän liittyen asiakaskyselyn, jossa selvitettiin mielipiteitä Alkon myymälähenkilöstön toiminnasta iäntarkistustilanteissa ja asiakkaiden asenteita ja tietoisuutta ikäraja- ja valvonnasta ja vastuullisesta myynnistä (Warpenius & Holmila 2011). Sen tuloksissa todettiin, että asiakkaiden tietoisuus myynninvalvonnasta on hyvä ja ikäraja- ja valvontaa pidetään hyväksyttävänä ja toimivana. Toisaalta myynninvalvontaa pidettiin riittämättömänä keinona alkoholihaittojen ehkäisyssä; suuri vastuu nähtiin olevan nuoren lähipiirillä: perheellä ja kavereilla.

\*\*\*

Seuraavassa Lasten seurassa –ohjelman vuoden 2011 arvioinnissa on kaksi isoa teemaa. Erittelen ensin (luku 2) ohjelman havaitsemista ja virittävyttä selvittäneiden kyselytutkimusten tuloksia. Luvussa 3 kuvaan ohjelman verkkosivuja lastenseurassa.fi: kuinka paljon niillä on käyty, miten on otettu kantaa sivuilla esitettyihin väitteisiin ja millaisia puheenvuoroja sivuille on kirjoitettu. Luvussa 4 teen yhteenvedon tuloksistani ja arvion Lasten seurassa –ohjelman merkityksestä.

A-klinikkasäätiön, Mannerheimin Lastensuojeluliiton ja Suomen Vanhempainliiton edellä kuvatut toimintamuodot ja julkaisut jäävät tässä raportissa sivuosaan. Niiden vaikutus voi näkyä Lasten seurassa –ohjelman havaitsemista ja virittävyttä kartoittaneiden tutkimusten tuloksissa (luku 2) sikäli kuin kyselyjen vastaajat ovat tienneet niiden liittyvän ohjelmaan. Tuota vaikutusta on kuitenkin väestötason kyselyissä vaikea täsmällisesti arvioida.

Erilaisten toimintamuotojen ja julkaisujen konkreettisen merkityksen selville saamiseksi siitä on kysyttävä erikseen ja (myös) kvalitatiivisesti. Tässä raportissa (luku 2) tulee esiin vain se, missä määrin tunnetaan ohjelmassa aiemmin tuotetut ”Ei kiitos?”- ja ”Lasten seurassa – 10 kysymystä alkoholinkäytöstä” –julkaisut. Vuonna 2012 tarkoitukseni on paneutua tarkemmin näiden ja muidenkin julkaisujen vastaanottoon ja merkitykseen kohderyhmissään.

## 2. Ohjelman havaitseminen ja virittävyys

Lasten seurassa –ohjelman havaitsemista ja virittävyttä väestön keskuudessa selvitettiin vuonna 2011 kolmessa eri kyselyssä:

1. TNS Gallup teki Alkon toimeksiannosta 28.3. -19.4. välisenä aikana internet-kyselyn, jonka vastaajat (1 203) edustavat sukupuoli-, ikä- ja asuinpaikkatyyppi-jakautumiltaan Suomen 15-64 –vuotiasta väestöä Ahvenanmaata lukuun ottamatta.
2. Suomen Vanhempainliitto teki toukokuussa jäsenistönsä keskuudessa Webropol-kyselyn, jossa osa kysymyksistä oli aivan samoja kuin TNS Gallupilla. Kyselyyn vastasi 540 jäsentä, joista 85 prosenttia oli naisia, 92 prosenttia 30-49-vuotiaita ja 50 prosenttia ammattikorkeakoulu- tai yliopistotutkinnon suorittaneita.
3. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen joka vuosi loppukeväästä tekemä Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen (AVTK) –postikysely 15-64-vuotiaille suomalaisille (otos 5 000) sisälsi kolmantena vuotena peräkkäin kysymyksiä Lasten seurassa –ohjelman havaitsemisesta ja virittävydestä.

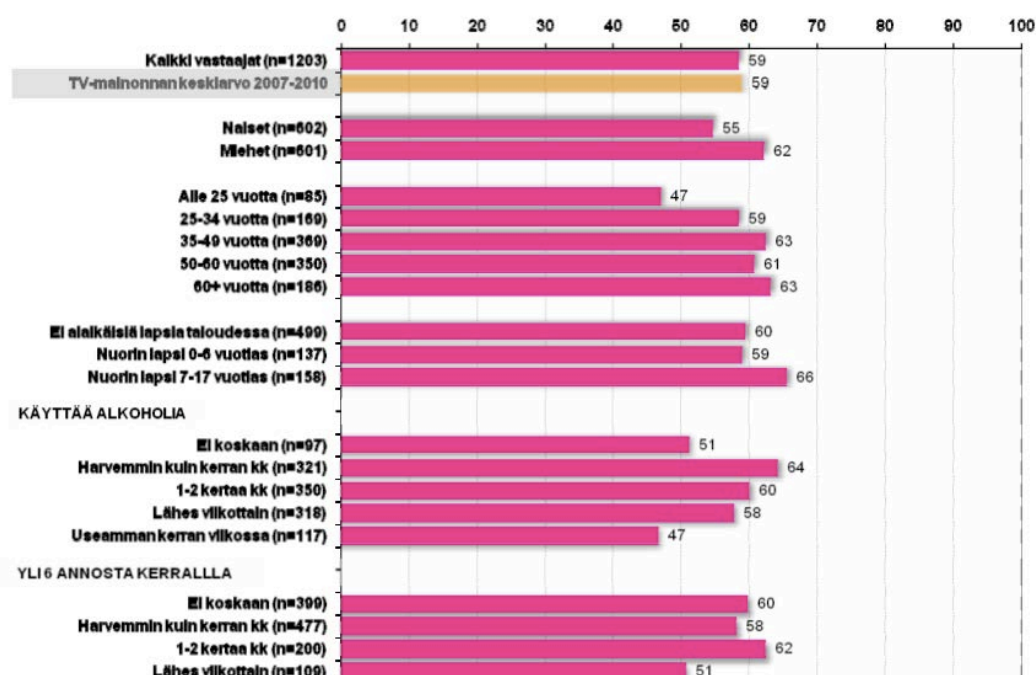
Kyselyjen metodiset erot ja Lasten seurassa –ohjelman havaitsemista ja virittävyttä kartoittaneiden kysymysten tarkat sanamuodot tulevat esiin seuraavan tulosten raportoinnin yhteydessä.

### 2.1. Ohjelman havaitseminen

TNS Gallupin kyselyssä vastaajille esitettiin isän ja pojan mökki- ja pilkkireissusta kertova filmi ja kysyttiin, ”muistatko nähneesi tämän mainoksen aiemmin televisiossa”. Vastausvaihtoehdot olivat kyllä / en / en osaa sanoa. Filmin muisti nähneensä 59 prosenttia vastaajista. Tämä osuus on sama kuin TNS Gallupin tekemissä tv-mainonnan huomioarvon mittauksissa vuosina 2007-2010 keskimäärin. Miehet olivat havainneet filmin hieman paremmin (havainneita 62%) kuin naiset (55%). Eri ikäryhmistä filmi oli tavoittanut huonoiten alle 25-vuotiaat (47%), muiden ikäryhmien erot havainneiden osuudessa olivat pienet. Kaikkein korkeimmalle, 66 prosenttiin, filmin nähneiden osuus nousi sen ydinkohderyhmässä eli vastaajilla, joiden nuorin lapsi on 7-17-vuotias. Alkoholinkäytön eri ryhmistä ”kohtuukäyttäjät” olivat havainneet filmin paremmin kuin raittiit ja tiheästi ja/tai usein paljon (yli 6 annosta) kerralla juovat vastaajat.



## Huomioarvo kohderyhmittäin, %



Toisin kuin TNS Gallupin kyselyssä, Suomen Vanhempainliiton kyselyssä vastaajia ei autettu Lasten seurassa –ohjelman muistamisessa: heille ei näytetty tv-filmiä, vaan heiltä vain kysyttiin, ”oletko havainnut Lasten seurassa –vastuullisuuskampanjan”. Niinpä havainneiden osuus – 38 prosenttia – jäi selvästi pienemmäksi kuin TNS Gallupin kyselyssä. Sen sijaan luku on lähes sama kuin TNS Gallupin Lasten seurassa –ohjelman alkuvaiheessa tekemässä kyselyssä saatu havainneiden osuus (39%, ks. Piispa 2010a) ja selvästi suurempi kuin kolmessa AVTK-tutkimuksessa saadut kaikkien vastaajien luvut. Näissä neljässä tutkimuksessa vastaajia ei myöskään autettu ohjelman muistamisessa.

AVTK-tutkimuksissa kysyttiin vuosina 2009 ja 2010, ”oletteko havainnut Viisas vanhemmuus – Millaisen mallin annat lapselle –vastuullisuuskampanjan”, ja vuonna 2011, ”oletteko havainnut Lasten seurassa –vastuullisuuskampanjan”. Havainneiden osuudet kaikista vastaajista ovat olleet 24, 20 ja 26 prosenttia, ja sukupuolen ja iän mukaan eriteltynä seuraavat:

**Taulukko 1. Lasten seurassa –ohjelman havainneiden osuudet (%) sukupuolen ja iän mukaan Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytymisen -tutkimuksissa 2009-2011.**

Miehet	2009	2010	2011	Naiset	2009	2010	2011
15-24 v	12	5	6	15-24 v	19	10	25
25-34 v	15	16	23	25-34 v	30	24	37
35-44 v	19	13	25	35-44 v	38	28	38
45-54 v	19	18	20	45-54 v	35	34	34
55-64 v	14	14	15	55-64 v	25	26	29
Kaikki	16	14	18	Kaikki	30	25	33
N	1 239	1 222	1 177	N	1 648	1 558	1 569

Eri vuosien tulokset ovat siis olleet melko yhdenmukaisia: Lasten seurassa –ohjelman on havainnut miehistä noin kuudesosa ja naisista noin kolmasosa. Vuoden 2010 ”notkahdus” luvuissa johtunee pääosin kahdesta seikasta: silloin Lasten seurassa –ohjelmassa ei ollut huomiota herättelevää mediakampanjointia ja AVTK-tutkimuksessa käytettiin vanhentunutta ”Viisas vanhemmuus” –slogania. Sen sijaan vuosina 2009 ja 2011 ohjelman nimi oli kyselyssä oikein ja pari kuukautta ennen kyselyä toteutettiin mediakampanja. Näiden vuosien tulokset ovat siis hyvin vertailukelpoisia, ja Lasten seurassa –ohjelman havainneiden osuudessa voidaan nähdä pientä nousua.

Korkeimmaksi ohjelman havainneiden osuus on noussut 35-44-vuotiailla vastaajilla. Tässä ikäryhmässä on paljon Lasten seurassa –ohjelman potentiaalisinta ”yleisöä”, aktiivista vanhemmuutta eläviä. Erot myös vanhemmuusikäisten 25-34-vuotiaiden ja 45-54-vuotiaiden ikäryhmiin ovat kuitenkin pienet. Naisilla kolmen keskimmäisen ikäryhmän havaitsemisluvut olivat vuonna 2011 samaa suuruusluokkaa kuin Suomen Vanhempainliiton kyselyssä (vastaajat valtaosin 30-49-vuotiaita naisia) saatu ohjelman havainneiden osuus (38%).

