

Kun keskiolut saapui Jyväskylään

Tammikuun ensimmäinen päivä 1969 muutti koko maan ja samalla Jyväskylän oluthistoriaa pysyvästi. Keskioluen vapautuminen uudenvuodenyönä avasi ovet uudelle olutkulttuurin aikakaudelle, joka otettiin vastaan innostuksen, mutta myös varautuneisuuden ja epäluulonkin tuntein. Tässä tutkimusartikkelissa käydään läpi tapahtuman käsittelyä tuolloisissa sanomalehdissä.

Yhdistyksemme ja lehtemme paikalliseen fokukseseen nojaten päätimme rajata keskioluen vapautumiseen liittyneiden tapahtumien tarkastelun Jyväskylään ja yleisemmin Keski-Suomeen. Tarkastelun aikajänne rajautui marraskuusta 1968 helmikuun lopulle 1969. Aineistoksi valikoimme kaksi paikallista sanomalehteä, *Keskisuomalaisen* ja tuolloin ilmestyneen *Keski-Suomen Iltalehden* (ilmestyi 1962-1970) sekä vertailumateriaaliksi kaksi valtakunnallista, *Iltalehden* ja *Helsingin Sanomat*. Aikakauslehdet sekä aatteelliset ja poliittiset julkaisut päätimme jättää tarkastelun ulkopuolelle, joskin näistä olisi varmasti ollut saatavilla paikoin vieläkin hersyvämpää ja kuvailevampaa sisältöä. Toisaalta painotimme valitsemassamme lehtiaineistossa nimenomaan otsikointia, haastattelujen kohteita ja mielipidekirjoittelua – uuden ja näkemyksiä jakaneen ilmiön käsittelyä palstoilla. Mainitut kaksi valtakunnallista lehteä päätimme ottaa vertailuaineistoksi havaitaksemme paremmin mahdolliset paikalliset painotukset



ja tendenssit. Vertailuaineiston havaintoja käsitellään pohdinnan yhteydessä.

KRONOLOGINEN KATSAUS

Marraskuu 1968

Keski-Suomen Iltalehti otsikoi **21.11.1968** kysyvästi, ”Keskiolut – kauppiaan kiusa, vai toivottu artikkeli?”. Etusivun uutisessa pohditaan, millaisia vaikeuksia vapaa oluen myynti toisi tullessaan. Haastateltu kauppias **Ture Mattila** ja artikkelin toimittaja tähdentävät, että huolimatta myynnin vapautumisesta, on oluen nauttiminen kaupassa ehdottomasti kiellettyä. Nykyvinkkelistä kiintoisaa oli myös pohdiskelu siitä, saako alle 18-vuotias lähetti toimittaa olutkorin asiakkaalle kotiin ja päädytään toteamaan, että saa, mikäli tämä on kauppa-

liikkeen vakituinen työntekijä. Mielenkiintoinen on kappale, jossa selvitetään jyväskyläläisiltä ravintoloitsijoilta näiden varautumista isäntyyvään kysyntään. Ravintoloissa todetaan olevan saatavilla yleensä 2-3 eri olutmerkkiä. Eräs ravintoloitsija korostaa, miten hänen ravitsemusliikkeessään kysytään aina asiakkaalta, mitä olutta tämä haluaisi, ellei tämä ole suoraan osannut ”täsmentää tilaustaan johonkin määrättyyn merkkiin”. Artikkelin lopussa poliisikomisario **Järvinen** muistuttaa lukijoita, etteivät säädökset alkoholin nauttimisesta julkisella paikalla muutu keskioluen vapautumisen myötä.

Lehden samassa numerossa on julkaistu gallup, jossa kansalaisilta tiedustellaan ”oluenkäytön” mahdollisesta lisääntymisestä keskioluen vapautuessa. Vastajina ovat maanviljelijä, virkamies,

eläkeläinen, naispuolinen merkonomi, konttoristi ja porttivahti. Vastaukset ovat varovaisen positiivisia, yleisenä olutostoksen mitana mainitaankin olutkori. Naismerkonomi korostaa, miten ei ole ”tähän saakka kehdannut ostaa olutta Alkosta, koska pikkukaupungissa leimataan heti juopoksi ja aletaan juoruta”.

