

Tämä artikkeli perustuu työstämisvaiheessa olevaan tutkimukseeni uuden keskiluokan alkoholin käytöstä. Varsinaisessa tutkimuksessani tulen laajemmin pohtimaan uuden keskiluokan suhtautumista alkoholin käyttöön yleensä ja alkoholisoitumiseen erikseen. Lisäksi tulen kiinnittämään huomiota naisten ja miesten keskinäisiin eroihin ja yhtäläisyyksiin heidän suhteessaan alkoholiin.

Käytännössä tätä tutkimusta on viety läpi etsimällä ravintolahavainnoinnin avulla sopivia keskiluokkaisia verkostoja, joiden kulttuurisia jäsenyyksiä ja erityisesti suhdetta alkoholiin on tutkittu perusteellisissa ryhmähaastatteluissa. Kiinnostavaa tämän tutkimuksen kannalta oli se, onko näillä ihmisillä yhteisiä piirteitä suhtautumisessaan alkoholiin (ja elämään yleensä), onko siinä uusia piirteitä ja onko miesten ja naisten suhtautumisessa eroja.

Tässä artikkelissa käsittelen suhtautumista ravintoloihin, alkoholin käyttöön niissä ja asenteita suomalaista alkoholipolitiikkaa kohtaan.

Kuinka ravintolat ovat suhtautuneet uuteen keskiluokkaan?

Vaikuttaa siltä, että ravintolat ovat vilpittömän innostuneesti huomanneet uuden keskiluokan esiinmarssin. Palvelut on haluttu keskittää juuri tälle laajenevalle ryhmälle. Useimmat ravintolat Helsingissä (kuten muuallakin Suomessa) ovat viime aikoina uusineet ”ilmeensä” tätä uutta asiakkaiden prototyyppiä ajatellen. Nämä asiakkaat tulevat ravintolaan yhä useammin työpäivän päätteeksi — ja panostavat vapaa-aikaankin kuin toiseen työhön.

Ravintoloitsijat huomasivat nopeasti myös naisten osuuden kasvun asiakaskunnassaan; enää ei naisia ravintoloiden taholta kummeksuta yksinäisinäkään kävijöinä — heitä houku-

tellaan kaikin tavoin astumaan sisään. Onhan kysymyksessä varsin suuri uusien potentiaalisten asiakkaiden joukko. Ravintolat on nopeassa tahdissa pyritty muokkaamaan naisille ”sopiviksi”: lisää viherkasveja (usein muovisia), pitsiverhoja ikkunoihin, meikkejä talon puolesta, ruokalistalle kevyitä, ”naisille sopivia” annoksia. Onko tällaisilla ulkoisilla seikoilla kuitenkin merkitystä oman asemansa tiedostavalle naiselle? Eikö kyseessä ole enemmänkin miehisen mallin luoma naisihanne?

Joka tapauksessa tällä hetkellä halutaan asiakkaisiksi juuri hyvin toimeentulevat, hyväkäyttöiset miehet ja naiset. Aivan ensimmäinen merkki oli ravintoloiden into vaihtaa nimensä eksoottisempaan suuntaan. Enää ei haluta leimautua työväenluokkaiseksi paikaksi, esim. Paasiravintolasta tehtiin Paasi-Cherie, Duunarista osittain Donatello ja osittain Circus Maximus jne.

Ravintolat, joista tässä tutkimuksessa haastateltavat kerättiin, luonnehtivat itse kohderyhmäänsä seuraavasti:

Ravintola I: ”Dynaaminen, nuorekas, 24—40-vuotias, uraa luova tai jo hyvän aseman saavuttanut mies, nainen kovassa nousussa.”

Ravintola II: ”Hyvässä asemassa oleva nainen tai mies. Arvostaa samanhenkistä seuraa, työelämässä tosi ammattilainen.”

Ravintola III: ”... hyvin menestyviä, menevissä ammateissa toimivia, yli 20-vuotiaita ihmisiä. Ovat usein palvelun ammattilaisia, halu samastua — kalliit hinnat.”
(Lausunnot ravintolapäällikköjen haastatteluista)

Toiminta-ajatuksessaan nämä kaikki ravintolat olettivat saavuttavansa kohderyhmänsä hyvän palvelun avulla sekä kohdistamalla erityishuomiota kanta-asiakkaisiinsa. Ravintola III luonnehti asiaa näin: ”Huolehditään kanta-asiakkaista ja heidän vaikuttajajäsenistään, sekä heidän tapakulttuuristaan. Meillä on ammattitaitoinen, hyvään henkilökohtai-

Taulukko 1. Kohderavintoloiden asiakkaat (klo 20:n jälkeen) koulutuksen mukaan, %

koulutus	ravintola I		ravintola II		ravintola III	
	naiset	miehet	naiset	miehet	naiset	miehet
ei ammatillista koulutusta	12,8	10,4	7,9	9,4	20,0	6,0
ammattillinen koulutus	15,4	4,2	2,6	1,9	5,0	12,0
alempi opistotason koulutus	23,1	10,4	13,2	3,8	7,5	6,0
ylempi opistotason koulutus	38,5	27,1	55,3	18,9	32,5	16,0
korkeakoulututkinto	10,3	47,9	21,1	66,0	35,0	60,0
(N)	(39)	(48)	(38)	(53)	(40)	(50)

seen palveluun ja . . . henkeen perehtynyt henkilökunta.”

Asiakaskyselyn tulosten mukaan nämä ravintolat olivat myös onnistuneet saavuttamaan tavoittelemansa kohderyhmän. Ainakin koulutustaustansa mukaisesti asiakkaat olivat pitkälle juuri näitä hyvin koulutettuja, hyvin toimeentulevia, hyväkäyttöksiä miehiä ja naisia (taulukko 1).

Kuinka uusi keskiluokka valitsee ravintolansa?