AVTK-tulosten erittely vastaajien siviilisäädyn, koulutuksen ja ammattiaseman mukaan on odotetusti osoittanut, että naimisissa/avoliitossa elävät ovat havainneet Lasten seurassa –ohjelman paremmin kuin naimattomat, pitkään kouluja käyneet paremmin kuin vähän kouluja käyneet ja toimihenkilöt paremmin kuin työntekijät (taulukko 2). Ensiksi mainittu ero on ohjelman aiheesta johtuen itsestäänselvyys, kaksi muuta ovat tuttuja aikaisemmista valistus- ja kampanjatutkimuksista. Naisilla erot havaitsemisessa ovat yleensä olleet suuremmat kuin miehillä:

**Taulukko 2. Lasten seurassa –ohjelman havainneiden osuuksia (%) siviilisäädyn, koulutuksen ja ammattiaseman mukaan Suomalaisen aikuisväestön terveystietoisuus –tutkimuksissa 2009-2011.**

Taustamuuttuja	2009		2010		2011	
	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset
Naimisissa	17	32	17	30	22	35
Naimaton	10	23	7	13	9	28
0-9 v koulutusta	13	17	14	19	11	24
Yli 12 v koulutusta	18	34	14	28	21	35
Toimihenkilö	17	34	15	28	24	34
Työntekijä	17	22	16	21	19	34

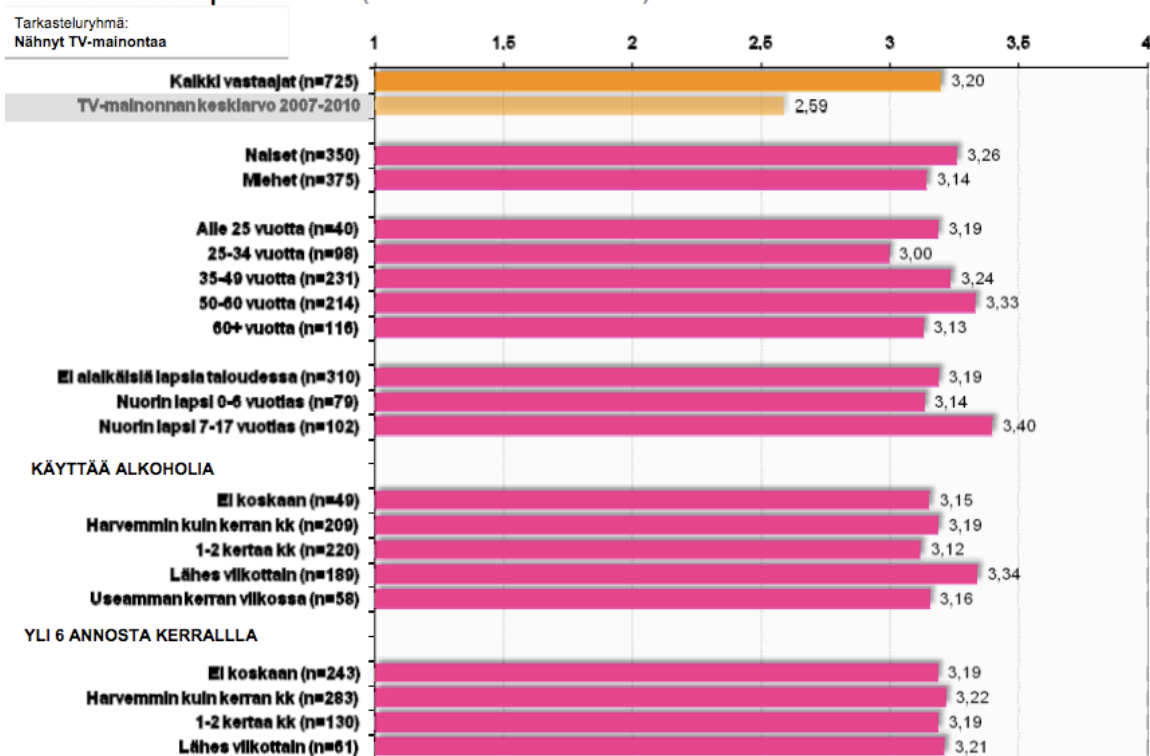
Erityy ei kuitenkaan ole paljastanut yhtään isoa vastaajaryhmää, jossa ohjelman havainneiden osuus olisi ollut merkittävästi korkeampi kuin kaikilla 25-54-vuotiailla naisilla (ks. tarkemmin Helakorpi ym. 2010, 164, Helakorpi ym. 2011, 159).

## 2.2. Arviot tv-filmistä ja sen viestistä

Jatkoksi kysymykselle tv-filmin muistamisesta TNS Gallupin kyselyssä tiedusteltiin filmin aiemmin nähneiltä, ”piditkö tästä mainoksesta” ja ”mitä tällä mainoksella halutaan mielestäsi viestiä”. Tämä kysely on ainoa, missä Lasten seurassa –ohjelman aineistoista pitämistä ja käsityksiä aineistojen viestistä on väestötasolla selvitetty.

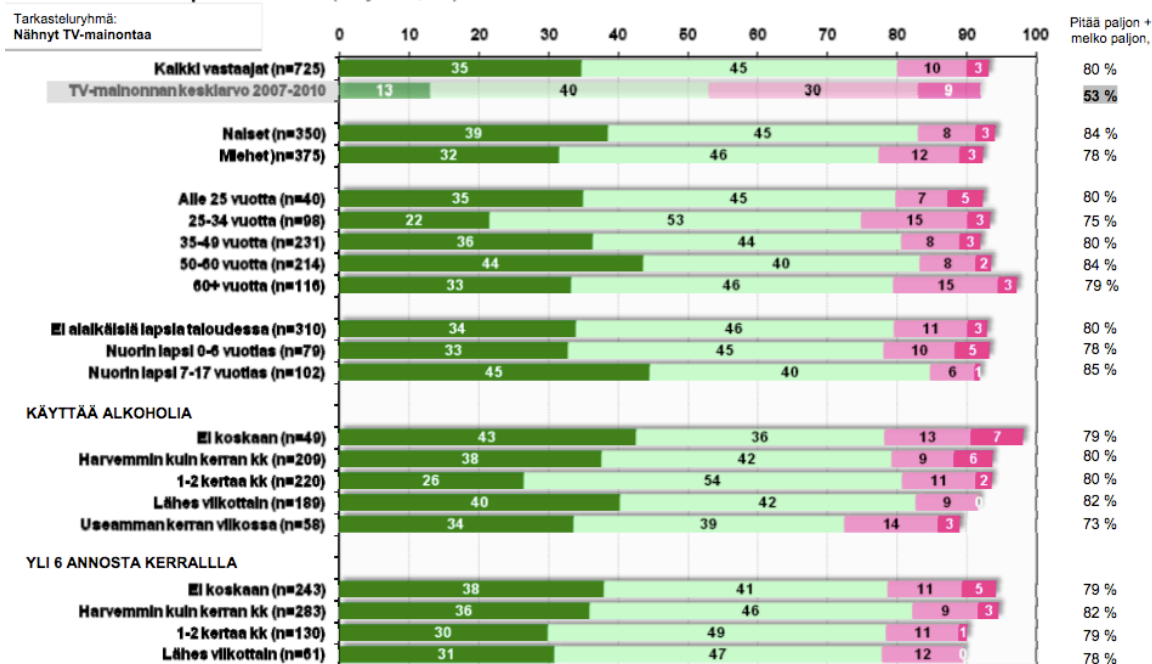
Filmin nähneet pitivät siitä selvästi enemmän kuin tv-mainoksista on keskimäärin pidetty TNS Gallupin tutkimuksissa. Asteikkolla 1-4, jossa 1=en pidä lainkaan, 2=en pidä kovin paljon, 3=pidän melko paljon, 4=pidän paljon, filmin ”arvosanaksi” tuli 3,20. Kaikissa tutkituissa vastaajaryhmissä arvosana oli vähintään 3,00, ja kaikkein myönteisimmin filmiä arvioivat vastaajat, joiden nuorin lapsi on 7-17-vuotias (3,40), lähes viikoittain alkoholia käyttävät (3,34) ja 50-60 -vuotiaat (3,33). Naisilla arvosana nousi hieman korkeammaksi (3,26) kuin miehillä (3,14).

### Mainonnasta pitäminen (Keskiarvo asteikolla 1-4)



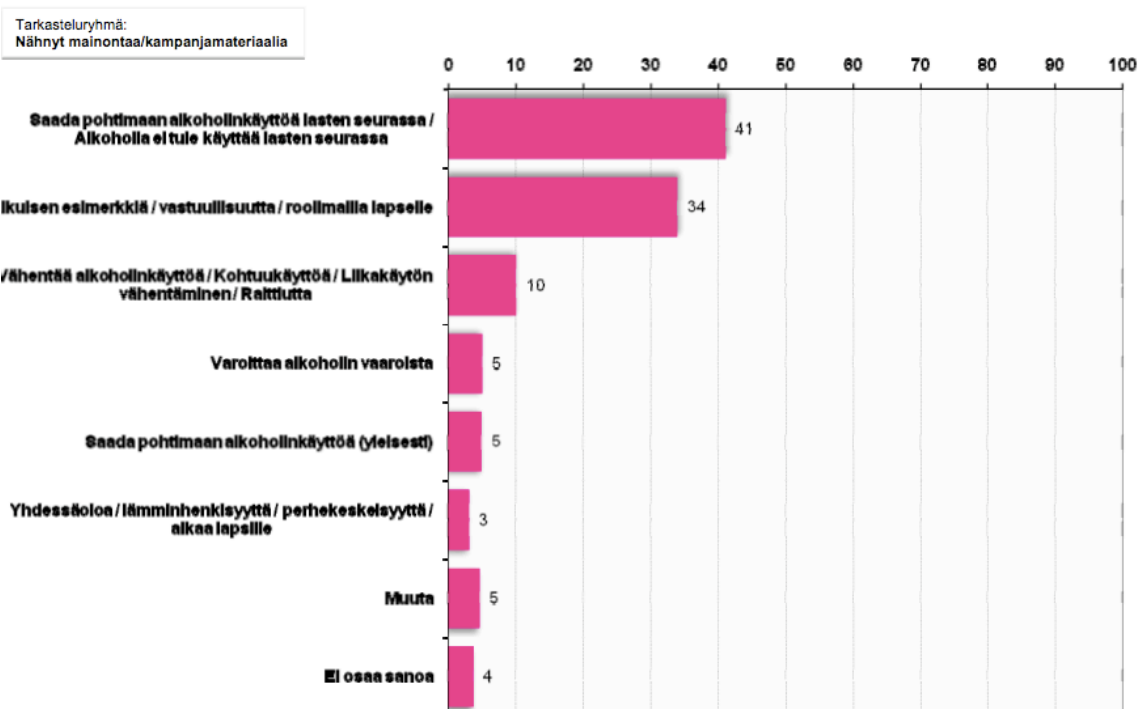
Prosenttiosuuksina ilmaistuna filmin nähneistä 35 prosenttia piti siitä paljon ja 45 prosenttia melko paljon, kun vastaavat luvut ovat olleet tv-mainosten tutkimuksissa TNS Gallupilla keskimäärin 13 ja 40 prosenttia. Kaikissa vastaajaryhmissä filmistä paljon tai melko paljon pitäneiden yhteisosuus oli vähintään 73 prosenttia. Kaikkein korkeimmaksi se nousi filmin ydinkohderyhmällä 7-17-vuotiaiden lasten vanhemmilla (85%), 50-60 -vuotiailla (84%) ja naisilla (84%). Näissä ryhmissä myös filmistä paljon pitäneiden osuus oli korkea. Raittiiden (43%) ja harvoin alkoholia käyttävien (38%) keskuudessa oli myös runsaasti filmistä paljon pitäneitä, mutta toisaalta keskimääräistä enemmän (6-7%) myös niitä, jotka jostain syystä eivät pitäneet filmistä lainkaan.

### Mainonnasta pitäminen (Hajonta, %)



Filmin nähneet tulkitsivat sen viestin ”oikein”. Avovastauksiseen kysymykseen, ”mitä tällä mainoksella halutaan mielestäsi viestiä”, 41 prosenttia vastaajista totesi, että sillä yritetään saada pohtimaan alkoholin-käyttöä lasten seurassa tai korostaa, ettei alkoholia tule käyttää lasten seurassa (TNS Gallup teki vastausten luokittelun). Kolmasosa vastaajista oli sitä mieltä, että filmi korostaa aikuisen esimerkkiä, vastuullisuutta tai roolimallia lapselle.

### Kampanjan viesti, %

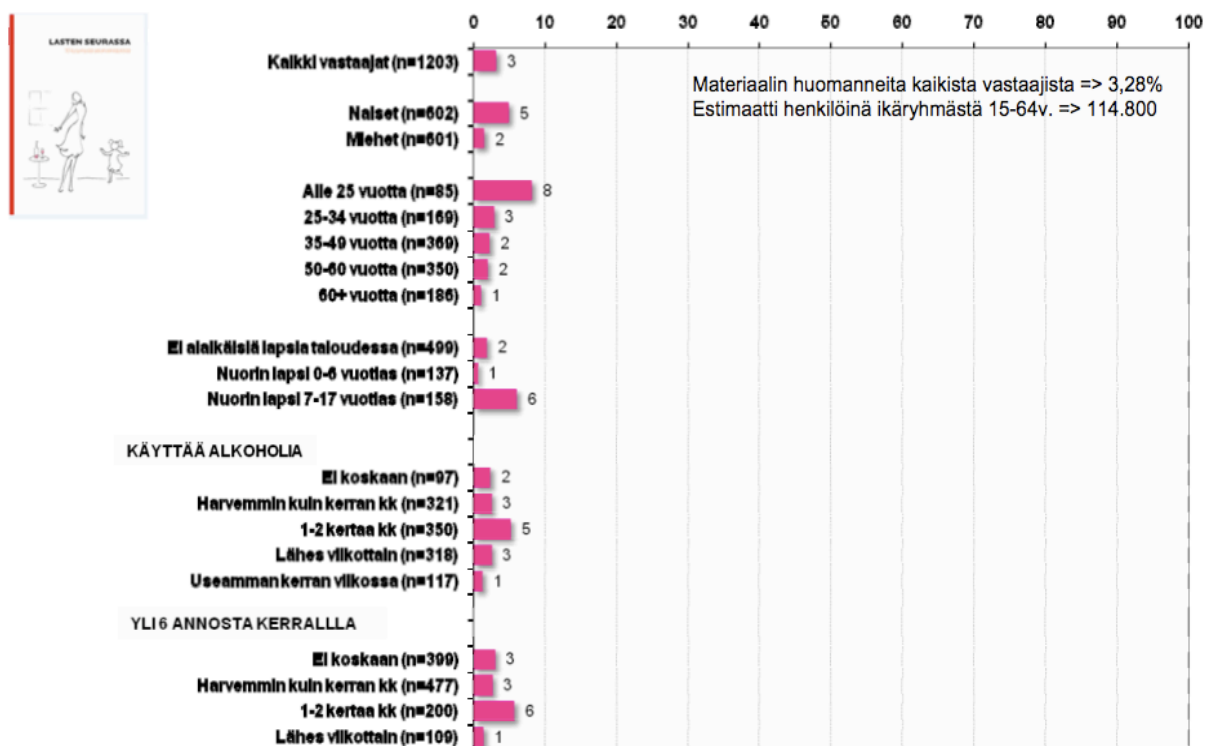


Kaikkiaan yli kolme neljäsosaa filmin nähneistä yhdisti sen aikuisten ja lasten vuorovaikutukseen. Viidesosa vastaajista luonnehti filmin viestin yleisemmin alkoholinkäyttöön liittyväksi: halutaan vähentää alkoholinkäyttöä tai liikakäyttöä, edistää kohtuukäyttöä tai raittiutta, varoittaa alkoholin vaaroista tai saada pohtimaan alkoholinkäyttöä yleisesti.

