

28.4.2009

Saako kulttuuria muutettua?

Suomalaisesta alkoholikulttuurista ja siihen liittyvistä piirteistä on harva se viikko isoja otsikoita tiedotusvälineissä. Nuo otsikot ikävä kyllä tuskin ainakaan vähenevät kevään juhlakauden taas lähestyessä.

Alkoholikulttuuri periytyy, lapset ja nuoret ottavat mallia meiltä aikuisilta. Tämä totuus tulee esiin myös Terveys ry:n keväällä 2008 tekemän verkkokyselyn aineistoa analysoitaessa (kyselyyn vastanneita yli 1 800). Nuoret ovat tottuneet näkemään alkoholin käyttöä arjessaan niin kotona, vapaa-aikana, kaveripiirissä kuin mediassa. Alkoholin käyttöä ei nuorten ajatuksissa juurikaan kyseenalaisteta, tosin nuoret ovat alkaneet kokea tarvetta kulttuuriseen muutokseen. Heidän mielestään alkoholin käyttö ei ole enää coolia, vaikka monissa mainoksissa tosin yritetään todistaa.

Nuoret ovat myös huolissaan ikätovereittensa alkoholin käytöstä, eikä syyttä, sillä ei alkoholi kuulu nuorten, alle 18-vuotiaiden elämään. Meidän aikuisen pitää ottaa vastuu tästä asiasta. Ei ole esimerkiksi moraalisesti oikein, että mainoskampanjoissa yritetään mainostaa nuorille kohtuullisen alkoholinkäytön etuja, sellaisia kun ei ole. **Aikuinen toimii vastuullisesti kertoessaan nuorelle, että alkoholi ei kuulu nuoruuteen.**

Teollisuudella on käytössä suuria rahasummia käytettävään "oikeanlaiseen valistukseen", jonka vaikutuksia myös pystytään arvioimaan vakuuttavasti, suurella rahalla tietenkin. Vaikka teollisuus puhuu yhteiskuntavastuustaan mainoskampanjoiden yhteydessä, todellinen tavoite kuitenkin on aina taloudellinen hyöty, keinolla millä hyvänsä.

Terveyden edistämistä tekevien järjestöjen on pidettävä huolta siitä, että alkoholiteollisuuden mainoskampanjoita kyseenalaistetaan ja kerrotaan niiden taustalla olevista intresseistä.

Hyvää kevättä toivottaen,

Kristiina Hannula
Terveys - Hälsan ry