Ravintoloitsijat siis olettavat toiveryhmänsä tulevan hyvän palvelun ja erityiskohtelun myötä, he eivät myöskään väheksy sisustuksen tai yleensäkin ulkoisten puitteiden merkitystä. Entäpä nämä halutut asiakkaat itse?

Yleisesti voidaan sanoa, että ylivoimaisesti tärkein merkitys kaikille haastatelluille kantapaikan syntymisessä oli ollut ravintolan sijainnilla. Näin kahdessakin merkityksessä, sillä ravintolan tulee olla hyvien yhteyksien varrella, mutta myös oikealla suunnalla. Yleinen mielipide oli, että ”kaikki, mikä on Pitkäsillan toisella puolella, on vähän väärin”. Tässä tosin erityisesti puhtaat naisryhmät olivat muita suopeampia: silta oli joskus jopa ylitetty tai käymättömyyteen vaikutti asuinalueen etäisyys. Miehet, jotka ”joskus vahingossa” olivat sinne suunnalle eksyneet, eivät olleet useinkaan halukkaita uusimaan kokemustaan.

”Sijainti yleensä vaikuttaa. Mulla on toimisto tuolla Katajanokalla ja sieltä joutuu keskustaan tulemaan, niin ne on sitten nämä keskustan paikat, mihin yleensä tulee mentyä. Asun kyllä Kulosaarella, että siinä mielessä voisi sinnekin suunnalle — mutta siellä on sellaisia,

sanoisinko vähän likaisia paikkoja, että Sturenkatu siellä Vallilan kupeessa ja toisaalta paikat Hakaniemen torin tuntumassa, ei ne ole mitenkään luokseen vetäviä.” (Mies, toimitusjohtaja)

Ratkaiseva ravintolan sijainti on juuri kantapaikan muodostumisessa, mutta muutoinkin valitaan lähinnä kulkuyhteyksien kannalta helpoimmat paikat. Lisäksi esimerkiksi paikan yleisellä maineella on merkitystä. Kysymys siitä, tunnetaanko jokin ravintola ”merkonomi-, ”juppi- vai ”junttipaikkana” vai vaikkapa ”hehtaarihallina”, on tärkeä, vaikka itsellä ei aikaisempia omia kokemuksia olisi-kaan.

Sijainti ei yksin kuitenkaan pidä asiakkaita kantaporukkana. Suurin osa on sisäistänyt ravintolassa käynnin eräällä tavalla työpäivän jatkeeksi. On siis löydettävä ihmisiä, joiden kanssa keskustelut päivän tapahtumista ovat edes periaatteessa mahdollisia. Eli kiinnostavaa ei ehkä olekaan se, miksi jokin ravintola tuli kantapaikaksi, vaan se, miksi se on pysynyt kantapaikkana. Ja tässä juuri muiden ihmisten merkitys on oleellinen. Täytyy löytyä samanhenkistä porukkaa, ihmisiä, ”jotka osaavat keskustella”. Naiset korostivat seuran merkitystä jopa enemmän kuin miehet.

”Niin onhan sitä tietenkin joutunut analysoimaan tätä, että miksi siellä käy. Kai se on ihan normaalia, että kun jossakin on ollut kivaa — siis on tavannut sellaisia ihmisiä, joiden kanssa on hyvä fiilis aivan omilla ehdoilla, niin sä menet sinne toisenkin kerran juuri sen fiiliksen takia. Eli menee sinne, mistä löytää samantyyppisiä, samalla tavalla ajattelevia ihmisiä, joiden kanssa sä pärjät.” (Nainen, toimistosihteri)

”Niin ja sen jälkeen kun sä käyt jossakin, niin sä saat tuttuja siellä ja sen jälkeen siellä käy sen ystäväpiirin takia.” (Nainen)

Kaikkia asiakkaita ei toki tunneta eikä tiedetä, mutta yhteiset käyttäytymissäännöt tulee kaikkien hallita. Muista asiakkaista keskusteltaessa naiset kiinnostivat hieman enemmän kuin miehet huomiota ravintolan koko asiakaskuntaan, miehet puhuivat yleensä ”omasta piiristään”. Miten sitten uusiin asiakkaisiin suhtaudutaan?

”Kyllä niitä aika äkkiä kokeillaan, että kyllä ne raapastaan mukaan johonkin jengiin — sitten jos ne käyttäytyy ihmisiksi, niin tervetuloa ja jos ei, niin . . .” (Nainen)

”Kyllä ne aika nopeasti haihtuu, jos ne ei löydä tietään, että ehkä sellainen voima tällä kantaporukalla on, että jos sä haluat päästä sisälle siihen kapakkaan, niin sen täytyy mennä meidän kautta.” (Mies)
(Ravintola II:n asiakkaita)

”Porukkaan saattaa päästä jos joku tulee jonkun kanssa, mutta hyvin vähän siihen otetaan. Alun perin tuttavun kauppa.” (Mies)

”Jos siihen joku tulee, siis ulkopuolinen, vaikka hieman humalassa hakemaan juttuseuraa, niin kyllä se lähtee aika sassiin. Ei siihen pääse mukaan.” (Mies)
(Ravintola I:n asiakkaita)

Hyvän palvelun korostaminen ravintoloiden taholta on myös vakiinnuttanut niiden asiakaskunnan. Hyvä palvelu huomataan ja sille annetaan arvoa. Vertailukohteet hyvään palveluun otetaan kokemuksista ulkomailta — siihen tasoon ei Suomessa vielä yleisesti ylltetä.

”Tämä on poikkeuksellinen paikka, ne on TOSIAAN ystävällisiä. Yleensähan täällä Suomessa tietää, että sisäinen koulutus on juuri loppunut viime viikolla, jos joku henkilökunnasta tulee kysymään, että onko kaikki hyvin . . .” (Mies, pankinjohtaja)

Palveluun sisällytetään vaikutelmat mm. portsareista ja tarjoilijoista, ilmastointi ja erityispalvelut. Asiakaspalveluun tulee kuulua, että myös erityistoiveet kyetään täyttämään.