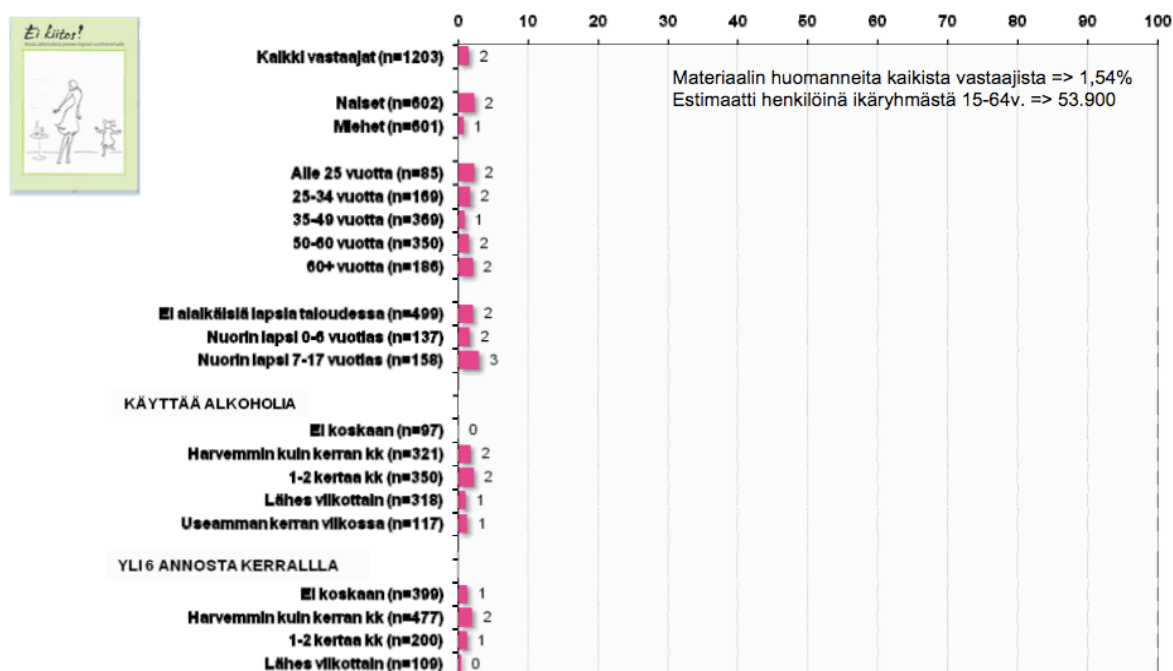
### 2.3. Ohjelman julkaisuihin tutustuminen

TNS Gallupin kyselyssä Lasten seurassa –ohjelman havaitsemista selvitettiin myös tiedustelemalla, ”oletko tutustunut ’Lasten seurassa – 10 kysymystä alkoholikäytöstä’ –vihkoseen” ja ”oletko tutustunut ’Ei kiitos? Asiaa alkoholista pienen lapsen vanhemmalle’ –oppaaseen”. Samalla vastaajalle näytettiin näiden julkaisujen etusivu. Vastausvaihtoehdot olivat, kuten tv-filmin kohdalla, kyllä / en / en osaa sanoa.

#### Muun kampanjamateriaalin huomaaminen, %



## Muun kampanjamateriaalin huomaaminen, %



Lasten seurassa – 10 kysymystä alkoholinkäytöstä –vihkoseen oli tutustunut 3 prosenttia ja Ei kiitos? – Asiaa alkoholista pienen lapsen vanhemmalle –oppaaseen 1,5 prosenttia vastaajista. Korkeimmalle tutustuneiden osuus nousi Lasten seurassa –vihkosen kohdalla alle 25-vuotiailla (8%) ja 7-17-vuotiaiden lasten vanhemmilla (6%). Naisilla julkaisuihin tutustuneiden osuus oli miehiin verrattuna noin kaksinkertainen.

Suomen Vanhempainliiton kyselyssä esitettiin samat kysymykset kuin TNS Gallupin kyselyssä, mutta julkaisuja ei näytetty vastaajille. Lasten seurassa –vihkoseen oli tutustunut 7,5 prosenttia ja Ei kiitos -oppaaseen 6 prosenttia vastaajista. Tutustuneiden osuudet olivat täten Vanhempainliiton aktiivisessa jäsenistössä ilman muistitukea vain hieman korkeammat kuin TNS Gallupin kyselyn vastaajilla, joilla on kotona alaikäisiä lapsia.

Julkaisuihin tutustuneiden vastaajien prosentiosuudet jäivät siis molemmissa tutkimuksissa pieniksi. Mutta näiden kysymysten kohdalla ei korkeita tutustuneiden osuuksia voitu edes odottaa. Väestön määräksi muunnettuna 3 ja 1,5 prosenttia 15-64 –vuotiaista suomalaisista merkitsee 105 000 ja 52 500 henkilöä. Nämä luvut vastaavat varsin hyvin Lasten seurassa- ja Ei kiitos –julkaisujen painosmäärää ja levikkiä.

## 2.4. Pohdinnan ja muutosten virittyminen

Myös Lasten seurassa –ohjelman virittävyttä alkoholin käyttötapojen kyseenalaistamisessa (virittävyyden käsitteestä, ks. Soikkeli ym. 2011) selvitettiin TNS Gallupin ja Suomen Vanhempainliiton kyselyissä identtillä kysymyksillä. Ohjelman jossain muodossa havainneilta tiedusteltiin, ”onko Lasten seurassa –kampanja saanut sinut pohtimaan tai muuttamaan omaa alkoholinkäyttöäsi lasten ja nuorten seurassa”. Vastausvaihtoehdot olivat ei / kyllä, on saanut pohtimaan / kyllä, on saanut muuttamaan / en osaa sanoa.

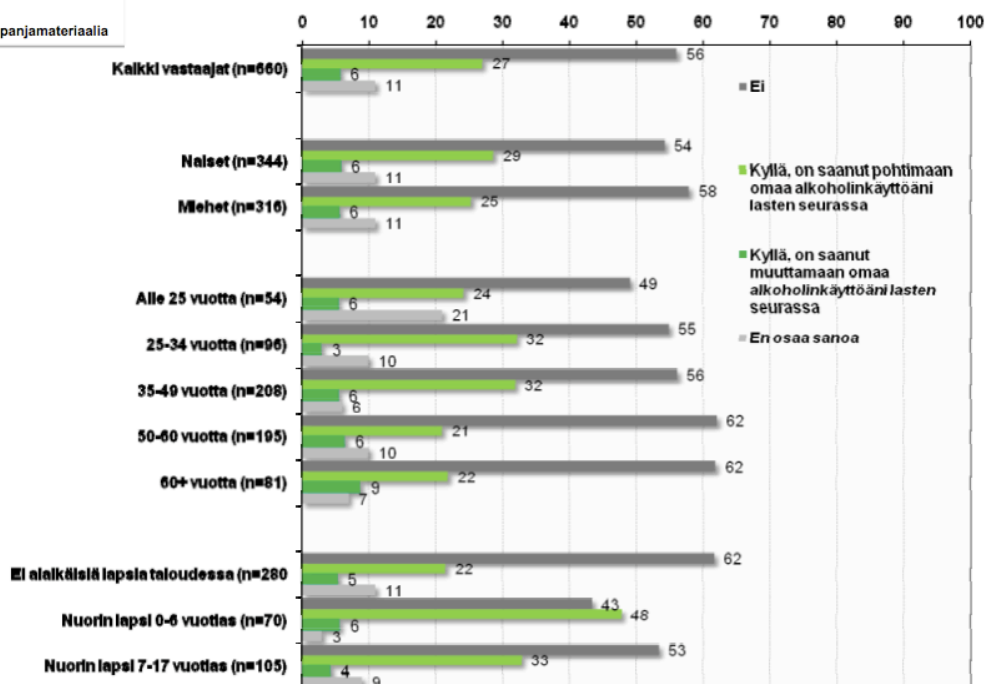
TNS Gallupin kyselyssä alkoholinkäyttöä koskevan pohdinnan virittymisestä ilmoitti 27 prosenttia ja muutoksista 6 prosenttia vastaajista; ei-vastausten osuus oli 56 prosenttia. Suomen Vanhempainliiton kyselyssä nämä luvut olivat 29, 2 ja 58 prosenttia. Jakautumat olivat siis varsin samanlaiset, vaikka Vanhempainliiton vastaajat olivat juomataivoiltaan ”kohtuullisempia” kuin TNS Gallupin vastaajat. Edellisistä 25 prosenttia ilmoitti käyttävänsä alkoholia ainakin lähes viikottain ja vain 5 prosenttia juovansa kuukausittain paljon kerralla, kun luvut olivat TNS Gallupin vastaajilla 34 ja 31 prosenttia.

Selvästi korkeimmaksi, 48 prosenttiin, pohdintaan virittyneiden osuus nousi TNS Gallupin kyselyssä pienten lasten vanhemmilla. Pienimmäksi, 7 prosenttiin, pohdinnasta ilmoittaneiden osuus puolestaan jäi raittiilla vastaajilla. Tämä on tietysti odotettua ja järkeenkäypää. Lasten seurassa –ohjelman vaikutusten kannalta olennaisempaa oli se, että alkoholinkäytön eri ryhmistä pohtimaan virittyneiden osuus oli korkein (37%) tiheästi alkoholia käyttävillä ja usein yli 6 annosta kerralla juovilla ja alkoholinkäytön muutoksista ilmoittaneiden osuus jälkimmäisessä ryhmässä koko aineiston korkein (13%).

### Vaikutukset omaan alkoholinkäyttöön, % 1/2

lasten ja nuorten seurassa?\*

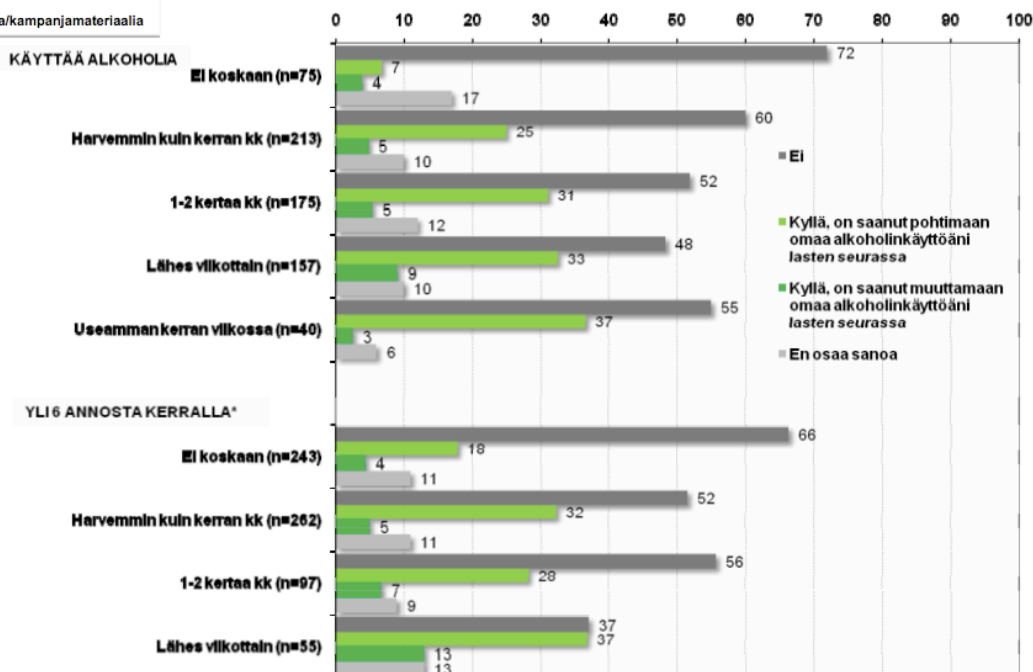
Tarkasteluryhmä:  
Nähty mainontaa/kampanjamateriaalia



### Vaikutukset omaan alkoholinkäyttöön, % 2/2

lasten ja nuorten seurassa?\*

Tarkasteluryhmä:  
Nähty mainontaa/kampanjamateriaalia



AVTK-tutkimuksissa Lasten seurassa –ohjelman virittävydestä on kysytty hieman toisin kuin TNS Gallupin ja Suomen Vanhempainliiton kyselyissä: onko kampanja ”saanut Teidät pohtimaan tai seuraamaan

omaa alkoholinkäyttöä lasten ja nuorten seurassa”. Eli alkoholinkäytön muuttamisen sijasta on kysytty sen seuraamisesta ja pohtimisesta. Ohjelman havainneille vastaajille vastausvaihtoehtoja on ollut vain kaksi: kyllä/ei. Sukupuolen mukaan eriteltyinä tulokset ovat olleet seuraavat:

**Taulukko 3. Lasten seurassa –ohjelman johdosta omaa alkoholinkäyttöään pohtimaan tai seuraamaan ryhtyneiden osuudet (%) ohjelman havainneista vastaajista Suomalaisen aikuisväestön terveystutkimuksissa 2009-2011.**

Ryhmä	2009	2010	2011
Kaikki miehet	46	49	48
Miehet 25-44 v	49	51	52
Kaikki naiset	48	50	47
Naiset 25-44 v	52	49	55
Kaikki	48	50	48

Koska Lasten seurassa -ohjelman havainneiden määrä per ikäryhmä on ollut pieni, esitän taulukossa 3 erikseen ohjelmasta virittyneiden osuudet vain aktiivisessa vanhemmuusiässä todennäköisimmin olevien 25-44-vuotiaiden vastaajien osalta. Ne eivät olennaisesti poikkea kaikkien ohjelman havainneiden vastaajien luvuista. Korkeimmilleen, 57 prosenttiin, ohjelman johdosta omaa alkoholinkäyttöään pohtimaan tai seuraamaan virittyneiden osuus on noussut vuoden 2011 kyselyn 35-44-vuotiaiden vastaajien keskuudessa.