Joulukuu 1968

Mielipidekirjoituksessa Keski-Suomen Iltalehdessä **11.12.1968** pohditaan mahdollista olutpullojen parempaa hyötykäyttöä. Kirjoituksessa luodaan pohjaa hyvinkin nykyisen kaltaiselle pullonpalautuksellejakierrätykselle, huomattavasti edellä aikaansa. Yllättävän liberaali ja uudistusmielinen on myös ajatus siitä, että täyden pullon saisi 3-4 tyh-

Artikkeli jatkuu sivulla 4 ->

PÄÄKIRJOITUS



Hyvät oluen ystävät!

Loppuvuosi 2011 on seuramme lehden toimittajien puolesta mennyt mitä moninaisimmissa merkeissä. Vaikka olut ja siihen kuuluva kulttuuri ja historia ovat edelleen kiehtoneet meitä, varsinaisen lehtityö on jäänyt vähemmälle, kuin olemme odottaneet. Saimme

kuitenkin kaikesta huolimatta julkaistuksi vielä yhden numeron ennen vuoden loppua, mistä olemme iloisia. Jatkamme tässä numerossa keskioluen vapautumisen alkuvaiheiden tutkimista, keskittyen tuon ajan lehtien uutisointiin ja yleisönosastoissa näkyneisiin kansan reaktioihin. Tutkimustyö oli aikaavievää ja välillä ehkä rasittavaakin, mutta samalla äärimmäisen mielenkiintoista ja yllättävän hauskaa, varsinkin jonkun todella epätavallisen uutisen sattuessa kohdalle.

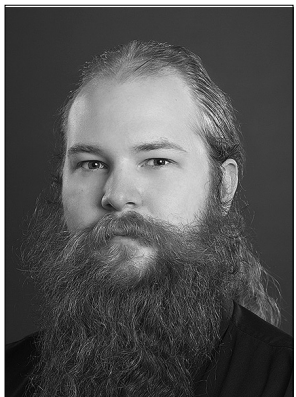
Sitten hieman vakavampaa asiaa. Vaikka Olutsampon toimittaminen on varsin mukavaa puuhaa,

haluaisimme todella myös, että Te lukijat osallistuisitte enemmän lehden tekoon. Lähentäkää juttuja ja ehdotuksia meille toimittukseen osoitteeseen olutsampo@olutkulttuuriseura.fi. Lisätyövoima tulisi todella tarpeeseen. Jos valmiita juttuideoita ei tunnu löytyvän, mutta kirjoitustaitoa ja -motivaatiota löytyy, niin pistäkää rohkeasti viestiä. Hyville toimittajille löytyy aina töitä.

Toivotettakoon edellisen lisäksi hyvää joulua ja onnellista uutta vuotta lukijoillemme Olutsampon toimituksesta.

*Teemu Sandblom,
päätoimittaja*

PUHEENJOHTAJALTA



Jouluinen oluttervehdys!

Vaiherikas olutvuosi alkaa olla jo takanapäin ja on jälleen aika hiljentyä joulun viettoon. Kulunut vuosi on osoittanut, että Jyväskyläläiselle Olutseuralle on todellista tarvetta ja että vielä enemmän olutaiheisia tapahtumia olisi syytä järjestää. Kysyntää siis riittää ja osasyynä tähän on varmasti seuran kuluneen vuoden aikana saama kiitettävä medianäkyvyys. Haluankin tässä lausua lämpimät kiitokseni seuran näkemysten ja kannanottojen esille saattamisesta *Radio Jyväskylälle*, *Radio Keski-Suomelle* sekä painetun sanan

puolella *Suur-Jyväskylän lehdele*, *Jyväskylän Kaupunkilehdelle*, *Keskisuomalaiselle*, *City-lehdelle* ja *Aamulehdelle*. Lisäksi erityiskiitoksen ansaitsee suomalaisen olutseuratoiminnan ja -journalismin grand old man **Heino Tiilikainen** ja *Olutposti-lehti*.

Kuluneen vuoden aikana seuramme on vakiinnuttanut toimintaansa kuukausittaisen jäsenkokoontumisten, olutmaisteluiden, excursionien sekä olutkulttuuri-iltojen merkeissä. Olemme myös ottaneet käyttöön uusia valistuskkeinoja paremman olutkulttuurin levitystyössämme, tarkemmin sanottuna aloitimme olutkirjastotoiminnan sekä toimme useasti näkemyksiämme esille massamediassa. Olutkirjaston ideana on tarjota uusi koti hyllyssä pölyttyville olutaiheisille kirjoille, vaikka toki muutakin juomakirjallisuutta otetaan vastaan. Seuran jäsenet voivat vuorostaan lainata kirjoja kirjastosta hyvinkin pitkälle normaalin kirjaston

tapaan, kirjastokortin virkaa toimittaa jäsenkortti. Kirjasto toimii tällä hetkellä Jyväskylässä ravintola *Vihreän Haltiattaren* tiloissa (Kauppakatu 13). Kirjoja otetaan edelleen erittäin mielellään vastaan, niitä voi toimittaa suoraan Vihreään Haltiattareen tai toimistoomme, Toritie 26 G7, 40520 Jyväskylä.