”Niin sijainti siellä on keskeinen ja sitten se, ketä siellä käy — sinne on helppo tulla. Ja tottakai pienet asiat on hyvin tärkeitä, pienet erityispalvelut. Ja yksi oleellinen on myös ilmastointi — onhan ilmastointia muuallakin — joo, joo onhan munkin autossa hevosvoimia, mutta ei yhtä paljon kuin Keke Rosbergilla.” (Mies, ekonomi)

”Niin ja jos vertaa muihin pubeihin, niin onhan monessa samoja piirteitä, rauhallisuutta ja tietynlaista steriilisyttä, silloin se kiteytyy siihen, että ne henkilöt siinä, mitä on sisällä — ja myös se palvelun taso.” (Mies, toimitusjohtaja)

Suurin osa haastatelluista piti suomalaista

portsari-instituutiota täysin turhana. Jos sellainen kuitenkin on, tulee portsareiden olla asiakkaita varten, eikä heidän tule odottaa nöyrysteilyä asiakkaiden taholta. Toisaalta oletettiin, että perinteisissä työväenluokkaisissa ravintoloissa portsarit ovat välttämättömiä järjestyksen ylläpitämiseksi. Omissa paikoissa ei tällaisia huolia ole. Vakaa kanta-asiakassuhde takaa osittain myös järjestyksen. Mikäli joku ”vieras” esiintyy häiritsevästi, hänet poistetaan paikalta asiakkaiden toivomuksesta — ja joskus toimestakin.

”Mä näen punaista noista portsaripaikoista, jos joku portsari käyttäytyy tärkeesti, niin mä en siihen ravintolaan toista kerta mene.” (Mies)

”Varsin usein ne yrittää olla olevinaan herrasmiehiä, kuitenkin vaan rahaa odottavat. Mitä palvelua se on, kai ne pitäis edes panna kuukauspalkalle.”

”Kyllä se on sellainen ammattikunta, joka joutais työtömäksi vaikka heti. Vaikka kyllä kai noissa joissakin, sanotaan alle keskiluokan paikoissa, saa niitä olla. Se kantajengi niissä on yleensä totaalisessa kännissä, että niissä ymmärtää kaksikin portsaria. Pysyypähän edes jonkinlainen järjestys.”

Palveluun siis kannattaa satsata, koska sillä saattaa olla huomattavasti suurempi merkitys kuin esim. ulkoisilla seikoilla. Ravintoloiden viime vuosien remontoimisintoa ei välttämättä pidetty kovin onnistuneena. Paikan siisteys ei toki ole rasite, mutta kovin suurista muutoksista saattaa olla jopa haittaa.

”Tämä on kuitenkin enemmän tai vähemmän sisäpiirin paikka. Tuollainen remontoimisinto — saattais tuoda uutta porukkaa. Tuotais jotain maalaisserkkuja, kehäkolmosen porukkaa, joille sitten näytetään, että tällainen tämä paikka nyt on — vaan siis ihan maineen takia ja sitten meitä vakioasiakkaita katsomaan. Tulis sellaisia jälkijunassa saapuvia — kyllä silloin kanta-asiakkailla olis uuden paikan etsiminen edessä.” (Nainen, tuotepäällikkö)

Naisten vai miesten ravintolat?

Naisia siis halutaan ravintoloihin asiakkaiksi, ja naisten osuus asiakaskunnassa onkin kasvamassa. Tässä haastatelluissa paikoissa asiakaskunta jakautui varsin tasaisesti kumpaankin sukupuoleen.

Suhtautuminen naiseen ravintolassa on kuitenkin edelleen kahtiajakoinen. Toisaalta heidän katsotaan kuuluvan sinne yhtä lailla kuin

miestenkin, toisaalta naisten olemista ja tekemistä seurataan ravintolassa tarkemmin kuin miesten. Useimmat naiset valitsevat ravintolansa sillä perusteella, että ravintolasta oletettavasti löytyy muita tuttuja. Haastatellut naiset ja miehet olivat kuitenkin sitä mieltä, että nainen on täysin tasa-arvoisessa asemassa miesten kanssa. Näin asia ainakin haluttiin nähdä. Yksin (mihin tahansa) ravintolaan menemisen kynnyks on naisille edelleen kovin korkea.

”Helsingissä on hyvin vähän sellaisia paikkoja, joihin nainen voi mennä yksin. Portsarit katsoo heti ovella nenän vartta pitkin, että mitäs tuo täältä hakee. Kantaravintolassa on se hyvä puoli, ettei se ole millään lailla iskupaikan maineessa, voi hyvällä omallatunnolla kävellä yksin sisään ja jutella baaritiskillä heti, ilman että siitä kukaan tekee mitään johtopäätöksiä.” (Nainen)

Pelkona on siis iskettävyys ja leimaaminen, yksinäiset naiset tuntevat itsensä helposti saaliiksi. Outoihin paikkoihin ei uskalleta mennä, vaikka ravintolassa paljon aikaa vietetäänkin. Yksinäisiin naisiin miehet suhtautuvat suopeasti, eivätkä kaikki miehetkään pidä ajatuksesta, että he itse menisivät ilman seuraa istumaan ravintolaan.

”Saahan ne naiset käydä yksin. Aika harvoin ne yksin ollessaan on tyrkyllä, kyllä ne on vaan ottamassa iltapäiväluet siinä kuin miehetkin.”

”Se aika on takanapäin, ettei nainen saisi käydä yksin. Harvoin ne kuitenkin yksin tulee, niitä on aina yleensä kaksi — miksiköhän se muuten niin onkin. Toisaalta en mä kyllä itsekään käy yksin muutoin kuin korkeintaan kesällä juomassa yhden oluen janooni jossain terrassilla.”

