

Vaikuttaako valistus?

Suomen alkoholipolitiikka on kansalaisten varsin laajasti hyväksymää. Kriittisyys alkoholipoliittisia rajoituksia kohtaan on kuitenkin lisääntymässä. Kun 80-luvun alussa yksi kymmenestä halusi lieventää rajoituksia, on heitä nyt reilu kolmannes kansalaisista. Rajoitusten kiristämistä haluavien määrä taas on vähentynyt selvästi. Asenneilmaston muuttumisen lisäksi myös taloudelliset intressit painavat kehitystä alkoholipoliittisten rajoitusten lieventämisen suuntaan.

Jos alkoholin saatavuuden rajoittaminen erilaisin määräyksin käy kansalaisten keskuudessa yhä epäsuositummaksi ja jos osallistuminen taloudelliseen yhdentymiseen puolestaan ainakin pitemmän päälle rajoittaa hintapolitiikan käyttöä alkoholipolitiikan keinona, valistuksen merkitys korostuu entisestään. Sen keinoin pitäisi voida hillitä alkoholin kulutusta ja ehkäistä alkoholihaittoja. Mutta valistuseläkin on omat ongelmansa.

Tiedon luotettavuus on ongelmista keskeisiä. Perinteinen raittiusvalistus sai aikoinaan yleistävän, liioittelevan ja pelottelevan maineen, ja monet pitivät sitä epäluotettavana. Raittiusvalistus on tietoisesti pyrkinyt karistamaan yltään tätä kuvaa. Nyt tämä mantteli on siirtynyt huumevalistukselle, erityisesti eräiden kansalaisjärjestöjen suorittamalle.

Jos ihmiset kokevat, että erilaisten päihteiden vaaroista varoitettava valistus on liioittelevaa ja mustavalkoista ja että sen esittämät tiedot eivät pidä vettä, valistus menettää ratkaisevan osan tehostaan, ääritapauksessa jopa kääntyy itseään vastaan.

Toinen kysymys on sitten se, miten ihminen ottaa tiedon vastaan ja miten tieto vaikuttaa hänen käyttäytymiseensä.

Alkoholivalistus korostaa nykyisin luotettavien tietojen antamista ihmisen itsensä tekemien elämäntapavalintojen perustaksi. Se pyrkii välttämään moralisoivia asenteita. Terveystiedosta on tullut sen eniten korostama arvo.

Alkoholivalistus tähtää osaltaan siihen, että ihminen kykenisi entistä paremmin hallitsemaan omaa elämäänsä, myös alkoholin ja muiden päihteiden käyttöä. Nyky-yhteiskunnassa tuskin voi ajatella muuta lähestymistapaa, jos aikoo tavoittaa ihmisiä. Mutta tiedon luotettavuus ei vielä takaa sen vaikuttavuutta, vaikka se onkin yksi sen edellytys.

Kuten kukin kohdaltamme tiedämme, ihminen ei toimi sen mukaan, minkä hän tietää viisaimmaksi ja parhaimmaksi. Käyttäytymisemme vaikuttavat tavat ja tottumukset, erilaiset ulkoiset ärsykkeet ja sosiaaliset paineet, tarve tulla hyväksytyksi omassa sosiaalisessa ympäristössämme ja muut vastaavat tekijät. Ne saattavat olla ristiriidassa sen kanssa, minkä tiedämme järkeväksi.

Jotta tieto menisi perille ja sillä olisi myös toivottuja vaikutuksia vastaanottajan käyttäytymiseen, sillä on oltava yhteys tämän arkielämään. Kaikille kansalaisille tarkoitettu, joukkoviestimien kautta jaettu tieto jää helposti ulkokohtaiseksi, ja sillä tuskin on paljoakaan vaikutusta yksilöiden käyttäytymiseen. Jos tietoa sen sijaan sovelletaan vastaanottajien elämäntilanteen mukaan ja sitä tarjotaan luontevissa yhteyksissä, mieluiten pienissä ryhmissä ja tavalla, joka on keskustelevalta ja vuorovaikutusta synnyttävä, edellytykset tiedon omaksumiseen ovat tuntuvasti paremmat.

Kohdennetun tiedottamisen korostaminen ei tarkoita sitä, että yleinen, kaikille tarkoitettu tiedottaminen olisi turhanaikaista. Sillä asia voidaan nostaa yleiseen keskusteluun ja luoda edellytyksiä kohdennetulle tiedottamiselle. Liian usein kuitenkin käy niin, että näkyvä yleinen kampanja jää suurin piirtein ainoaksi toimeksi, koska se on helpoin toteuttaa ja sen julkisuusarvo on suurin. Kohdennettu tiedottaminen vaatii paljon enemmän työtä ja myös varoja. Mutta mitä ilmeisimmin sen tulokset ovat paremmat.

Jorma Hentilä