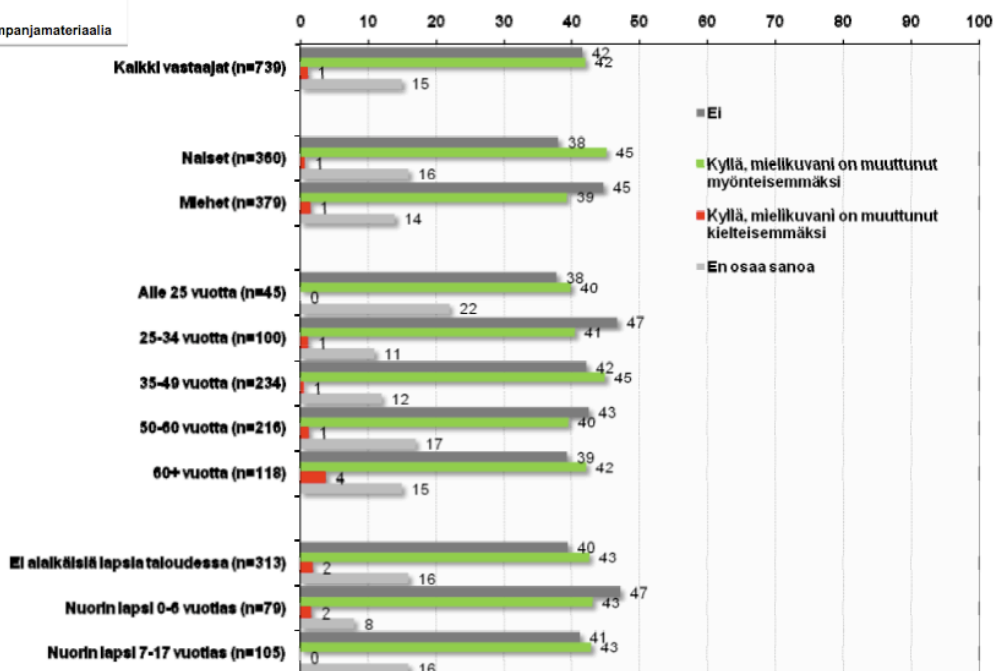
Lasten seurassa –ohjelmasta virittyneiden osuus on siis ollut AVTK-tutkimuksissa jatkuvasti selvästi korkeampi kuin se oli TNS Gallupin ja Suomen Vanhempainliiton kyselyissä. Yksi selitys tälle erolle on epäilemättä AVTK-tutkimusten ja kyselyjen erilainen ajoitus. Kun ohjelman havaitsemista ja virittävyyttä kysytään pari kuukautta aktiivisen kampanjavaiheen jälkeen eikä vastaajia auteta muistamisessa filmi tms. näyttämällä, ohjelmasta todella vaikuttuneiden osuus ohjelman muistavista tietysti kasvaa. Tähän viittaa se, että ohjelman ilmoitettu virittävyys on ollut korkea (korkein) myös niissä ryhmissä (25-54-vuotiailla naisilla), joissa ohjelma on havaittu parhaiten.

## 2.5. Vaikutukset mielikuvaan Alkosta

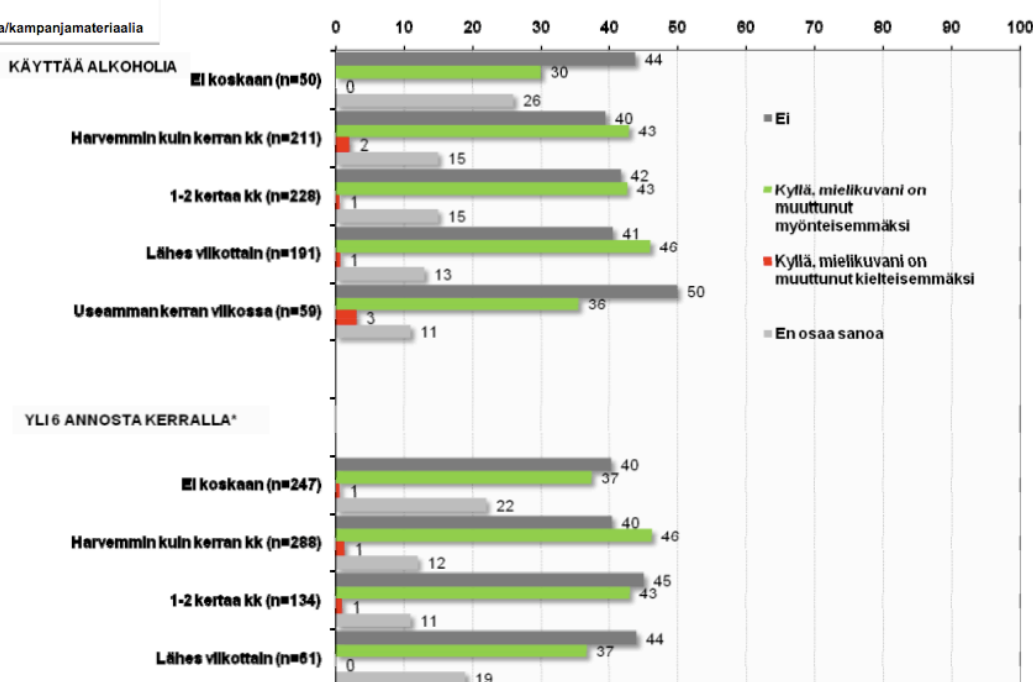
Selvimmän myönteisesti Lasten seurassa –ohjelma on vaikuttanut mielikuviin Alkosta. Sekä TNS Gallupin että Suomen Vanhempainliiton kyselyissä ohjelman jossain muodossa havainneille kerrottiin, että ”Lasten seurassa –kampanjan päätoteuttaja on Alko”, ja kysyttiin, ”onko kampanja vaikuttanut mielikuvaasi Alkosta”. Vastausten vaihtoehdot olivat: ei / kyllä, mielikuvani on muuttunut myönteisemmäksi / kyllä, mielikuvani on muuttunut kielteisemmäksi / en osaa sanoa. TNS Gallupin kyselyssä 42 prosenttia ja Suomen Vanhempainliiton kyselyssä 40 prosenttia vastaajista ilmoitti mielikuvansa Alkosta muuttuneen myönteisemmäksi. Ei vaikutusta –vastausten osuudet olivat myös 42 ja 40 prosenttia. Sen sijaan vain 1 prosentti vastaajista arvioi mielikuvansa Alkosta muuttuneen Lasten seurassa -ohjelman vaikutuksesta kielteisemmäksi.



## Vaikutukset mielikuvaan Alkosta, % 1/2

Tarkasteluryhmä:  
Nähty mainontaa/kampanjamateriaalia

## Vaikutukset mielikuvaan Alkosta, % 2/2

Tarkasteluryhmä:  
Nähty mainontaa/kampanjamateriaalia

TNS Gallupin erittelyssä myönteisestä mielikuvamuutoksesta ilmoittaneiden osuus oli naisilla (45%) hieman korkeampi kuin miehillä (39%). Erot ikäryhmien välillä ja vanhemmuusryhmien välillä olivat hyvin pienet. Alkoholinkäytön eri ryhmistä erottuivat selvimmän raittiit, joilla myönteisestä mielikuvamuutoksesta ilmoittaneiden osuus jäi 30 prosenttiin. Sen sijaan tässä ryhmässä oli suhteellisen paljon (26%) ”en osaa sanoa”-vastauksia. Ilmeisesti kyse on monien raittiiden ihmisten alkoholikauppiasta kohtaan tuntemasta periaatteellisesta epäluulosta, jota vastuullisuuskampanjoillakaan ei kyetä hälventämään.

## 2.6. Yhteenveto

Isän ja pojan mökki- ja pilkkireissusta kertovan tv-filmin oli havainnut sama osuus (59%) vastaajista kuin tv-mainokset TNS Gallupin tutkimuksissa keskimäärin. Parhaiten filmi oli havaittu sen ydinkohderyhmässä 7-17-vuotiaiden lasten vanhempien keskuudessa. Alkoholin kohtuukäyttäjät olivat havainneet filmin paremmin kuin raittiit ja paljon juovat vastaajat. Vastaajien filmille antama ”arvosana” nousi selvästi korkeammaksi kuin TNS Gallupin tekemissä tv-mainonnan tutkimuksissa keskimäärin. Filmistä pitäneiden osuus oli kaikissa vastaajaryhmissä korkea, ja kaikkein korkeimmaksi (85%:iin) se nousi 7-17-vuotiaiden lasten vanhemmilla. Kysymykseen filmin viestistä kolme neljäsosaa vastasi, että se yrittää saada aikaan pohdintaa ja korostaa aikuisten vastuullisuutta ja mallivaikutuksia alkoholinkäytössä lasten seurassa.

Suomen Vanhempainliiton jäsenkyselyssä (2011) ja kolmessa Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen (AVTK)-tutkimuksessa (2009-2011) kysyttiin yleisemmin Lasten seurassa –ohjelman havaitsemisesta eikä vastaajia autettu muistamisessa ohjelman aineistoja näyttämällä. Ohjelman havainneiden osuus oli ensiksi mainitussa kyselyssä, jossa vastaajien suuri enemmistö oli 30-50-vuotiaita naisia, 38 prosenttia. AVTK-tutkimuksissa havainneiden osuus on ollut kaikilla vastaajilla 24, 20 ja 26 prosenttia, miehillä keskimäärin kuudesosa ja enimmillään neljäsosa (25-44-vuotiaat 2011), naisilla keskimäärin hieman alle kolmasosa, mutta 25-54-vuotiailla naisilla vuosina 2009 ja 2011 samaa suuruusluokkaa kuin Vanhempainliiton kyselyssä.

TNS Gallupin tutkimuksessa ja Suomen Vanhempainliiton jäsenkyselyssä selvitettiin erikseen ”Lasten seurassa – 10 kysymystä alkoholinkäytöstä” –vihkosen ja ”Ei kiitos? Asiaa alkoholista pienen lapsen vanhemmalle” –oppaan tuntemusta. Niihin tutustuneiden osuudet olivat Vanhempainliiton kyselyssä 7,5 ja 6 prosenttia vastaajista. Vielä pienemmiksi luvut jäivät TNS Gallupin kyselyyn vastanneilla vanhemmilla, vaikka heille näytettiin kuvat julkaisujen kansista. Väestön määräksi muutettuina prosenttiosuudet kuitenkin vastaavat julkaisujen painosmäärää ja levikkiä.

Lasten seurassa –ohjelman vaikutuksia vastaajien alkoholinkäyttöön selvitettiin niin TNS Gallupin ja Suomen Vanhempainliiton kyselyissä 2011 kuin kaikissa AVTK-tutkimuksissakin. Kahdessa ensiksi mainitussa ohjelman havainneilta tiedusteltiin, onko ”kampanja saanut sinut pohtimaan tai muuttamaan omaa alkoholinkäyttöäsi lasten ja nuorten seurassa”. Hieman yli puolet (56%/58%) vastasi ei, 27 ja 29 prosenttia ilmoitti pohdinnan virittymisestä ja 6 ja 2 prosenttia vastaajista muutoksista alkoholinkäyttönsään.

Parhaiten Lasten seurassa -ohjelma oli TNS Gallupin mukaan ”purrut” pienten lasten vanhempiin ja niihin, jotka käyttävät tiheästi ja paljon alkoholia. Pienten lasten vanhemmilla pohdinnasta ilmoittaneiden osuus nousi 48 prosenttiin ja useamman kerran viikossa alkoholia käyttävillä ja lähes viikoittain paljon kerralla juovilla 37 prosenttiin. Viimeksi mainitussa vastaajaryhmässä alkoholinkäyttönsä muutoksia tehneiden osuus (13%) oli koko TNS Gallupin aineiston korkein.