Pitävätkö ihmiset sitten yleensä ravintolaa iskupaikkana? Usein erotellaan meidän ravintola ja ne muut. Muissa kyllä isketäänkin enemmän, omassa vain harkiten. Ravintolasta haetaan harvoin seuraa tietoisesti — tilaisuuden tullen suhteitakin solmitaan. Ja koska ravintolassa vietetään paljon aikaa, on luonnollista, että syntyy kiinteitä parisuhteita, myös kantaporukan kesken. Toisaalta keskustelu ravintolasta iskupaikkana vaihteli erittäin suuresti ryhmien kokoonpanosta riippuen.

Naisten mukanaolo ryhmässä toimii selkeän kontrolloivana tekijänä. Seuraavat keskustelut käsittelevät kaikki samaa ravintolaa.

Miesryhmä:

”Se on vaan peitellymmiin iskupaikka, mutta jos siellä ei olis naisia, niin kukaan ei menis sinne. Kyllä naiset on siinä erittäin tärkeä elementti.”

”Jos on drivea päällä, kaikki tietää, että nyt ei mennä aikaisin kotiin, niin katsotaan ensin . . . että löytyykö sieltä vai pitääkö mennä yökerhoon saakka.”

”Ei sieltä yksin tarvitse lähteä.”

”Jokainen kuppilan vetäjä ymmärtää, että ensin naiset sisään, niin jätkät tulee perässä kuin hunaja.”

”Kunhan ne on oikeita naisia, mieluiten keskustelen sellaisten kanssa, joiden kanssa liikun samalla moodilla — että ihan sellaisten idioottien kanssa ei viitsi keskustella. Täytyy olla älyä ja ymmärtämystä, kokemusta ja näkemystä. Etteivät heti usko vaikka mitä.”

”Yli luokkarajojen ei hypitä. Kyllä se heijastuu ihmisestä, jos on sivistyneestä kodista. Koulutustausta on sitten toinen juttu kuin luokkaraja.”

Naisryhmä:

”Sitten siinä on yksi hyvin eksoottinen piirre, se on se, että se on nimenomaan semmonen paikka, jonne naiset voi mennä yksin, se ei ole mistään kohtaan iskupaikka.”

”Kaikki on täysin asiallista keskustelua, että ei tarvi koko ajan olla työntämässä jotain ahdistelijaa pois tai semmosta. Mä siis istun siinä usein yksin ja iloisesti olen ruvennut keskustelemaan jonkun kanssa, sitä monessa muussa paikassa saa katua, mutta ei koskaan siellä.”

Sekaryhmä:

”Yleensä tommosen seksuaalisen kanssakäymisen starttaamiseen liittyy tanssiminen, se murskaa jo iskupaikkateorian — plus se ammattisidonnaisuus.”

”Ne naiset siellä on hyvän ammatin omaavia, tulosvastuullisia. Että ei sellaisia iskettäviä, iskureissut on erikseen.”

”Mulla on vähän semmonen käsitys, että kunnioittavaa ilmapiiriä ainakin on.”

”Se on aika tasa-arvoinen paikka. Siellä ei ole, ainaakaan paljon, sellaisia naisia, sellaisia seksuaaliobjekteja. Vaan naisia miesten maailmassa, tai päinvastoin, niin ei sellaisia yritetä iskeä.”

Naisten kuullen tämä ravintola ei ole iskupaikka, miesten kesken asia on jo hieman toinen. Naiset eivät myöskään itse kokeneet olevansa kohteita. Tässä tosin tuli selvästi ilmi, että naiset, joita isketään, eivät todennäköisesti kuulu tutkimuksen kohdejoukkoon.

Käsitteenä ”iskeminen” oli erilainen myös ikäkausittain. Vanhemmille se oli yleensä yhden illan seuran hakemista, nuoremmilla kysymys liittyi vakinaisen suhteen solmimiseen. Asiaan vaikuttanevat haastateltujen perhesuhteet; useat olivat perheellisiä, ja iskeminen oli silloin juuri satunnaista seuran hakemista.

Naisille tasa-arvon mittana olivat tärkeitä

erilaiset ulkoiset havainnot käyttäytymisestä. Tärkeää on, ettei ole vain ”miesten juttuja” vaan että myös he voivat osallistua keskusteluihin. Tärkeää tässä oli sekin, että ryhmän miehet uskaltavat arvioida ravintolan muita naisasiakkaita heidän kuultensa. Myös naiset saattavat vastata samalla mitalla.

Ravintolat ovat avanneet ovensa yksinäisillekin naisille. Käytäntö on useimmiten edelleen toinen: naiset eivät uskalla mennä yksin outoon ravintolaan, uhkana useimmiten on joutuminen erilaisten arvailujen ja iskuyritysten kohteeksi. Tästä ongelmasta päästään, kun on oma kantapaikka, jonne voi mennä yksin, jossa oletettavasti tapaa tuttuja ja jossa tuntee henkilökunnankin niin hyvin, ettei myöskään siltä taholta käyntejä kummeksuta.

Suhtautuminen alkoholin käyttöön ravintolassa

Yleensä suomalaisia pidetään suhteessaan alkoholiin varsin humalahakuisina. Katsotaan, että alkoholia juodaan paikasta ja ajasta riippumatta humaltumistarkoituksessa. Onko näin uuden keskiluokan kohdalla? Vai ovatko suomalaisten juomatavat muuttumassa?

Ainakin haastatellut itse uskoivat vahvasti siihen, että he tosiasiallisestikin juovat eri tavalla kuin suomalaiset keskimäärin.

”Me ollaan ilmeisesti kaikki tällaisia keskellä viikkoa muutaman kaljan lipittäjiä. Sitten ei viikonloppuna tule edes kapakassa käytyä.”

”Se on toisinpäin kuin yleensä suomalaisilla.”

Myytti suomalaisesta viinapäästä tunnetaan, mutta oma alkoholin käyttö huolestutti hyvin vähän näitä ihmisiä; lähes poikkeuksetta jokaisella oli voimakkaasti ei-alkoholistinen identiteetti. Samoin he uskoivat myös esimerkin voimaan siten, että yleensäkin alkoholia tullaan vähitellen kuluttamaan ennen kaikkea seurustelujuomana ja humaltumista pyritään tietoisesti välttämään.