Kuten jo edellä mainitsin, seura on ollut mediassa näkyvillä useaan otteeseen kuluneen vuoden aikana, etenkin ns. oluolaimennuspolemiikin aikoihin. Mieto oluthan sinänsä on hyvin tehtynä maistuvaa, mutta mikäli tarkoituksena on vain "lantrata" suurten panimoiden III-olutta vedellä, on koko hanke täydellisen järjetön.

Erittäin maltaisen pehmeää ja rauhallista joulua sekä maltillisen kuohuvaa uutta vuotta!

*puheenjohtaja
Sampo J. Välimaa*

LYHYESTI

Olutliiton vuoden valinnat
Hyvä Tuomas – Paha Nuutti

Vuoden Hyväksi Tuomaaksi valittiin **Eve Väittinen** - Suomen Olutseuran kunniapuheenjohtaja on työskennellyt olutkulttuurin edistämiseksi jo yli 30 vuotta. Pahaksi Nuutiksi valittiin peruspalveluministeri **Maria Guzenina-Richardson** (SDP). Olutliiton puheenjohtaja **Jari Vaara** perustelee valintaa "Lausunnoillaan peruspalveluministeri Guzenina-Richardson on osoittanut tietämättömyyttä sekä ylimalkaisuutta oluita, olutkulttuuria ja etenkin kotimaisten oluiden panemista kohtaan".

Olutsampon laimennusnumero huomattiin

Lehtemme edellisessä numerossa käsiteltiin laajalti ns. oluolaimennuskysymystä. Pääartikkelia varten oli haastateltu useita keskusomalaisia poliittisia vaikuttajia. Aamulehti uutisoi 17.11. *Olutsampoa* lähteenä käyttäen kansanedustaja **Teuvo Hakkaraisen** (PS) olutkannanotoista. Uutisen asiasisältö oli sinällään oikea, mutta otsikointi valitettavan ollaan kuitenkin tyytyväisiä lehden osakseen saamasta huomiosta, joka näkyi myös web-palvelimellamme selkeänä kuormituskuippuna. Olutpolitiikkaa käsitellyt erikoisnumero otettiin muutenkin varsin positiivisesti vastaan. Lehtemme tulee ottamaan kantaa ajankohtaisiin olutpoliittisiin kysymyksiin jatkossakin.

Ravintolamuseo sulkeutuu
puoleksi vuodeksi

Helsingissä Kaapelitehtaalla toimiva Hotelli- ja ravintolamuseo sulkeutuu uuden näyttelyn rakennustöiden vuoksi puolen vuoden ajaksi helmikuun alussa 2012. Nykyisiin perusnäytelyihin on tätä ennen, joul- ja tammikuun ajan vapaa pääsy. Näyttelyissä on esillä hotelli- ja ravintolakulttuurin, matkailun ja Alkon historiaa. Lisätietoja löytyy museon sivuilta, www.hotelliravintolamuseo.fi.

JÄSENASIAA

Alkuvuoden tapahtumia

Alkuvuodesta 2012 tullaan jälleen järjestämään **yhdistyksen vuosikokous**, jossa valitaan uusi hallitus sekä julkistetaan edellisen vuoden vuosikertomus. Kokous tullaan pitämään helmi-kuun alussa, tarkka ajankohta ja paikka ilmoitetaan yhdistyksen internet-sivuilla. Jäsenistöltä toivotaan runsasta osanottoa tapahtumaan, jonka yhteydessä tullaan totuttuun tapaan järjestämään myös uuden vuoden ensimmäinen **olutkulttuuri-ilta**.

Yhdistys toimeenpanee myös vuotuisen varainkeruun puheenjohtaja **Välimaan** johdolla. Lisäksi on tarkoitus järjestää ainakin yksi olutmaisteluilta alkutalvesta, ravintoloissa kun vielä piisaa maistamattomia joululuuita. Kaikista tapahtumista informoidaan jäsenkokoontumisissa sekä internet-sivuilla.