AVTK-tutkimuksissa puolestaan kysyttiin, onko ”kampanja saanut Teidät pohtimaan tai seuraamaan omaa alkoholin käyttöä lasten ja nuorten seurassa”. Ohjelmasta näin virittyneiden osuus on jatkuvasti ollut varsin korkea: noin puolet ohjelman havainneista vastaajista on ilmoittanut alkoholinkäytön pohdinnasta tai seurannasta. Tämä tulos pätee myös ohjelman parhaiten havainneissa ryhmissä (25-54-vuotiailla naisilla).

TNS Gallupin ja Suomen Vanhempainliiton kyselyissä selvitettiin vuonna 2011 myös Lasten seurassa –ohjelman toteutuksen vaikutusta mielikuvaan Alkosta. Noin 40 prosentilla vastaajista, jotka tunsivat ohjelman, mielikuva Alkosta oli muuttunut myönteisemmäksi, vain 1 prosentilla kielteisemmäksi. Ohjelman myönteinen vaikutus oli vahva TNS Gallupin kyselyn kaikissa vastaajaryhmissä. Heikoimmaksi se jäi raittiilla vastaajilla, joista 30 prosenttia ilmoitti myönteisestä muutoksesta ja 26 prosenttia vastasi en osaa sanoa.

## 3. Lastenseurassa.fi-sivut

### 3.1. Sivujen kävijämäärä

Lasten seurassa –ohjelman verkkosivujen kävijämäärä oli vuonna 2011 kuukausittain seuraava:

tammikuu	2 488	heinäkuu	1 554
helmikuu	1 936	elokuu	1 965
maaliskuu	12 630	syyskuu	2 682
huhtikuu	1 100	lokakuu	5 231
toukokuu	1 230	marraskuu	2 916
kesäkuu	6 329	joulukuu	2 212

Näissä luvuissa näkyy selvästi mediakampanjoinnin (ks. Johdanto) merkitys. Maaliskuun mediakampanja nosti kuukauden kävijäluvun kolmanneksi korkeimmaksi ohjelman historiassa; vain ohjelman aloitusvuoden 2009 kampanjakuukausina maaliskuussa (22 484) ja syyskuussa (15 896) kävijäluku on ollut korkeampi. Mediakampanjointi touko-kesäkuussa (teemana alkoholin välittäminen alaikäisille) ja lokakuussa (isän ja pojan pilkkireissu) nosti myös kesäkuun ja lokakuun kävijäluvut keskimääräistä korkeammiksi.

Kuukausiluvut yhteen laskien lastenseurassa.fi –sivujen kävijämääräksi vuonna 2011 saadaan 42 273. Aivan näin suuri kävijöiden määrä ei toki todellisuudessa ollut, sillä eri kuukausien kävijäluvuissa on varmasti päällekkäisyyttä. Kuukausikeskiarvoksi vuonna 2011 tuli 3 523 kävijää; se on lähes puolet pienempi kuin vuoden 2009 luku (6 269), mutta selvästi suurempi kuin vuoden 2010 keskiarvo (2 576). Sisällöllisesti samankaltaisiin verkkosivuihin, A-klinikkasäätiön Päihdelinkin Perhe-osioon ja lasinenlapsuus.fi-sivuihin, verrattuna lastenseurassa.fi-sivuilla on ollut keskimäärin hieman enemmän kävijöitä (ks. Piispa 2010a, 34).

Seuraava taulukko kuvaa lastenseurassa.fi-sivujen ”liikenteen lähteitä” eli sitä, miten sivuille on tultu vuosina 2010 ja 2011:

**Taulukko 4. Lastenseurassa.fi-sivujen liikenteen lähteet vuosina 2010 ja 2011.**

	2010	2011
Suora liikenne	7%	30%
Viittaavat sivustot	25%	35%
Hakukoneet	68%	35%

Vuosien erot johtuvat ennen kaikkea siitä, että vuonna 2011 ohjelmassa oli mediakampanjoita, mutta vuonna 2010 sellaisia ei toteutettu. Mediakampanjattomana vuonna 2010 suora liikenne lastenseurassa.fi-sivuille jäi varsin vähäiseksi ja selvästi suurin merkitys sivuille ohjaamisessa oli hakukoneilla ja Googlen hakusanamainonnalla. Vuonna 2011 liikenteen lähteiden jakautuma sen sijaan muodostui tasaiseksi, koska mediakampanjat ohjasivat ihmisiä ohjelman sivuille sekä suoraan että viittaavien sivustojen kautta.

Viittaavista verkkosivuista selvästi merkittävin oli vuonna 2010 Alko.fi (3 553 tapausta); Ruotsin Systembolagetin sivujen (875) ja Mannerheimin Lastensuojeluliiton sivujen (821) kautta tultiin paljon harvemmin. Myös vuonna 2011 Alko.fi-sivut olivat ykköslähde (3 230), mutta Facebook nousi lähes rinnalle

(2 733) ja myös iltapäivälehtien verkkosivut ohjasivat runsaasti ihmisiä lastenseurassa.fi-sivuille (Iltalehti.fi: 1 700, Ilta-Sanomat.fi: 1 268 tapausta). Hakukoneissa Lasten seurassa –ohjelman sivuille ohjaavia hakusanoja ovat olleet muun muassa vauvan kehitys, lapsen kehitys, halloween (!), ristiäiset, rippijuhlat ja neuvola.

### 3.2. Kannanotot esitettyihin väitteisiin

Lastenseurassa.fi-sivuille lähetettiin vuoden 2011 aikana 532 puheenvuoroa eli 10 puheenvuoroa viikossa, ja puheenvuoroketjuja muodostui 51. Ketjujen keskimääräinen pituus oli siis noin 10 puheenvuoroa. Pissimmäksi, 54 puheenvuoroon, venyi ketju ”Alkoholinkäyttö on ihan jokaisen oma asia”; toisaalta 14 keskustelunavausta ei saanut yhtään jatkopuheenvuoroa.

Enemmistö (32) keskustelunavauksista tuli Lasten seurassa –ohjelman toteuttajilta. Maaliskuussa julkaistiin 14 ja toukokuussa 7 erilaista ohjelman aihepiiriin liittyvää väitettä ja lokakuusta lähtien keskustelua viriteltiin 10 sitaattilla tutkimuksesta, jossa kartoitettiin nuorten käsityksiä aikuisten alkoholinkäytöstä (ks. Johdanto). Lisäksi jo vuonna 2010 julkaistu Riitta Uosukaisen puheenvuoro viritti edelleen kannanottoja.

Edellä mainittuihin 21 väitteeseen sivuilla käyneillä oli mahdollisuus reagoida sekä puheenvuorolla että kyllä/ei –äänestyskannanotolla. Kannanottojen jakautumat ja puheenvuorojen määrät väitteittäin käyvät ilmi taulukoista 5 ja 6. Maalikuussa julkaistut väitteet virittivät keskimäärin selvästi enemmän (26) puheenvuoroja kuin toukokuussa julkaistut väitteet (11).

Maaliskuussa julkaistuista väitteistä eniten äänestyksiä keräsivät ”Alkoholinkäyttö on ihan jokaisen oma asia”, ”Lapsilta voi pimittää omaa alkoholinkäyttöään puhumalla aikuisten mehusta” ja ”Kyllä lasi kuohuviiniä kruunaa rippijuhlat” ja toukokuussa julkaistuista väitteistä ”Kun ostan itse lapselleni, tiedän ainakin, paljonko hän juo”, ”Alkoholi kuuluu vasta täysi-ikäisyyteen” ja ”Alaikäiselle ei pidä tarjota alkoholia, ei edes lasillista”.

Taulukon 5 vastausjakautumista piiryy yleiskuva, että enemmistö suhtautuu alkoholinkäyttöön lasten seurassa ja siitä lasten ja nuorten kanssa puhumiseen vastuullisesti. Nollalinja aina lasten läsnä ollessa tai lasillinen, kaksi tietyissä tilanteissa ovat vastaajien kannattamia juomiskäytäntöjä eikä lasten ja nuorten ymmärrystä aliarvioida.

**Taulukko 5. Lastenseurassa.fi-sivuilla maaliskuusta 2011 lähtien esitettyjen väitteiden vastausjakautumat ja väitteiden virittämien puheenvuorojen määrät.**

Väite	Kyllä %	Ei %	Puheen- vuoroja
Aikuisten alkoholinkäyttö näyttää pelottavalta metrin korkeudelta	87	13	10
Lapsilta voi pimitää omaa alkoholinkäyttöään puhumalla aikuisten mehusta	18	82	30
Kun isä korkkaa kalareissulla, on pojallakin mukavampaa	20	80	31
Alkoholi kuuluu täysi-ikäisyyteen, joten teinien kanssa siitä ei edes tarvitse puhua	31	69	18
Lapsille on hyvä näyttää vähän juhlimisen mallia	31	69	15
Kyllä lasi kuohuviiniä kruunaa rippijuhlat	33	67	50
Työpäivän päätteeksi on mukava palkita itsensä lasillisella, kun muksut katselevat lastenohjelmia	35	65	21
Sunnuntailounaalla on ihan oookoo ottaa pari lasia viiniä	62	38	15
Nollalinja on ainoa oikea lasten seurassa	55	44	28
Lasillinen kuuluu lomapäivään, ehkä toinenkin	55	44	12
Ei ne lapset siitä rikki mene, jos he näkevät aikuisia juhlatuulella	44	56	33
Alkoholinkäyttö on ihan jokaisen oma asia	47	53	54
Yksikin on lasten seurassa liikaa	49	51	16
Saunakalja on syytä juoda vasta, kun lapset ovat nukkumassa	51	49	30

Kaikkein suurin yksimielisyys on vallinnut siitä, että aikuisten alkoholinkäyttö näyttää pelottavalta pienen lapsen perspektiivistä. Suuri enemmistö vastaajista on torjunut väitteet, jotka liittyvät kalareissulla korkkaamiseen, juhlimisen mallin antamiseen, rippijuhlan kuohuviiniin ja työpäivän jälkeen nautittavaan alkoholiin, ja joka toinen on ollut sitä mieltä, että saunakalja juodaan vasta lasten mentyä nukkumaan. Erilaisista alkoholinkäytön tilanteista vain sunnuntailounas ja lomapäivä ovat saaneet enemmistön kannatuksen.

Itseäni yllätti eniten se, että väitteeseen ”alkoholinkäyttö on ihan jokaisen oma asia” on yhtynyt lähes puolet vastaajista. Lasten seurassa –ohjelmahan pyrkii korostamaan, että alkoholinkäyttö ei ole vain oma asia. Hain selitystä tälle ”erimielisyydelle” kommenttien argumentaatiosta. Monissa kommentteissa alkoholinkäyttöä pidettiin omana asiana aina silloin, kun se on hallittua ja haitatonta, vähäistä tai kohtuullista. Sen sijaan suurkulutukseksi tai riippuvuudeksi kehittyneitä alkoholinkäyttöä ei pidetty omana asiana, sillä silloin se aiheuttaa vahinkoa ja taakkaa niin läheisille ja sivullisille kuin yhteiskunnallekin:

”Niin kauan kuin alkoholinkäyttö pysyy vähäisenä eikä aiheuta harmia itselle tai toisille, se voi olla oma asia. Sen jälkeen, kun siitä on terveydellistä haittaa tai vahinkoa muille, se ei ole oma asia” (Anjuska, 11.3.).

”Suurkulutus kuormittaa käyttäjän terveyttä ja kukkaroa ja aiheuttaa huolta ja murhetta läheisille. Terveyspalvelujen käyttö lisääntyy, alkon vaikutuksessa vaarantaa muita liikenteessä, työteho laskee toipumispäivinä” (kokemusta on, 27.3.).

Vastaukset nuorten alkoholinkäyttöön liittyviin väitteisiin (taulukko 6) olivat hieman ristiriitaisia. Sekä väite ”alkoholi kuuluu vasta täysi-ikäisyyteen” että väite ”lasten on hyvä oppia hallittu alkoholinkäyttö kotona” saivat kolmen neljäsosan kannatuksen. Puheenvuoroissa alkoholin kuulumista vasta täysi-ikäisyyteen perusteltiin sekä lapsen kehitykseen liittyvillä että laillisuusargumenteilla. Tämän väitteen vastustaminen ja jälkimmäisen väitteen kannattaminen liittyivät seuraavassa jaksossa analysoimaani kohtuukäyttö-argumentaatioon, jossa puhutaan vanhempien mallivaikutuksesta, kielletyn houkuttelevuudesta ja ”maistiaisten” tarjoamisesta alaikäisille nuorille kotona. Väitteiden ”teinit käyttävät alkoholia, vanhemmista riippumatta” ja ”alkoholikokeilut nyt vain kuuluvat nuoruuteen” kannatus (65% ja 59%) puolestaan kuvastanee omia nuoruuden ja vanhemmuuden kokemuksia.

”Jotku juo ja jotku ei. Kieltää on turha. Kädet ristissä voi rukoilla, että joisivat kohtuudella” (näin se vain on, 22.6.).