Alkoholia toki tälläkin ryhmällä ravintolassa kuluu. Niin miehet kuin naisetkin arvioivat keskimääräiseksi kulutukseen ravintolaker-taa kohden 2—3 ravintola-annosta. Olut oli ehdottomasti suosituin juoma. Juomatavoissa ja juomissa ei eroja naisten ja miesten välillä ollut. Käyntikerroissakaan ei ollut eroja: haas-

tatelluista suurin osa ilmoitti käyvänsä ravintolassa keskimäärin 2—3 kertaa viikossa. Suuria käyntimääriä selittää osittain se, että haastatelluista valtaosa kuului kohderavintoloiden kanta-asiakkaisiin. Halusin nimittäin selvittää myös haastateltujen suhtautumista omiin alkoholisoitumismahdollisuuksiinsa.

Alkoholia siis saa käyttää ja käytetäänkin, mutta aivan mahdotonta ei ole valita alkoholitontakaan vaihtoehtoa. Koska ravintolaan mennään usein mm. keskustelemaan, ei alkoholin käyttö ole lainkaan välttämätöntä. Aiemmin sen koettiin leimanneen jollakin tavalla poikkeavaksi — raitista linjaa joutui perustelemaan esim. autolla tai lääkekuurilla —, nykyisin ei enää ihmetellä. Toki luonnollisin vaihtoehto useimmille oli juuri 2—3 olutta.

”Ravintolaanhan mennään työpäivän paineita purkamaan — se on sellaista small talk — eikä siihen alkoholia tarvita. Jokaisella on oikeus nauttia mitä vaan.”

Koska useimpien elämänasennetta voisi kuvata varsin vastuuntuntoiseksi, pyritään humaltumista välttämään. Erot miesten ja naisten kesken näyttävät alkoholin käytössä löytyvän edelleen asenteiden tasolta. Naiset kokevat yhä olevansa esimerkkejä, joiden käyttäytymistä seurataan. Juodakin saa, mutta humaltuminen ei saisi näkyä ulospäin.

”Michillä ei tule sillä tavalla huono omatunto päiväkaljoistakaan. Nainen kokee olevansa esimerkki, eikä työtietikka kestä edes olutta lounaalla.”

”Se on sillä tavalla, että joskus on vahingossa juonut liikaa. Mutta kummasti tuo alitajunta pelaa, eivätkä muut ihmiset puheista päätellen ole edes huomanneet, kuinka humalassa olen ollut. Se on hyvä, ettei ulkonäöstä huomaa mitään.”

Useimpien naistenkin mielestä on tuomittavampaa, kun nainen on humalassa, miehet saavat silloin tällöin ollakin. Voidaan siis väittää, että perinteiset roolijaot näkyvät taustalla tässäkin ryhmässä. Teoriassa naisten alkoholin käyttö ja ravintoloissa käynti on yhtä lailla sallittua kuin miestenkin, käytännössä naiset eivät kuitenkaan saa humaltua (ainakaan näkyvästi) eivätkä yksin mennä ainakaan vie-raaseen ravintolaan.

Humaltuminen ei siis sinään ole vierasta. Humaltumisen määrittely onkin jo ongelmallisesempää; yleensä sen katsotaan riippuvan tilan-

teesta ja yksilöstä. Se, mikä toiselle on täysin normaalia, voikin toiselle olla jo varsinaista humalaa. Mitä sitten humaltuminen on? Vaikuttaa siltä, että alkoholia voidaan nauttia suuriakin määriä, ilman että haastateltavat katsovat olevansa lainkaan humalassa. Määrittely on vaikeaa: sen vain tietää. Tarkoituksella ei humalaa haluta, mutta lipsahduksia sattuu aina silloin tällöin.

”Uskoisiko kukaan, jos sanoisin, ettei koskaan humaluta? Mutta toisaaltahan meillä on tämä virkakoneisto, nämä tarjoilijat ja hovit ja muut, eikä kenenkään koskaan ole tarvinnut tulla huomauttamaan. Virallisen valvonnan mukaan en siis koskaan ole ollut humalassa ravintolassa.”

”Joo, joskus vai? Sattuu olemaan heikko viinapää juomahaluun verrattuna.”

”Niin, ei sitä ehdoin tahdoin. Ennen se oli ehkä tavallisempaa, vahinkoja saattaa tietenkin käydä vieläkin.”

Selvän konkreettisen rajan runsaalle alkoholin käytölle muodostaa useimmilla työ. Alkoholin käytöstä ei saa olla haittaa työnteolle. Nykyinen työtahti on niin kiivas, että krapulapäiviin ei yksinkertaisesti ole varaa. Työ siis määrää pitkälle myös vapaa-aikaa ja alkoholin käyttöä.

”Ravintolaan mennään työstä suoraan. Kotiin ei viitsi työasioita mielessään raahata, enkä mä kotona yleensä koskaan puhu työstäni. Sitä tavallaan irroitetaan siitä käymällä tuttuun kanssa oluella ja vaihtamalla ajatuksia kuluneesta päivästä. Humalaan ei oikein ole varaa itseään juoda, seuraavana työpäivänä sen huomaisi kuitenkin.”

”Niin suurin osa meistä on sellaisia, että mennään töistä suoraan ja kun kello tulee 19, niin lähdetään kotiin. Käydään siis ne muutamat kaljat ottamassa, pohtimassa päivää ja vaihtamassa kotivaihte päälle.”

Kokonaiskulutusta ajatellen ravintolassa usein käyvillä alkoholiakin kuluu suhteellisen runsaasti, useimmat kuitenkin tuntuvat tietävän rajansa. Työn ohella alkoholin käyttöä rajoittaa myös halu hoitaa fyysistä kuntoa ja erityisesti naisilla myös ulkonäköä.