Kuukausittaiset
jäsenkokoontumiset

Muistutettakoon tässä vielä samalla, että Jyväskylän Olutkulttuuriseuran kuukausittaiset jäsenkokoontumiset pidetään aina joka kuun 1. keskiviikkona, eli seuraava kokoontuminen on jo tammikuun 4. päivä. Kokoontumiset pidetään Jyväskylässä ravintola **Old Brick's Inn**:ssä (Kauppakatu 41) ja Tampereella **Kaksisa Kasvoissa** (Kauppakatu 14). Kokoontumiset ovat kaikille avoimia ja ne ovat erinomainen tilaisuus tulla tutustumaan seuran toimintaan ja jäsenistöön. Jyväskylässä kokoontumisia vetää paikallisosaston johtaja **Mauri Salojärvi** ja Tampereella vt. paikallisosaston johtaja **Tarkko Oikkonen**.

Paitatilaukset

Jäseniä kehoitetaan hankkimaan itselleen yhdistyksen virallinen paita. Jäsenpaitamme ovat mustaa laadukasta Oxford-kauluspaitamallia ja kaikkia kokoja on saatavilla. Paitojen tilauslomake löytyy yhdistyksen internet-

sivuilta. Tilauksia voi osoittaa myös suoraan puheenjohtajalle tai yhdistyksen toimistolle. Tilauksia vastaanotetaan myös kuukausikokoonntumisten yhteydessä.

Olutkirjasto

Syksyllä käynnistämämme olutkirjastotoiminta on ottanut tuulta siipiensä alle, uusia kirjoja kirjastoon saadaan lahjoituksina liki viikottain. Kirjaston toimintaa on tarkoitus laajentaa tulevaisuudessa. Ajantasainen kirjaluetelo sekä lainausohjeet löytyvät seuran internet-sivuilta.

Jäsenmaksut ja
lahjoitukset

Seuran pankkitili: 104535-764716 (Nordea), jäsenmaksu ensisijaisesti osoitettua viitenumeroa käyttäen. Jyväskylän Olutkulttuuriseura ry ottaa vastaan rahallisia lahjoituksia valistustoimintansa edistämiseksi.

Jäsenyy

Seuran jäsenyydestä kiinnostuneita kehoitetaan osallistumaan kuukausittaisiin jäsenkokoontumisiin tai ottamaan suoraan yhteyttä seuran johtoon.

Jäsenlomake on myös täytettävissä seuran internet-sivuilla, www.olutkulttuuriseura.fi. Täytetty jäsenlomake toimitetaan seuran toimistoon tai puheenjohtajalle.

Vuotuinen jäsenmaksu on 20 euroa. Jäsenmaksuista saadut tulot käytetään tapahtumien järjestämiseen ja jäsenetuuskien kehittämiseen sekä valistustoiminnan edistämiseen.



**Puheenjohtaja Välimaa ja Jyväskylän
Olutkulttuuriseura toivottavat lukijoille
maltaista joulua!**

JÄRJESTÖLAULU

Vierellä Isar lainehtii,
"Grüss Gott!" kansa tervehtii,
Tiesi näin Müncheniin jo vie,
sille ei vertaista lie.

Halvalla siellä vettä saa,
vaan se verta laimentaa.
Hyvä jos viinimalja on,
sarkka on voittamaton.

Siell' Hofbräuhausin kellarit,
yks, kaks, juokaa
olvituopit, tynnyrit,
yks, kaks, juokaa!
On siellä tuttu kilpa tää,
yks, kaks, juokaa;
kuin paljon veikolla kesti pää,
kun aamulla jo sinne saa,
niin kiista illaksi ratkeaa.
Siis suunta on Hofbräuhaus!

Wilhelm Gabriel / Klaus S. Richter
Suom. Erkki Ainamo
Muutokset: OKS / 2011.

OLUTSAMPO -LEHTI

Päätoimittaja Teemu Sandblom
Toimitus S.J. Välimaa, Mikko Tyni (AD), Tarkko Oikkonen
Julkaisija puheenjohtaja Sampo J. Välimaa
Kustantaja Jyväskylän Olutkulttuuriseura ry

Toimitus: Toritie 26 G7, 40520 Jyväskylä
Sähköposti: olutsampo@olutkulttuuriseura.fi

Sitoutumaton kausijulkaisu
Ilmestyy 3-4 krt. vuodessa
II. vuosikerta

Painosmäärä: 300 kpl
Painopaikka: Jyväskylän Yliopistopaino

Kun keskiolut saapui Jyväskylään

Jatkoa etusivulta...

jän palauttamista vastaan. Myös saman päivän amerikkalaisessa, käännetyssä Taavi-sarjakuvassa (alk. ”Barney Google”, tekijä **Bob Weber**) esiintyy korostetusti keskioluen toimittaminen koteihin, peräti säiliöauton avulla.