**Taulukko 6. Lastenseurassa.fi-sivuilla toukokuusta 2011 lähtien esitettyjen väitteiden vastausjakautumat ja väitteiden virittämien puheenvuorojen määrät.**

Väite	Kyllä %	Ei %	Puheen- vuoroja
Alkoholi kuuluu vasta täysi-ikäisyyteen	76	24	12
Lasten on hyvä oppia hallittu alkoholinkäyttö kotona	75	25	11
Teinit käyttävät alkoholia, vanhemmista riippumatta	65	35	3
Alkoholikokeilut nyt vain kuuluvat nuoruuteen	59	41	12
Kun ostan itse lapselleni, tiedän ainakin, paljonko hän juo	28	72	12
Alaikäiselle ei pidä ostaa alkoholia, ei edes yhtä	46	54	6
Alaikäiselle ei pidä tarjota alkoholia, ei edes lasillista	46	54	19

Väitteen ”kun ostan itse lapselleni, tiedän ainakin, paljonko hän juo” torjui kolme neljäsosaa vastaajista. Tähänkin väitteeseen liittyneissä puheenvuoroissa käytettiin laillisuus- ja terveysargumentteja; lisäksi todettiin, että lapsen juomat tuskin jäävät siihen vanhemman ostamaan ja että vanhemman ei tule näin tavoitella lapsensa kaveruutta, vaan asettaa rajoja ja olla ”kasvattaja, tuki ja turva” (???, 21.8.). Väitteen hyväksyneissä kannanotoissa puolestaan puhuttiin luottamuksesta: ”Jos lapsen ja vanhemman välillä on luottamus, niin silloin voi ostaa. Näin olen tehnyt ja hyvin on mennyt” (Zigzag 21.6.).

Vastausjakautumat väitteisiin ”alaikäiselle ei pidä ostaa alkoholia, ei edes yhtä” ja ”alaikäiselle ei pidä tarjota alkoholia, ei edes lasillista” olivat yllättävän tasaisia. Yksi syy tähän voi olla väitteiden kantaa ottamista vaikeuttava ei-muoto: tarkoittaako kyllä-vastaus väitteen vai ostamisen/tarjoamisen hyväksymistä ja ei-vastaus väitteen vai ostamisen/ tarjoamisen torjumista. Ainakin tarjoamisväitteen vastausjakautuman tasaisuuden taustalla on vahvasti myös edellä mainitsemani kohtuukäyttö-argumentaatio: tarjoaminen alaikäiselle hyväksytään osana kohtuukäyttöön ”kasvattamista”.

”Mun mielestä oman perheen päivällisellä voi teini-ikäisen antaa maistaa ruoan kanssa esim. puoli lasia punaviiniä ... Miksi tehdä alkoholinkäytöstä suuri mysteeri ja tabu? Aikuiset ovat niitä, jotka näyttävät mallia vastuullisesta alkoholinkäytöstä” (kahden äiti, 24.6.).

### 3.3. Puheenvuorojen argumentaatio

Seuraava analyysi perustuu kaikkiin 532:een lastenseurassa.fi-sivuilla vuonna 2011 ilmestyneeseen puheenvuoroon. Kiinnitin erittelyssäni päähuomion siihen, miten puheenvuoroissa suhtauduttiin alkoholin käyttöön ja erityisesti käyttöön lasten seurassa. Toinen teemani on puheenvuorojen suhtautuminen alkoholipolitiikkaan, Alkoon ja Lasten seurassa –ohjelmaan.

#### 3.3.1. Alkoholinkäyttöä koskevat kannanotot

Alkoholinkäyttöön / käyttöön lasten seurassa selkeästi kantaa ottaneita puheenvuoroja oli kaikkiaan 253. Erotin niissä viidenlaista suhtautumista: 1) piittaamattomat ja vastuuttomat puheenvuorot, 2) kohtuukäyttöä puolustavat puheenvuorot, 3) humalan lasten seurassa torjuvat puheenvuorot, 4) kaiken alkoholinkäytön lasten seurassa torjuvat puheenvuorot, ja 5) absolutismi-puheenvuorot. Eri suhtautumistapoja edustaneiden puheenvuorojen määrät ja osuudet kaikista luokittelemistani puheenvuoroista olivat seuraavat:

**Taulukko 7. Suhtautuminen alkoholinkäyttöön / käyttöön lasten seurassa lastenseurassa.fi-sivujen puheenvuoroissa vuonna 2011.**

Suhtautumistapa	Puheenvuorojen määrä (N=253)	%-osuus kaikista
Piittaamaton, vastuuton	17	7
Kohtuukäytön puolesta	137	54
Ei humaltumista lasten seurassa	24*	9
Ei lainkaan alkoholia lasten seurassa	47	19
Absolutismi	28	11

\*Lisäksi 54 kohtuukäyttö-puheenvuorossa esiintyi kannanotto lasten seurassa tapahtuvaa humalajuomista vastaan.

Sivuilla esitettyihin väitteisiin annettujen kyllä/ei-vastausten jakautumien tavoin nämäkin luvut kertovat kantaa ottaneiden vastuullisuudesta. Löysin vain 17 puheenvuoroa, joita pidin **piittaamattomina/vastuuttomina**, esimerkiksi ryyppäämisellä kerskuvina, humalaisen vanhemman ”iloluontoisuutta” muistelevina tai juopottelun lapsille antamia ”vapauksia” korostavina:

“Kyllä se on niin, että alkoholia ja tupakkatuotteita kuuluu käyttää nuoresta asti. Kristilliset arvot on tuhottava tästä maailmasta, niin poika kuten isäkin, kyllä ne pojat ennenpitkää siihen pulloon muutenkin tarttuisivat” (Hyvä isä 11.5.).

“Valkone vale aikusten mehhu mennee täytestä ku vääörä raha. Iha sopivaa käyttää... jopa suositelten Ainakii omala kohal se toimii ja voin kannätä iha rauhassxa. Nykin oon jounut par päävää "käyneitä mehuja" ja lasppet viihtyy manioosti omissa huoneessa nettin ja dvdn ääressä, kattovat varmaank väkivaltaa, mut hyvä mut en mä välitä... oma känni oon thärkein!!!” (kunollinen isskä 19.03.).

“Kyllä me lapset aina odotimme että isä ja äiti ottaa kuppia, ne oli sitten paljon hausempia ja niiltä irtosi tiettyssä humalatilassa tosi hyvin rahaa. Ja sitten kun ne sammui, sai kukkarosta otettua loputkin, ja ei ne koskaan muistaneet paljon niillä oli ollut siellä rahaa” (Kari 53 07.03.).

Osa näistä puheenvuoroista on epäilemättä pilailuja, joita harva ottaa vakavasti.

Selvästi yleisin suhtautumistapa puheenvuoroissa oli vanhempien ja muiden aikuisten **kohtuukäytön puolustaminen**. Tällaisiksi tulkitsin 137 eli yli puolet luokittelemistani puheenvuoroista. Enemmistö niistä liittyi alkoholinkäyttöön nimenomaan lasten seurassa, mutta joukossa oli myös kohtuukäyttöä yleisesti puolustavia kommentteja esimerkiksi ketjuissa “Alkoholinkäyttö on ihan jokaisen oma asia”, “Lasillinen kuuluu lomapäivään, ehkä toinenkin” ja “Sunnuntailounaalla on ihan oookoo ottaa pari lasia viiniä”.

Perusajatus kohtuukäyttö-puheenvuoroissa oli se, että aikuisten hallittu, kohtuullinen ja vastuullinen alkoholinkäyttö – esimerkiksi saunaoluet, pari lasia viiniä aterialla, illanvietoissa joskus enemmänkin – ei suinkaan vahingoita lapsia, vaan päinvastoin voi antaa heille luontevan ja huonoilta juomatavoilta suojaavan mallin suhtautumisessa alkoholiin. Sen sijaan vanhempien absolutismi ja kiellot tai käytön salailu lapsilta voi tehdä alkoholista “kielletyn hedelmän” ja johtaa humalakäyttöön kaveripiirissä ja aikuisena. Tähän alkoholikasvatusta korostaneeseen ydinargumentaatioon yhdistyi puheenvuoroissa viittauksia muun Euroopan esimerkkiin, suosituksia keskusteluista lasten ja nuorten kanssa, mainintoja lapsena saaduista tai omille lapsille annetuista “alkoholimaistiaisista”, huomautuksia viinistä ja oluesta kulinaarisina elintarvikkeina ja suomalaisen “mustavalkoisen” alkoholikeskustelun arvostelua.

“Yhden tai korkeintaan kaksi voi ottaa esim. saunan tai aterian yhteydessä vallan mainiosti, vaikka alaikäisiä olisikin paikalla ... On tärkeää välttää alkoholin tabuksi muuttuminen ja tabu siitä tulee, jos yhdenkin olutpullon juomista piilotellaan hysteerisesti. Jossain vaiheessa lapsi kuitenkin huomaa asian ja kokee, että olutpulloon liittyy jotakin mystiikkaa tai kielletyn hedelmän arvoitus ja näin teemme alkoholista kiehtovampaa, jännittävämpää ja tavoiteltavampaa kuin se onkaan. Tabujen rikkomiseksi on tärkeää luoda alkoholiin luonnollinen ja kieroutumaton suhde. Näin lapsikin oppii etelän maiden tavoin, että olut todellakin on vain käymisteitse valmistettu elintarvike” (Niuhotus alko ahdistaa 15.3.).

“Esimerkillä voi näyttää, että alkoholi ei oikeastaan ole niin jännittävä asia kuin se teinistä voi tuntua. On hyvä opettaa lapsilleen, että alkoholia voi käyttää hallitusti, eikä kaikki alkoholin käyttö ole ryyppäämistä. Itse olen saanut maistaa kotona esim likööriä alaikäisenä ja oppinut, että se maistuu pahalle ja sitä kuuluu juoda vain pieni lasillinen! Eli kohtuuden opettaminen esimerkin kautta on minusta tärkeintä mitä vanhempi voi lapselleen opettaa. Lisäksi on hyvä pitää keskusteluyhteys ja kertoa lapselle, että missä kunnossa tahansa saa tulla kotiin ja että vanhemmalle voi puhua mistä vaan ja kysyä myös juomiseen liittyvistä asioista” (LM 20.3.).

“Alkoholinkäytön määritelmän sisälle kuulunee .. myös hyvinkin kohtuullinen ja hillitty käyttö, kuten lasillinen viiniä aterian yhteydessä. Se ei pelokkaimman ja arimmankaan lapsen silmissä näytä pelottavalta, sillä sellaisella käytöllä ei ole mitään vaikutusta aikuisen käyttöön. Minulla on omasta lapsuudestani kokemusta vain .. tällaisesta aikuisten .. alkoholinkäytöstä .. Milloin suomalaiseseen alkoholikeskusteluun saadaan mukaan muitakin aspekteja kuin mustavalkoinen humalahakuinen juoppo/ täysi absolutisti? Keskustelu tuntuu pyöriävän vain humalahakuisen ongelmajuomisen ja alkoholismien ympärillä .. Suurelle osalle suomalaisista (ainakin omassa tuttavapiirissä) alkoholinkäyttö on jotakin ihan muuta, siihen ei liity humalahakuisuutta, ei rähinöintiä, ei krapulaa, ei ylipäänsä mitään ongelmallista” (onnellinen lapsuus 8.7.).



Kohtuukäytön positiivisten mallivaikutusten korostamisen ohella kohtuukäyttöä puolustaneissa kommentteissa esiintyi usein (54 puheenvuorossa) rajanveto runsaan alkoholinkäytön (ryyppäämisen, “kännäämisen”) ja humaltumisen suuntaan. Niitä ei pidetty lasten seurassa soveliaina. Joillekin liiallista käyttöä oli jo kaksi saunaolutta, joillekin “hallitsematon humala”, joillekin “räkäkänni”. Lapsille aiheutuvien haittojen lisäksi puheenvuoroissa tuli esiin keinoja, joilla noita haittoja yritetään ehkäistä silloin kun aikuiset haluvat juoda enemmän:

“Yksi tai kaksi saunakaljaa ei varmasti tee mitään lastenkaan läsnäollessa ... Lasten seurassa ei kuitenkaan tulisi juoda niin, että aikuinen humaltuu. Olen itse joutunut katselemaan säännöllisesti humalassa olevaa vanhempaani ja muistan vieläkin selvästi millaisia tunteita se herätti: pienempänä pelkoa ja turvattomuutta, hieman vanhempana murrosikäisenä häpeää, halveksuntaa ja vihaa” (Alkoholistin tytär 15.3.).

“Tärkeintä on se ettei lapsen tarvitse nähdä vanhempiaan humalassa ... Otan joskus muutama iltatuimaan vaikka lapset on hereillä, mutta en koskaan ole ollut lasteni nähden kannissa. Lisäksi meillä pidetään huoli siitä, että oli juhlat tai muuta tapahtumaa, niin toinen vanhemmista on aina nollalinjalla” (saunakalja on jees 29.3.).

“Kamalinta on mielestäni ajatus, että riittää jos seurueessa on yksi selvä aikuinen, joka huolehtii lapsista. Pitäisi olla itsestään selvää, että lasten ei pitäisi joutua KOSKAAN katselemaan yhtäkään humaltunutta aikuista. Olemme poistuneet Suomessa juhlista aina siinä vaiheessa, kun ensimmäinen juhlija alkaa osoittaa humaltumisen merkkejä” (Anna 24.6.).

“Jos joskus pitää ottaa enemmän, voidaan ne kerrat suunnitella siten, että lapset on esim. mummolassa” (Äiti 14.3.).