Sen ohella, että suhtautuminen omaan alkoholiin käyttöön on vastuuntuntoista, kannettiin vastuuta myös koko ystäväpiirin juomisesta. Mikäli jollakin tuttavalla alkoholia näyttää kuluvan runsaasti useampana iltana, siitä huomautetaan ja yritetään saada se loppumaan. Huomauttamisesta (tai keskusteluista)

huolehtivat yleensä naiset. Miehet katsoivat useammin, että jokaisen on itse havahduttava ajoissa. Naiset siis tavallaan kontrolloivat laajemminkin alkoholin käyttöä. Myös siinä tapauksessa, että voimakas humaltuminen on ollut satunnaista, ei kaveria haluta ”jättää pulaan”. Se merkitsee esim. sitä, että hänelle tilataan taksi valmiiksi tai hänet jopa saatetaan kotiovelle saakka. Tällainen satunnainen humaltuminen ei ole mitenkään tuomittavaa kenenkään kohdalla.

”Kyllä me pidetään toisista huolta.”

”Onhan se tavallaan turvallinenkin paikka ottaa humala. Jos joku innostuu vähän liikaa, niin sanotaan, että olis sun jo aika mennä kotiin.”

”Ja on tilattu taksi valmiiksi, ja joskus saateltu kotiin saakka, ettei matkalla satu mitään ikävää.”

Omaan alkoholisoitumiseen ei ainakaan puheissa uskottu. Alkoholisoitumisen katsottiin yleensä olevan kiinni elämän kokonaistilanteesta, eikä tällä hetkellä yksikään haastatelluista nähnyt omassa elämässään sellaisia tekijöitä, jotka mahdollisesti laukaisisivat alkoholin käytön alkoholismiin johtavaksi. Tässäkin useimmin vedottiin työtilanteeseen: korkea työmoraali estää omalta osaltaan alkoholisoitumisen. Toisaalta alkoholismia pidettiin tai haluttiin pitää usein jollakin tavalla suvussa kulkevana sairautena; ehkäpä kyse oli myös osittain itsepuolustuksesta.

Oma humala on hyväksyttävämpää, mikäli siihen liittyy iloisuus. Pidetään hauskaa yhdessä — kukaan ei saisi olla huonolla tuulella tai aggressiivinen. Siinä tämä ryhmä katsoi poikkeavansa perinteisestä suomalaisesta juomisesta. Perinteiseen suomalaisen juomiseen liittyy usein pyrkimys ratkaista tai unohtaa ongelmia humalan avulla, mutta heidän ryhmässään alkoholiin liittyvät leppoisuus ja iloisuus.

Humaltuminen on myös sallitumpaa yksityistiloissa kuin ravintolassa. Kotikutsuilla isännällä on kunnia-asiana, että alkoholi ei lopu kesken.

”Me kun leikitään kotia, niin kutsutaan ihmisiä usein kunnon päivällisille. Silloin pitää olla myös asiaan kuuluvat juomat . . . alkudrinkit, ruokajuomat, jälkiruokajuomat ja sitten muuta tilanteen mukaan. Kyllä siinä jokaisella on mahdollisuus humaltua niin halutessaan, mutta se on semmoista hauskaa koko ajan.”

Kotona alkoholia ei normaalioloissa paljon nautita. Juominen keskittyy nimenomaan ravintoloihin ja arki-iltoihin. Viikonloput vietetään perheen parissa. Yksinäisillä asia on luonnollisesti toinen: myös viikonloppuna saatetaan poiketa tuttuja katsastamaan kanta-paikkaan.

Suhtautuminen alkoholipolitiikkaan

Ryhmäkeskustelujen yhteydessä haastateltavat täyttivät myös kyselylomakkeen, jossa tiedusteltiin heidän asenteitaan alkoholin käyttötilanteisiin ja alkoholipolitiikkaan. Suomalaiseen alkoholipolitiikkaan kohdistettiin poikkeuksetta voimakasta kritiikkiä, lähinnä liiallisen holhoamisen takia. Nykyisiä rajoituksia pidettiin täysin aiheettomina, katsottiin, että joidenkin suurkuluttajien takia rangaistaan turhaan kaikkia ihmisiä.

Alkoholin tarjoilu voitaisiin haastateltujen mielestä aloittaa ravintoloissa samaan aikaan kuin alkoholin myynti kaupassakin alkaa. Jos nyt joku haluaa humaltua jo aamusta, se on joka tapauksessa mahdollista. Tarjoilun aloittamisajan varhentamisen perusteena olivat myös ulkomaiset vieraat.

”Ehdottomasti pitäisi tarjoilu aloittaa varhemmin, siis muunkin kuin oluen. On ollut joskus pulmallista, kun on järjestänyt lounaita — neuvottelulounaita — ja ihan kaiken on suunnitellut valmiiksi ja huomaakin, että viiniä ei saakaan ruuan kanssa. Se huvittaa varsinkin ulkomaisia vieraita suuresti.”

Tarjoilun varhentamisella ei kukaan katsonut olevan suurta merkitystä omalla kohdallaan. Oma alkoholin käyttö ei lisääntyisi, päivällä ei useimmiten ole sen paremmin aikaa kuin haluakaan käyttää alkoholia.

Nykyisiin ravintoloiden aukioloaikoihin sen sijaan useimmat olivat tyytyväisiä. Arkisin ne voitaisiin sulkea jopa nykyistä aiemmin. Näin säästettäisiin monta työpäivää.

”Pitäis olla meno päällä jo viideltä ja kello kahdeksalta joutais jo kotiin.”

”Voisivat sulkea osan jo kymmeneltä ja osan joskus puolen yön aikaan. Näin säästettäis monta työpäivääkin. Silloin on isojako jo tehty kuitenkin. Viikonloppuna saa olla auki vaikka läpi yön.”

Tässäkin näkyi selvästi työn vapaa-aikaa

säätelevä osuus. Ravintoloidenkin tulisi tuntee vastuuta asiakkaidensa työkuunnosta.