18.12.1968 Keski-Suomen Ilta-lehdessä luetteloidaan keskioluen myynnin käytännön järjestelyjä Keski-Suomessa. Vähittäismyyntipisteitä silloisen läänin alueelle oli tulossa 839 ja anniskelupaikkoja 82, joista Jyväskylässä 146 ja 23. Artikkelissa pohditaan kauppa-autojakoskevien vähittäismyyntilupien ongelmaa näiden liikkeussa useamman kunnan alueella. Mainitaan myös yhdeksän suomalaisen kunnan kieltäneen kokonaan vähittäismyyntiä ja anniskelun – tähänhän nykyinenkin alkoholilaki antaa kunnanvaltuustoille teoreettisen mahdollisuuden. Jälleen alleviivataan keskioluen kotitoimitusten suurta osuutta, tavan joka sittemmin tämän suuren olutkulttuurimurroksen mainingeissa katosi melko nopeasti. Huomiota kiinnittää samassa lehdessä myös Alkon työpaikkailmoitus, jossa haetaan hyvämaineisia, 20 vuotta täyttäneitä myyjiä keskikoulu- tai kauppakoulupohjalta Keuruulle, Jämsään ja Viitasaarelle avattaviin myymälöihin. Alkoholin saatavuus oli Keski-Suomessa vielä tuolloin huomattavasti nykyistä rajatumpaa.

Joulun allakin olutuutisoinnille löytyi tilaa. **20.12.** kysyttiin jälleen Keski-Suomen Ilta-lehden lukijoilta keskioluen yleistyimestä ruokajuomana. Vastaukset olivat aiempaa selkeämmin myönteisiä, suorastaan odottavia – useampia olutkoreja oli aikomus hankkia moneen kotitalouteen heti vuodenvaihteessa. Mielenkiintoisesti myös tällä kertaa naisvastaaja korostaa, miten ei aiemmin voinut käytännössä ostaa olutta lainkaan, sillä ostaminen olisi edellyttänyt Alkossa asiointia.

Keskisuomalainen otsikoi **22.12.** räväkästi: ”*Valtiovarainministeri:*

Arkaisemmillla hinnoilla ei raittius olisi kannattanut”. Ministeri **Eino Raunion** mukaan keskioluen ohjeellista hintaa oli päätetty korottaa 80 pennistä 90 penniin. Tuotiin esille ongelmaa, miten keskiolut on aiemmin halvimmillaan maksanut vain 70 penniä, siinä missä alkoholittomatkin juomat ylittivät jo hinnassa markan. Samassa lehdessä todettiin myös ”olutlain” vaikuttavan ennen aikojaan; mietojen Alkon juomien kulutus oli jo lakimuutosta odotettaessa kohonut suuremmaksi kuin väkevien. Panimoteollisuusliiton toiminnanjohtaja, varatuomari **Sauramo** piti tätä historiallisena tapahtumana ja osoituksena uuden alkoholipolitiikan tuloksellisuudesta.

Joulunpyhien jälkeen, sanomalehtien jälleen ilmestyessä, palattiin odotetusti keskiolutteemaan. Perjantaina **27.12.** Keskisuomalaisessa kerrottiin, miten vapautumista seuraavien ensimmäisten päivien odotettu oluentarve on jopa 3 miljoonaa litraa. 10 miljoonaa pulloa tultaisiin laske-

ohjeita ja määräyksiä vähittäismyyntistä tultaisiin noudattamaan tarkkaan. Eräs oluttehdas kertoo, miten pelkästään Jyväskylää ja lähialuetta varten on varattu kuusi oluttrekkaa vuoden vaihteen jakeluun. Lopussa mainitaan hurjista pakkaslukemista ja pohditaan, ovatko innokkaimmat odottajat silti jo aamuhämärissä kauppojen ja anniskelupaikkojen ovien edustoilla.