Tällaisten kohtuukäyttö-puheenvuorojen yhteydessä olleiden kannanottojen lisäksi laskin aineistostani 24 puheenvuoroa, joissa otettiin kantaa nimenomaan **lasten seurassa tapahtuvaa humalajuomista vastaan**. Argumentaatiossa tuotiin esiin, että humalaiset vanhemmat ja muut aikuiset aiheuttavat lapsissa turvattomuutta, pelkoa ja inhoa:

“Lasten läsnäollessa ei saa ryyppätä itseään humalaan ... Lapset pelkäävät ja inhoavat humalaista aikuista” (Isa K-E 14.3.).

“Ongelma on mielestäni juuri se, että aikuiset luulevat käyttäytyvänsä hillitysti ja hallitusti (lievässä) humalassa. Lapselle humaltunut vanhempi ei ole turvallinen, se tuntuu pahalta” (Maria 16.3.).

“Lapsi turvaa joka hetki aikuiseen. Lapsi yrittää sitä myös silloin, kun aikuinen ns. juhlii lapsen läsnäollessa. Turvallisuuden tunne pettää, kun hän näkee aikuisen muuttuneen liikehdinnän, oudot puheet, jopa hajut” (Milloin tama loppuu... 14.3.).

**Absolutismia** eli täysraittiuutta edustaneiksi kannanotoiksi tulkitsin 28 puheenvuoroa. Niissä korostettiin, että elämä ilman alkoholia on parempaa ja kirkaampaa tai että alkoholi on terveydelle haitallista myrkyä ja aiheuttaa myös sosiaalisia ja taloudellisia ongelmia. Monen kannanoton sävy oli varsin “totinen”.

“Alkoholia ei tarvita ollenkaan ... kun on täys raitis ymmärtää kyllä sen tosiasian että hukkaa elämäänsä täysin turhalla aineella ja sen haittavaikutuksilla” (Absolutisti 15.3.).

“Alkoholin käyttö ei ole missään tilanteissa puolusteltavaa. Ehkä liuottimena ja auton pissapojassa sitä voi käyttää. Ihmisravinnoksi kelpaamaton myrkky” (Henkka 27.3.).

“Ihmisen aivot on aivan upea luomus, miksi ihmeessä kristallinkirkaat ajatukset pitää sotkea kemikaaleilla, jotka ovat vieraita elimistölle?” (tatanka 15.3.).

Astetta absolutismi-kannanottoja lievempiä olivat puheenvuorot (47), joissa **torjuttiin aikuisten alkoholinkäyttö nimenomaan lasten seurassa**. Puheenvuoroja “lähilukiessa” oli välillä vaikea päätellä, otettiin-ko niissä kantaa yleisen absolutismin puolesta vai vain lasten läsnäoloon liittyvän raittiuden puolesta. Lasten kannalta tämä ero ei olekaan olennainen. Kun absolutismi-kannanottojen määrä ja alkoholinkäytön lasten seurassa torjuneiden kannanottojen määrä lasketaan yhteen ( $28+47 = 75$ ), voidaan sanoa, että 30 prosenttia luokittelemistani puheenvuoroista korosti aikuisten raittiutta lasten läsnä ollessa.

Argumentaatioissa puhuttiin alkoholia käyttävien ja raittiiden vanhempien erilaisista mallivaikutuksista lapsiinsa, lasten hyvinvoinnin ja oikeuksien ensisijaisuudesta, heidän herkkyydestään pienillekin muutoksille aikuisten käyttäytymisessä ja alkoholia nauttineen vanhemman kyvyttömyydestä auttaa lasta hätätilanteessa. Alkoholinkäyttöä raskauden aikana arvosteltiin kahdesti. Muutamassa puheenvuorossa raittiuskannanotto perustui siihen, että alkoholin nauttiminen ei yleensä jää yhteen lasilliseen, vaan johtaa humalajuomiseen.

“Lapsi imee kaiken mallin. Jos he saavat mallin, että ... juominen on kotona tavallista, niin se on kuin lupa ja kehoitus juoda” (rajat 25.3.).

“Alkoholi ja lapsi eivät kuulu yhteen, lasta tulee suojella, ja kukapa haluaisi pilata rakkaiden lastensa ainutlaatuisen lapsuuden?” (lapset ensin 19.3.).

“Anna aikasi lapselle selvinpäin! Jos ja kun lapselle/lapsillesi tapahtuu jotakin, esim. tapaturma mökillä, et voi lähteä alkoholin vaikutuksen alaisena häntä terveyskeskukseenkaan vie-mään” (tarja-liisa 17.3.).

“Alkoholi ei kuulu lapsiperheisiin ... Teillä ei ole mitään oikeuksia ryyppäämään, kun teillä on lapsia .... Miksi? Koska sehän ei yleensä jää siihen yhteen lasilliseen” (Ajiar 18.3.).

**Omat tai lähipiirin alkoholiongelmat** olivat yksi tärkeä tausta alkoholinkäyttöä / käyttöä lasten seurassa koskeneille kannanotoille. Suhtautuminen alkoholinkäyttöön oli ongelmataustaisissa puheenvuoroissa kannanottojen yleissävyyä tiukempaa: absolutismi-kannanottoja, kaiken alkoholinkäytön lasten seurassa torjuneita kannanottoja ja vain humaltumisen lasten seurassa torjuneita kannanottoja oli kutakin 5-7, mutta koh-tuukäyttöä puolustettiin vain yhdessä puheenvuorossa.

“Itse olen perheestä, jossa äiti ja isä joi joka päivä ... Lapsella on oikeus tuntea olonsa turval-liseksi, jota se ei varmastikaan tunne ollessaan humalaisen seurassa” (Nuutt 14.3.).

“Yh-äidin ei-toivottuna lapsena sain elää 40v. totena sen mitä on olla alkoholistin lapsi. Elä-mäni oli ensimmäiset 20v. jatkuvaa turvattomuuden, pelon ja arvottomuuden tunnetta ... Ny-kyään katson kaikkia jotka käyttävät alkoholia tosi ala-arvoisesti ja halveksien, oli sitten ky-seessä kohtuukäyttäjät tai rapajuoppo. Itse olen ollut täysraittiina jo melkein 30v” (Nekku 7.3.).

”EI alkoholille lasten läsnäollessa. Koko elämäni on ollut yhtä kännisen isän vahtimista ja samalla pikkusiskojen seuraamista” (Alkoholistin lapsi 19.3.).

Lastenseurassa.fi-sivuilla ilmestyi myös toistakymmentä puheenvuoroa, joissa lasten seurassa tapahtuvaan alkoholinkäyttöön kantaa ottamatta kerrottiin puolison tai vanhempien alkoholiongelmista ja niiden seurauksista ja lohdutettiin ja neuvottiin kohtalotovereita:

“Elin 23 vuotta juopon vaimon kanssa, joka pilasi minun ja lastemme elämän. En usko, että isän juopottelu on yhtään sen mukavampaa lasten silmissä ... Pahinta on se, että luottamus vanhempaan menee, sillä juoppoon ja narkkariin ei voi missään asiassa luottaa ... ja päihteet menee aina kaiken muun, perheenkin, edelle!” (Sosiaalikoneton uhraama 7.3.).

“Kun olin pieni, mun isä oli alkoholisti, se joi päivittäin ja muistan kun se tuli kännissä kotiin ja riiteli mun äidin kanssa ja äiti heitti sen pihalle. Se oli joulua ja muistan vielä kun laitettiin joulutähteä ikkunaan ja katselin kun isä kävelee ulkona jonnekin ... Sen jälkeen isä päätti mennä hoitoon ... sen jälkeen se ei oo juonu ja mulla on ollu mailman paras isä” (Huolestunut 3.11.).

“Alkoholistien lapsilla ei helppoa ole. Se on varma. Tukea heille niin paljon kuin mahdollista ... Lapsi ei ehkä uskalla puhua asiasta kenellekään kun luottamus on mennyt jo omiinkiin vanhempiin. Itse neuvoisin ehkä puhumaan kouluterkkarille ensi alkuun. Voimia niille lapsille, joiden perheessä alkoholismia on” (eheytyks käynnissä 6.12.).

Lastenseurassa-sivut ovat siis olleet myös väylä purkaa alkoholiongelmien aiheuttamaa pahaa oloa.

### 3.3.2. Kannanotot Lasten seurassa –ohjelmasta ja alkoholipolitiikasta

Alkoholinkäyttöä koskevien kannanottojen lisäksi kiinnitin puheenvuorojen sisällön erittelyssä huomiota siihen, kuinka puheenvuoroissa arvioitiin Alkoa tai Lasten seurassa –ohjelmaa tai alkoholipolitiikkaa yleensä. Löysin tällaisia puheenvuoroja 26. Määrä on yllättävän pieni, sillä usein valistuskampanjoihin liittyvässä keskustelussa arvioidaan vilkkaasti ja kriittisesti itse kampanjaa ja sen toteuttajaa, esimerkiksi kampanjan vaikuttavuutta ja uskottavuutta, tai esitetään yleisiä alkoholipoliittisia kannanottoja. Näin kävi esimerkiksi Panimoliiton Kännissä olet ääliö –kampanjan yhteydessä (ks. Piispa 2008).

Alkoon ja Lasten seurassa –ohjelmaan liittyneet kannanotot olivat enimmäkseen kriittisiä: yhtiötä pidettiin kaksinaismoralistisena (ohjelma peittelee alkoholibisnestä) ja ohjelmaa tehottomana, alkoholinkäytöstä liian negatiivisen kuvan antavana ja syyllistävänä:

“Montako uutta Alkoa voidaan nyt perustaa kun tehtiin tällainen hieno keskustelupalsta?Laitetaan vain uusia Alkoja joka nurkkaan riippumatta siitä haluavatko paikalliset asukkaat niitä vai ei! Tällä palstalla on sitten mukava filosofoida alkoholin haitoista” (pakilainen 18.3.).

“Arvatkaa paljonko kukkahattuilu interverkossa verorahoin sponssatulla lässynlää-sivustolla auttaa kun kakrut menee ipodit korvilla kuunnellen Petri Nygårdia” (kaimaani 24.5.).

“Alkoholan sitä suomalaista alkoholikulttuuria luo. Lopettakaa muiden syyllistäminen ja lakkauttakaa itsenne” (Pirtumonopoli 8.3.).

“Tämä on vanhaa ‘kunnon’ Alkoa, jossa pelätään, että kun juo kaksi lasia viiniä, niin sortuu juomaan kyytipojaksi loputkin pullosta ja sen jälkeen kaksi pulloa kossua” (Pukki kaalimaalla, TAAS 27.3.).

Konkreettisimmin Lasten seurassa -ohjelmaan liittyneissä puheenvuoroissa arvosteltiin ohjelman verkkosivujen alkoholinkäyttöä lasten seurassa kartoittavan kyselyn palautetta osin ”moralisoivaksi” ja kyseltiin mediakampanjaan viitaten, *”miksi aina esimerkkinä on mies tai isä, eikä äidit/naiset juo”* (kysyn vaan 7.3.), mutta myös kiitettiin, että *”aivan loistavaa, että tästä aiheesta on vihdoin keskustelua”* (Tuulia 14.3.) ja että *”televisiossa pyöritetty mainos kolahti aika hyvin (täysin) omalle kohdalle, siis lapsen näkökulmasta”* (Eräs 20.10.).

Yleisemmissä alkoholipoliittisissa kannanotoissa oli sekä kritiikkiä ”holhouksesta” että vaatimuksia tiukemmasta kontrollista tai hintojen korotuksista. Ensiksi mainituissa pidettiin valistusta ja Lasten seurassa –ohjelmaa positiivisena vaihtoehtona holhouspolitiikalle. Alkoholijuomien mainontakieltoa – ajankohtainen teema alkuvuodesta 2011 – vaadittiin kolmessa puheenvuorossa.

*”Kotimainen alkoholipoliitikka on kieltämistä, salaamista ja veropoliitikkaa - ei yhtään mitään muuta. .... Todellinen valistaminen on erittäin harvinaista ... Lapset ovat ne joita tulisi varjella alkoholin haitoilta - aikuiset osaavat tai ainakin heidän pitäisi osata hoitaa ko asiat itse”* (Perheen Isä 15.3.).

*”Olen sitä mieltä, että ihmisillä täytyy olla oikeus itse päättää asioistaan ja että holhouspolitiikkaa ei ole syytä tiukentaa. Tästä syystä nämä Alkon toteuttamat, ihmisten järkeen vetoavat valistuskampanjat ovat tarpeellinen ja hyvä asia”* (Maisteri 1.6.).

*”ALKOHOLIVERO kymmenkertaiseksi! Näin ei ihmiset dokaisi niin paljon, ja ohjattaisiin veroista tuodut fyrkat suoraan terveydenhuoltoon. Siksi koska kuitenkin leijonaosa terveysongelmista johtuu nimenomaan ryyppäämisestä”* (tuuri-juoppo 25.3.).

*”Kaikenlainen alkoholijuomien mainonta pitää aivan ensimmäiseksi kieltää kokonaan. Jo tällä toimenpiteellä saataisiin alkoholin kulutusta vähennettyä paljon. Kansanedustajaehdokkailta tulee vaatia sitoutumista uudessa eduskunnassa mainonnan kieltävän lain laatimiseen!”* (Rokki 7.3.).