Vaikka yleensä ravintolapalvelujen katsottiin viime vuosina kehittyneen ja tarjonnan määrän olevan jo riittävä, voisi alaa kuitenkin edelleen kehittää. Suurin puute oli pienistä, intiimeistä kortteliravintoloista, paikoista, joissa saa hyvää ruokaa ja palvelu pelaa. Esteettinen ympäristö saattaisi myös useammin kiihottaa ihmisten ruokahalua, jolloin puolestaan juominen ei olisi päätarkoitus. Tällaiset pienet ravintolat voisivat olla myös sellaisia, että niihin voi helposti mennä koko perheen kanssa aterioimaan. Tällä tavalla saataisi Suomeenkin vähitellen levitä eteläeuroopalainen tapa suhtautua luontevasti myös lapsiasiakkaisiin, ja turha myyttinen suhtautuminen ravintoloihin häviäisi.

Asennekyselyn perusteella alkoholi tulisi ottaa myyntiin elintarvikeliikkeisiin. Haastatelluista vain yksi (nainen) olisi säilyttänyt nykyisen kaltaisen systeemin. Naiset olisivat antaneet viinin myynnin kaikille elintarvikeliikkeille, miehistä enemmistö kannatti viinin myyntiä sellaisista elintarvikeliikkeistä, joilla olisi myyntilupa. Tätä perusteltiin lähinnä kauppiaiden turvallisuudella. Aivan pieniin liikkeisiin, joissa on mahdollisesti vain omistaja työssä, ei alkoholia kannata ottaa.

Kukaan ei uskonut myynnin vapauttamisen merkitsevän alkoholin kokonaiskulutuksen runsasta lisääntymistä. Henkilöt, joille alkoholi on nykyiselläkin systeemillä ongelma, saattaisivat ”rappioitua” hieman nopeammin, ja tavalliselle alkoholin kuluttajalle asia merkitsisi pelkästään ostamisen helpottumista.

”Minulle se olisi vain helpotus, säästyis aikaa. En enää ikinä asioisi Alkossa. Ja aukeavathan viinakaupat nytkin jo aamulla. Jos joku haluaa juoda päivällä, niin saahan sitä viinaa.”

Useimmat katsoivat myös tietouden viineistä lisääntyvän, jos on mahdollista tutustua niihin suoraan kaupan hyllyillä. Samalla toivottiin myös Alkon lisäävän keskihintaisten viinien valikoimaa ja niistä tiedottamista. Tällä hetkellä hyviä viinejä pidettiin kohtuuttoman kalliina Suomessa. Tosin myönteinen seikka oli erikoisviinimyymälän avaaminen Helsingissä.

Nykyisellä rajoitusten sävyttämällä systeemillä katsottiin olevan lähinnä alkoholin humalakäyttöä lisäävä vaikutus. Alkoholi on edelleen jotain salassa pidettävää useimmille suomalaisille. Näin se ajaa ihmiset juomaan kunnolla kerran pari viikossa kotona ”salaa” sen sijaan, että ravintoloissa käynneistä muodostuisi luonnollinen asia kenelle tahansa. Tosin tähän vaikuttaa myös ravintoloiden hintataso. Vaikka haastatelluilla itsellään olikin mahdollisuus käydä ravintoloissa, eivät he uskoneet kaikilla olevan — nykyisin hinnoin — samanlaisia taloudellisia resursseja. Olisi-kin perustettava joko uusia halvempia — mutta viihtyisiä — ravintoloita nykyisten rinnalle tai pudotettava yleensä hintatasoa.

Haastateltavat itse kokivat oman alkoholin käyttönsä siis varsin ongelmattomaksi, eikä alkoholin vapauttaminen nykyisistä rajoituksista toisi mukanaan heille itselleen ylimääräisiä juomiskertoja. Useat kokivat olevansa ”normaalin alkoholin käytön” pioneereja Suomessa. He myös uskoivat vastaavanlaisen tyylin leviävän, mikäli alkoholipolitiikka muuttuisi vapaammaksi. Vähitellen totuttaisiin ajatukseen, että alkoholia voi nauttia tuntematta suurta katumusta ja ettei sitä välttämättä ole juotava humaltumiseen saakka.

Asenteissa alkoholin käyttöön noudatettiin loogisesti samanlaista vapaamielistä linjaa. Alkoholin katsottiin kuuluvan luonnollisena osana elämään, ja ryyppy silloin tällöin pelkästään piristää ja tuo iloa elämään.

Juodaanko sitten Suomessa liian paljon? Miehistä suuri enemmistö oli sitä mieltä, että Suomessa ei yleisesti juoda liikaa. Naisten oli hieman vaikeampi ottaa kantaa tähän kysymykseen. Täysin samaa mieltä liiallisesta juomisesta oli kuitenkin vain yksi nainen. Perusteluna sille, että alkoholia ei Suomessa juoda liikaa, oli usein se, että keskimääräinen kokonaiskulutus henkeä kohden ei ole kovin suuri kansainvälisissä vertailuissa. Katsottiin, että tässäkin suhteellisen pieni suurkuluttajien määrä leimaa väärin perustein koko kansan. Ei uskottu, että suurkuluttajien osuus alkoholin vapauttamisen myötä merkittävästi nousisi. Ne, jotka juovat nyt liikaa, saavat määrätä turhan monia koskevilla asioilla.

Lopuksi

Sosiologisessa alkoholitutkimuksessa on harvoin otettu jokin yksittäinen ryhmä erityistarkastelun kohteeksi; tutkimukset ovat useimmiten kuvanneet keskimäärin koko kansan alkoholitottumuksia. Lähiöravintola-tutkimus oli niitä harvoja, jossa tietoisesti kohde valittiin nimenomaan työväenluokkaisesta ympäristöstä (Sulkunen & al. 1985).