Tammikuu 1969

Lehtien alkaessa jälleen ilmestyä, otsikoidaan etusivuilla odotetusti olutmurroksesta. Keski-Suomen Ilta-lehden (**2.1.1969**) mukaan niin ravintoloitsijat, kauppiat kuin poliisikin ovat yllättyneitä keskioluen odotettua hillitymmästä kysynnästä ja vastaanotosta. Seuraavana päivänä Keski-suomalainen jatkaa samalla teemalla tarjoten laajan ja analyytisen artikkelin ”keskivahvasta”, kuten keskiolutta etenkin tässä lehdessä nimitettiin. Niinikään **3.1.** Keski-Suomen Ilta-lehti käsittelee vapautumisen

seuraamuksia gallupilla, ”*Mistä olette havainnut, että keskiolut on vapautunut?*”. Vastaajina konstaapeli, linja-autoaseman virkailija, taksimies, konttoristi, maanviljelijä ja evp-upseeri. Kaikki vastaajat korostavat, etteivät ole havainneet oikeastaan mitään poikkeavaa. Ihmisten kerrotaan kuitenkin puhuvan oluesta tavanomaista enemmän. Jälleen mainitaan myös olutkorit, jotka oli haettu porstuaan ja ”siinä se”.

11.1.1969 Keskisuomalainen otsikoi nykyvinkkelistä hivenen yllättävästi: ”*Keskiolut ei ole tulvinut suomalaisen ruokapöytään – Maidon asema yhä vakaana*”. Artikkelissa kumotaan ilmeisesti joissain piireissä vallinnut pelko siitä, että keskiolut olisi vapautuessaan syrjäyttänyt maidon ensisijaisena ruoka- ja janojuomana. Päivää myöhemmin, **12.1.**

Keski-Suomen Ilta-lehti tarjoaa Olville rivien välistä huomattavaa mainostilaa uutisoidessaan tuolloin säätiömuotoisen Olvin panimon uudistuksista ja ennen kaikkea siitä, miten tämä tukee opiskelijoita stipendein ja apurahoin.

20.1. ja **21.1.** Keski-Suomen Ilta-lehti käsittelee Alkon asemaa oluen myynnissä. Vuonna 1968 sen ollessa käytännössä ainoa myyntikanava, kasvoi kuluttajamyynti liki 30 ja ravintoloille myynti n. 60 prosenttia. Vuodenvaihteen jälkeen, tammikuun ensimmäisinä viikkoina 1969 oluenmyynti Alkossa kerrotaan kuitenkin kääntyneen huimaan laskuun hiljennyttyään samaisten 30 prosentin verran. Alkon mainitaan profiloituvan yhä selkeämmin vain A-olueen.

Vielä seuraavanakin päivänä (**22.1**) keskiolut puhuttaa. K-S Ilta-lehden etusivulla julkaistaan mielipidekirjoitus, jossa nimi-merkki ”Kaukaa viisas” kuvaa huojennuksen olevan ennenaikaista ja vapautumisen haittojen näyttäytyvän vasta ajan kuluessa. Ilmestyskirjallisin sävyin varoitetaan kansan tapainturmeluksesta, jossa suurinta osaa tulisi näyttelämään alkoholi.

Tammikuun loppupuolella Keski-Suomen Ilta-lehdessä palataan taas olutuudistuksiin. Nyt käydään läpi kokonaisvaltaisemmin uuden alkoholilain mukanaan tuomia muutoksia: ”*Suomalaista suositaan, kasvatetaan mietoihin ja annetaan varusmiehillekin*”. Kotimaisten alkoholituotteiden etusijaa korostetaan useampaan kertaan. Ellei asiakas varta vasten osannut vaatia juuri tiettyä tuotetta, tuli hänelle tarjota lähtökohtaisesti suomalaista vastaavaa. Artikkelissa mainitaan myös, miten uusi alkoholilaki vaati nyt anniskelupaikoilta myös kohtuullisen valikoiman mietoja juomia sekä salli oluen tarjoilun muillekin kuin ruokailijoille jo aamuyhdeksästä alkaen. Uutisoinnin arvoisena pidettiin myös muutosta, jolla sallittiin alkoholijuomien tarjoilu miehistöön ja alipäällystöön kuu-

luville sotilashenkilöille ilman päällystön lupaa.

Keski-Suomen Ilta-lehti uutisoi **28.1.** vielä nykyäänkin vaikuttavan ravintola Kierteen avaamisesta Kortepohjassa, silloisena ”Insinöörioppilasyhdistyksen ruokalana”. Kahta päivää myöhemmin samassa lehdessä kyseltiin lukijagallupina, onko krapula sairaus. Kaikki vastaajat – varusmies, eläkeläinen, arkkitehti, autonasentaja, kirurgi ja maanviljelijä – pitivät krapulaa itse hankittuna ja siten ei-sairautena. Eräs torilta tavattu vastaaja kuitenkin täydensi, että ”parempi olla krapulassa, kuin ihan selvänä”.