### 3.3.3. Yhteenvedo

Lastenseurassa.fi-sivuille kirjoitettiin vuonna 2011 lähes yksinomaan asiallisia ja vastuullisia puheenvuoroja. Yleisin argumentointitapa oli alkoholin kohtuukäytön puolustaminen, mutta myös raittiutta lasten seurassa pidettiin usein parhaana ratkaisuna. Ryyppäämistä ja humaltumista lasten seurassa sen sijaan ei juuri lainkaan hyväksytty. Puheenvuorojen argumentaatio kävi siis varsin hyvin yhteen nuorten A-klinikkasäätiön tutkimuksessa (Takala & Ilva 2011) esittämien toiveiden kanssa: suuri enemmistö nuorista hyväksyi aikuisilta kohtuukäytön, mutta torjui humaltumisen kotona.

Tulokseni ovat varsin samanlaisia kuin verkkosivujen vuoden 2009 puheenvuoroista tekemässäni analyysissä (ks. Piispa 2010a). Ne vahvistavat edelleen käsitystä, että Lasten seurassa -ohjelma tavoittaa ja puhuttelee parhaiten vastuullisia ja valveutuneita aikuisia, jotka aiemminkin ovat pohtineet ohjelmassa esiin nostettuja kysymyksiä. Tämä ”samanmielisyys” voi olla yksi selitys siihen, että ohjelman tai Alkon arvosteleminen oli verkkosivujen puheenvuoroissa vähäistä.

## 4. Yhteenvetoa ja arviointia

Lasten seurassa –ohjelma toteutti maaliskuussa 2011 tehostetun mediakampanjan, jonka tärkein osa oli isän ja pojan mökki- ja pilkkireissusta kertovan lyhytfilmin esittäminen MTV3- ja Nelonen –kanavilla. TNS Gallup teki pian kampanjan jälkeen väestökyselyn filmin ja kahden Lasten seurassa –ohjelman julkaisun havaitsemisesta ja virittävydestä. Internet-kyselyssä filmi näytettiin, ja 59 prosenttia vastaajista muisti nähneensä sen aiemmin. Parhaiten filmi oli havaittu sen ydinkohderyhmässä 7-17-vuotiaiden lasten vanhempien keskuudessa. He myös pitivät filmistä kaikkein eniten, ja kolmasosa heistä ilmoitti, että filmi oli virittänyt pohdintaa omasta alkoholinkäytöstä lasten ja nuorten seurassa. Pienten (0-6 v.) lasten vanhemmista pohdinnan virittämisestä ilmoitti jopa joka toinen. Alkoholien kohtuukäyttäjät olivat havainneet filmin paremmin kuin raittiit tai paljon juovat vastaajat. Sen sijaan filmin virittävyys oli yleisintä tiheästi alkoholia käyttävien ja/tai usein paljon kerralla juovien keskuudessa: heistä 37 prosenttia ilmoitti filmin saaneen pohtimaan omaa alkoholinkäyttöä lasten ja nuorten seurassa.

Kaikista ohjelman havainneista TNS Gallupin vastaajista 27 prosenttia ilmoitti pohdinnan virittämisestä ja 6 prosenttia muutoksista alkoholinkäytössään. Suomen Vanhempainliiton toukokuussa tekemässä jäsenkyselyssä luvut olivat lähes samat. Vielä selvemmin Lasten seurassa –ohjelma on vaikuttanut Alkon imagoon. TNS Gallupin väestökyselyssä 42 prosenttia ja Suomen Vanhempainliiton jäsenkyselyssä 40 prosenttia ohjelman havainneista vastaajista ilmoitti, että oma mielikuva Alkosta on muuttunut ohjelman johdosta myönteisemmäksi. Kielteisemmäksi mielikuvansa arvioi muuttuneen vain 1 prosentti vastaajista. Ohjelman positiivinen vaikutus oli vahva kaikissa vastaajaryhmissä.

TNS Gallupin ja Suomen Vanhempainliiton kyselyjen tulokset olivat siis Lasten seurassa –ohjelman vaikuttavuuden kannalta lupaavia. Näitä tuloksia arvioitaessa on kuitenkin syytä muistaa kaksi asiaa. Ensinnäkin tiedetään, että yhteiskunnallinen mainonta saa väestökyselyissä yleensä parempia ”arvosanoja” kuin kaupallinen mainonta. Isän ja pojan pilkkireissusta kertovan filmin korkea arvosana heijastanee myös tätä trendiä. Toiseksi on muistettava, että Suomen Vanhempainliiton kyselyn vastaajat olivat varsin valikoitunutta väkeä (valtaosin koulutettuja 30-50-vuotiaita naisia) ja TNS Gallupin kyselyssä esimerkiksi nuorten, raittiiden ja tiheästi alkoholia käyttävien vastaajien määrät jäivät melko pieniksi, mikä altisti vastausjakautumat satunnaisvaihtelulle: jo pari toisenlaista vastausta olisi aiheuttanut prosenttilukuihin suuria muutoksia.

Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen (AVTK)-tutkimuksissa (2009-2011) vastaajia ei ole autettu Lasten seurassa –ohjelman muistamisessa ja niiden aineistojen keruut on toteutettu ohjelman kampanjoinnista ajallisesti kauempana kuin TNS Gallupin kysely. Niinpä ohjelman havainneiden osuus on jäänyt niissä noin neljäsosaan kaikista vastaajista; 25-54-vuotiaista naisista ohjelman on kuitenkin havainnut yli kolmasosa eli jokseenkin sama osuus kuin Suomen Vanhempainliiton jäsenkyselyn ja TNS Gallupin keväällä 2009 tekemän väestökyselyn (ks. Piispa 2010a) vastaajista. Ohjelman johdosta omaa alkoholinkäyttöään pohtimaan tai seuraamaan ryhtyneiden osuus on ollut AVTK-tutkimuksissa jatkuvasti hyvin korkea: noin puolet ohjelman havainneista vastaajista on ilmoittanut sen virittäneen oman alkoholinkäytön pohdintaa tai seurantaa.

Lasten seurassa –ohjelman havaitsemisen ja virittävyys yleisyyttä arvioitaessa on lopuksi syytä ottaa huomioon se, että kyselytutkimusten luvuista jäävät pois ne vastaajat, jotka ovat tutustuneet ohjelman kampanjoihin tai julkaisuihin tai osallistuneet sen tapahtumiin, mutta eivät osaa yhdistää niitä kysytyyn ohjelmaan. Esimerkiksi A-klinikkasäätien / Lasinen lapsuus –toiminnan ”Ääni lapselle” -kampanjalla ja Mannerheimin Lastensuojeluliiton ja Suomen Vanhempainliiton tilaisuuksilla (ks. Johdanto) on ollut paljon yleisöä ja epäilemättä myös virittävyttä, joka ei mene ohjelman ”tiliin”. Toki tärkeintä onkin se, että erilaiset toimintamuodot virittävät pohdintaa aikuisten alkoholinkäytön vaikutuksista lapsiin ja nuoriin, ei se, mikä nimenomainen taho on virittävyys saanut aikaan.

Lastenseurassa.fi-verkkosivujen kävijämäärän kuukausikeskiarvo vuonna 2011 oli 3 523. Vuosina 2009 ja 2010 vastaavat luvut olivat 6 269 ja 2 576. Maaliskuussa kävijämäärä kohosi mediakampanjan ansiosta kolmanneksi korkeimmaksi (12 630) Lasten seurassa –ohjelman historiassa. Kaikki mainitut luvut ovat

verkkosivujen kävijämääräksi pieniä. Lastenseurassa.fi-sivuilla kuitenkin käy enemmän väkeä kuin sisällöllisesti samankaltaisilla Päihdelinkin Perhe-osion ja Lasinen lapsuus –hankkeen sivuilla.

Sivuilla esitettyihin kysymyksiin annettujen kyllä/ei-vastausten jakautumista ja sivuille kirjoitetuista puheenvuoroista päätellen kävijöiden suuri enemmistö suhtautuu alkoholinkäyttöön vastuullisesti ja valvettuneesti. Moni on selvästi ennenkin pohtinut Lasten seurassa –ohjelman esiin nostamia asioita. Eniten argumentoitiin kohtuukäytön puolesta, mutta usein korostettiin myös raittiutta lasten seurassa. Ryyppäämistä ja humaltumista lasten seurassa sen sijaan ei hyväksytty juuri lainkaan.

Yhteenvetoarviona näistä tuloksista totean, että Lasten seurassa –ohjelman havainneiden osuudet ja ohjelman verkkosivujen kävijämäärät olisivat saaneet olla suurempia. Sen sijaan ohjelman virittävyys on ollut sen havainneilla erinomainen. TNS Gallupin tulosten perusteella Lasten seurassa -ohjelma on parhaiten virittänyt niitä, jotka sitä eniten tarvitsevat: alkoholia usein ja paljon käyttäviä. Verkkosivuilla esitettyjen kannanottojen perusteella ohjelma sen sijaan on virittänyt lähinnä niitä, jotka juovat kohtuudella tai ovat raittiita lasten seurassa.

Ohjelman virittävyys on ollut kyselytutkimusten mukaan useimmiten pohdinnan heräämistä; ilmoitukset käyttäytymisen muuttamisesta ovat odotetusti olleet harvinaisia. Raittiilla ja alkoholia kohtuullisesti käyttävillä vanhemmilla ei juuri ole tarvetta käyttäytymisensä muuttamiseen, mutta ohjelma on voinut lisätä heidän varmuuttaan ja tietoisuuttaan omista ratkaisuisistaan. Alkoholia usein ja paljon käyttäville vanhemmille ohjelmaan tutustuminen on voinut merkitä myös käyttäytymisen hienosäätöä.

Toivomisen varaa jättäneissä havaitsemisluvuissa ja verkkosivujen kävijämäärissä näkyy se, että ohjelman mediajulkisuus on ollut toteuttajien omia foorumeita lukuun ottamatta hyvin vähäistä. Toimittajat tunnetusti suhtautuvat torjuvasti ”kampanjoista” uutisointiin; sen sijaan alkoholinkäyttöä ja alkoholihaittoja kartoittaneista tutkimuksista uutisoidaan Suomessa herkästi ja paljon. Tämä näkyi vuonna 2011 hyvin Lasinen lapsuus –hankkeen teettämän, nuorten käsityksiä aikuisten alkoholinkäytöstä kartoittaneen tutkimuksen saamassa julkisuudessa. Lehtien uutisissa ei mainittu Lasten seurassa –ohjelmaa, vaikka yhteys tuotiin esiin tutkimuksen tiedotteessa.

Mediajulkisuuteen onkin ohjelman jatkuessa kiinnitettävä erityistä huomiota, sillä se on valistuksen vaikuttavuuden kannalta erittäin tärkeää. Mediajulkisuuden avulla valistus voi tehdä yksityisistä huolista yhteisiä puheenaiheita, antaa keskusteluihin uusia näkökulmia, nostaa ongelmia myös politiikan ”asialistalle”, ehkä jopa muuttaa käsityksiämme siitä, mikä on normaalia, tärkeää tai itsestään selvää (vrt. Soikkeli ym. 2011, 45-57). Lasten seurassa –ohjelmaan sovellettuna: erityisesti mediajulkisuuden avulla se voi vahvistaa lapsinäkökulmaa suomalaisessa alkoholikeskustelussa, virittää puhetta ja pohdintaa aikuisten alkoholinkäytön vaikutuksista lapsiin ja nuoriin ja vaikuttaa siihen, että lasten huomioon ottamisesta tulee normaali ja itsestään selvä osa suomalaista alkoholikulttuuria.

## Lähteet

- Helakorpi, S., Laitalainen, E. & Uutela, A., Suomalaisen aikuisväestön terveystäytyminen ja terveys, kevät 2009. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen raportti 7/2010.
- Helakorpi, S., Pajunen, T., Jallinoja, P., Virtanen, S. & Uutela, A., Suomalaisen aikuisväestön terveystäytyminen ja terveys, kevät 2010. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen raportti 15/2011.
- Piispa, M., Kännissä olet ääliö –kampanjan arviointi. Julkaisussa Kännissä olet ääliö – valistuskampanja alkoholijuomien väärinkäyttöä vastaan. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry 2008.
- Piispa, M., Alkoholivalistusta vanhemmille. Arviointi Viisas vanhemmuus –ohjelmasta 2009. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen raportti 4/2010 (2010a).
- Piispa, Matti: Alko vanhempien valistajana. Yhteiskuntapolitiikka 2/2010. (2010b).
- Piispa, Matti: Muuttaako lapsinäkökulma yleisen mielipiteen alkoholista? Tiimi 2/2010 (2010c).
- Piispa, Matti: Lasten seurassa –ohjelma 2010: arvioinnin väliraportti. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen raportti 5/2011, pdf. (2011a).
- Piispa, Matti: Lasten seurassa –ohjelma vahvistaa vastuullisuutta. Korkki 3/2011 (2011b).
- Soikkeli, M., Salasuo, M., Puuronen, A. & Piispa, M., Se toimii sittenkin – kuinka päihdevalistuksesta saa selvää. Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura, julkaisuja 116/2011.
- Takala, J. & Ilva, M., Nuoret toivovat aikuisilta kohtuullista juomatapaa. Tiimi 4/2011.
- Warpenius, K. & Holmila, M., Vastuullinen myynti Alkossa. Ikäraja- ja valvontaa koskevan asiakaskyselyn tuloksia. Power point –esitys 30.9.2011.