Tässä valitsin kohteeksi ns. uuden keskiluokan haluten selvittää juuri tämän ryhmän tottumukset ja asennoitumisen suhteessaan alkoholiin, ravintoloihin ja alkoholipolitiikkaan. Yleisesti tutkimukseen valikoitui haettu ryhmä, esim. Markku Kivisen (1987) kriteerein suurin osa haastatelluista kuuluu uuden keskiluokan ytimeen.

Toisaalta halusin selvittää myös sen, eroaako naisten ja miesten alkoholin käyttö tässä ryhmässä merkittävästi. Suomessahan naiset käyttävät kokonaiskulutuksesta vain viidenneksen (ks. Ahlström 1985), mutta oletin, että erot saattavat olla suuremmat sukupuolten sisällä kuin niiden välillä. Vähiten miesten ja naisten alkoholin käyttö eroaa ylempien toimihenkilöiden ryhmässä; heistä huomattava osa lukeutuu juuri uuteen keskiluokkaan.

Onko siis havaittavissa muutoksia suomalaisissa juomistavoissa? Ja onko alkoholin käytön miehinen rooli murtumassa — tässä ryhmässä? Ainakin keskusteluissa uuden keskiluokan alkoholin käyttö vaikuttaa todellakin säyseältä. Alkoholia nautitaan ennen kaikkea seurustelujuomana, humaltumista vältetään. Lipsahduksia toki tässäkin ryhmässä sattuu silloin tällöin.

Alkoholin käyttö on arkipäiväistynyt. Se kuuluu yleensä asiaan työpäivän jälkeen, kun halutaan purkaa päivän paineet lasillisen tai parin ääressä ravintolassa. Suurin osa alkoholista käytetäänkin kodin ulkopuolella. Työ määrää muutenkin alkoholin käyttöä, sillä krapulapäiviä ei nykyinen kiireinen työtahti salli. Haastatelluista useimmilla työ ohitti tärkeysjärjestyksessä usein perheen, niin naisilla kuin miehilläkin. Naisten sosiaalinen asema tosin oli hieman alempi kuin miesten.

Haastatellut katsoivat aidosti edustavansa Suomessa uudenlaista juomiskulttuuria, jonka mallit ovat pitkälle Keski- ja Etelä-Euroopasta omaksuttuja. Alkoholia pidettiin ennen kaik-

kea seurustelujuomana, juomana muiden joukossa. Se kuuluu luonnollisena osana elämään, ja turha juhlallisuus alkoholiin liitettynä tulisi poistaa. Vaikka tämä ryhmä (jo valintakriteereidenkin pohjalta) käyttää kokonaiskulutusta ajatellen suhteellisen runsaasti alkoholia, on asennoituminen vastuuntuntoista. Alkoholin vaarat tunnetaan, mutta niitä ei kuitenkaan tule liioitella. Erot miesten ja naisten käyttötottumuksissa olivat varsin vähäiset, ja vaikuttaa siltä, että alkoholin käytön miehistä luonnetta ei enää tunnusteta. Eroja löytyi sen sijaan asenteiden tasolta: miehen humala on edelleenkin sallitumpaa kuin naisen. Sinänsä naisen juomisen ei uskottu aiheuttavan sen suurempaa sosiaalista haittaa kuin miehenkään. Tässä ryhmässä poikkeuksetta jokaisella oli ei-alkoholistinen identiteetti.

Asenteet suomalaista alkoholipolitiikkaa kohtaan olivat kielteiset. Katsotaan sen pyrkivän liialliseen holhoamiseen. Suurkuluttajat

otetaan liiaksi huomioon alkoholipolitiikan yleisiä suuntauksia määriteltäessä; näin koh- tuukäyttäjätkin joutuvat ”kärsimään” heidän takiaan. Kuitenkin oletettiin, että esim. alko- holiuotteiden vapauttaminen normaaliksi elintarvikeliikkeen myyntiartikkeliksi ei enää tällä hetkellä aiheuttaisi suomalaisten keskuu- dessa laajemmin alkoholiongelmien lisäänty- mistä. Päinvastoin suhtautuminen muuttuisi luontevammaksi, salailu ja vähitellen myös alkoholin liikakäyttö saattaisivat vähentyä.

Kirjallisuus

Ahlström, Salme: Naisten alkoholin käyttö. Teoksessa: Simpura, Jussi (toim.): Suomalaisten juomatavat. Jyväskylä: Gummerus, 1985

Kivinen, Markku: Parempien piirien ihmisiä. Tutkija- liiton julkaisusarja 46. Jyväskylä: Gummerus, 1987

Sulkunen, Pekka & Alasuutari, Pertti & Nätkin, Ritva & Kinnunen, Merja: Lähiöravintola. Helsinki: Otava, 1985.

English Summary

Eija Ahola: Uusi keskiluokka ja alkoholi (The new middle class and alcohol)

Sociological alcohol research has seldom focused on any one particular group of people; the results usually describe the drinking habits of the nation as a whole. The subject of the present study is the 'new middle class', the aim being to establish precisely this group's habits and attitudes to drinking, restaurants and alcohol policy.

The results show that the drinking habits of the new middle class are considerably more restrained than those of their forebears. People drink as a part of social inter- course and avoid getting drunk, although of course errors of judgement sometimes occur.

Drinking has become part of the daily routine. People get together after work and have a glass or two to help them relax after a day at the office. Most drinking is done outside the home. Indeed, work determines the amount drunk, since there is no scope for hangovers in the busy

working environment of today. Work was more impor- tant than family for many of the interviewees, both men and women. But still, the women's social status was somewhat lower than men's.

The interviewees considered that they truly represent a new approach to drinking in Finland — one that is largely modelled on customs on the Continent. They have a negative attitude to alcohol policy in Finland, consider- ing it too paternalistic.

Although overall consumption of alcohol by this group is quite high, people tend to have a sense of responsibility. They are aware of the hazards of alcohol but do not exaggerate them. There is little difference in drinking habits between men and women; alcohol would appear to have shed its aura of masculinity. Differences are, how- ever, noticeable in attitudes, a drunken man being more readily accepted than a drunken woman.