Helmikuu 1969

Ensimmäisten kahden viikon aikana Keski-Suomen Ilta-lehti käsittelee olutta kahdessa artikkelissa. **3.2.1969** käsiteltiin ensimmäisen keskiolutkuukauden vaikutuksia Jyväskylässä. Mainitaan 263 juopumuksesta pidettyä, joista 28 oli ilmoittanut levottomuudella. Alkoista kerrotaan A-oluen myyntiin nousseen (vrt. **20.** ja **21.1.**). Kaupoista puolestaan todettiin maidon myynnin kasvaneen edelleen. Jo aiemmin mainittu maito-keskiolut -rinnastus toistui siis jälleen uutisoinnissa.

10.2. sivuttiin olutta ensimmäistä kertaa ruokapalstalla. Tällöin esiteltiin olutmakkarointia, erityisesti saksalaista Burger-makkaraa erilaisten reseptien muodossa. Kuun puolivälissä otsikoitiin etusivulla raittiusjärjestö Ryhti-liikkeen tekemästä tutkimuksesta suomalaisten alkoholittomuudesta ja juopumuksen yleisyydestä - ”*Jyväskyläläiset normaaleja, humalainen kadulla joka 45. minuutti*”. Kaikkiaan 43 paikkakuntaa oli seurattu yli 150 tunnin ajan, päivin ja öin tällaiseen statistiikkaan päätymiseksi.

Aivan tarkastelujakson lopulla, **helmikuun 26. päivänä** ilmestyi K-S Ilta-lehdessä vielä yksi mielipidekirjoitus, jossa sivuttiin keskiolutlain huonoa noudattamista maaseudun kyläkaupoissa. Kerrotaan anekdootteja kau-

Vapautunut keskiolut tuli hyvään tarpeeseen!

poista, joissa asiakkaat myyntitiskiä nojailien juovat pulloistaan kaupan tiloissa. Alkolta vaadittiin pikaisia toimia, ”pykälät ovat pykälät”.

POHDINTAA

Keski-Suomea ja Jyväskylää käsittelevässä aineistossa (Keskisuomalainen ja K-S Ilta-lehti) näytetään noudattelevan varsin samanlaista kaavaa. Etenkin joulukuussa esiintyy tulevan muutoksen vaikutuksia spekuloida ja välillä etukäteen kritisoivaakin uutisointia. Mitä lähemmäs vuodenvaihdetta ajallisesti edetään, sitä yksityiskohtaisemmaksi uutisointi käy. Voidaan ajatella siirtymän olutkulttuurimurroksen makrotasolta käytännön tasolle, konkretiaan; nyt kysellään kansalaisten, kauppiain ja viranomaisten visioita ja odotuksia tulevasta. Tammikuusta alkaen uutisoinnin painotus luonnollisesti siirtyy kuvaamaan, miten suuri muutos käytännössä toteutuu. Alkuun ollaan hieman varpaillaan, kerätään ja esitetään eri yhteyksissä tiedonjyväsä. Kokonaiskuva alkaa selvästi hahmottumaan vasta tammikuun loppupuolella ja helmikuussa, tällöin uutisointiin ilmaantuu oikeastaan huojentunut sävy, ”näinkö vähällä tästä selvittiinkin”.

Keskioluen tulo osaksi arkea tuntuu saavuttaneen tässä vaiheessa yleisen hyväksynnän, siitä oli tullut tunnustettu tosiasia.

Varsinaisen toimituksellisen materiaalin ulkopuolella aineistomme paikallislehtien lukijapalstoilla esiintyi huolestuneita kirjoituksia alkoholin yhteiskunnan selkärangan rappeuttavasta vaikutuksesta joksikin koko tarkastelujakson ajan. Myös valtakunnallisissa lehdissä ilmeni samaa. Esimerkiksi Ilta-Sanomien julkaisi joulukuun 1968 lopulla piirroksella kuvitettuna puheenvuoron, jossa vaadittiin Helsingin asematunnelissa sijaitsevan Alkon siirtämistä ”jonnekin meille kaikille vähemmän tärkeään paikkaan”. Kirjoituksessa kuvattiin värikkäin

sanankääntein Alkon välittömässä läheisyydessä vallitsevaa äärimmäistä rappiota ja epäjärjestystä. Poliisilla oli ilmeisesti kyky olla olematta paikalla, kun pahimpia käsirsyjiä ja ahdisteluita tapahtui. Tästä syystä vähimpänä toteuttavana toimenpiteenä kirjoitetaan vaati jatkuvan poliisivartion perustamista alkoholiliikkeen läheisyyteen Alkon kustannuksella, ”kyllä rahaa riittää”.

Mielipidekirjoitukset olivat uutisjuttujen linjasta poiketen lähes yksinomaan olutmurrokseen negatiivisesti suhtautuvia. Tämä herättää väkisin pohdintaa kriteereistä, joilla kirjoituksia valikoitiin julkaistavaksi – näyttäytyikö vallinneen mielipideilmaston koko totuus siivilän läpi kulkeneessa aineistossa? Toisaalta toimitukselliset kannanotot niin pääkirjoituksissa kuin uutisoinnin lomaan ujutettuina pysyttelivät melko maltillisina ja todennäköisimmin näin mukailivat lehden pääasiallista linjaa.

Lukijagallupit näyttivät olevan jo tuolloin varsin yleinen tapa taustoitaa uutisten aihepiiriä ja tuoda palstoille ruohonjuuritason näkemyksiä. Etenkin Keski-Suomen Ilta-lehdessä ilmestyi useita tavalla tai toisella olutaiheisia gallupkyselyjä, joiden vastaajat näyttäsivät tulleen valikoiduiksi melko tasaisesti eri sosiaali- ja ammattiryhmistä. Otannasta ja esitetystä gallup-vastauksista voidaan mielestämme vetää pitviä johtopäätöksiä siitä, että olutmurrokseen suhtauduttiin varsin maltillisesti ja suorastaan letkeästi suurimman osan kansasta keskuudessa. Uudistus nähtiin toivottuna tai vähintäänkin luontevana.

Valtakunnallisten lehtien näkökulma olutmurrokseen oli luonnollisesti koko maan laajuinen. Käytännön esimerkit, kuten olutpullojen hintavertailut, otettiin kuitenkin useimmiten Helsingistä. Mielenkiintoisesti Helsingin Sanomat esitteli hieman poikkeuksellisempiäkin jakelukana-

kuun alkupuolella käytiin läpi esimerkiksi lento-, juna- ja laivaliikkeen oluttarjontaa. Merkille pantavaa oli, että tuolloin junien ravintolavaunuissa oluttarjoilu ruokailuun kytkettynä saattoi alkaa jo aamuvuodeltä. Molemmissa valtakunnallisissa lehdissä esiintyi katsauksia, joissa olutuudistuksen alkuhetkiä seurattiin eri paikkakunnilla. Oluttrekkojen liikkeelleläähtöä tervehdittiin kaikkialla erinäisin juhlallisuuksin. Toisaalla soitettiin jenkkaa, jossakin järjestettiin ilotulitus. Toisin kuin paikallislehdissä, joissa useimmiten aihetta käsiteltiin yhden tai enintään kahden artikkelin tasolla yksittäistä numeroa kohti, etenkin Helsingin Sanomissa ilmestyi vuodenvaihteen jälkeisinä päivinä jopa 3–4 olutaiheista juttua. Toisaalta olutuutisointi myös hiipui paikallislehtiin nähden joksikin nopeammin - valtakunnassa ja sen ympärillä tapahtui paljon muutakin ja olutuudistus vaikutti vuodenvaihteen jälkeen lähinnä nimenomaan paikallisella tasolla.

Olutmainontaa esiintyi odotetustikin enemmän valtakunnallisissa lehdissä. Joulukuun lopun Ilta-Sanomien kertoo ilouutisena, miten vuodenvaihteesta alkaen myös tuontioluita on saatavilla. Yhteensä kuuden kotimaisen merkin lisäksi tanskalaisten Carlsbergin ja Tuborgin panimoiden tuotteet olisivat valikoimassa H-hetkenä. Saksalaiset oluet kyllä tunnettiin hyvin, mutta tanskalaisten tuotteiden edustus suomalaisissa kaupoissa oli tuolloin huomattavaa. Muutamia muitakin erikoisuuksia oli, kuten sveitsiläisen Hürlimann-panimon oluet. Ilta-Sanomissa ja Helsingin Sanomissa olutmainosten määrä näytti lisääntyvän selkeästi vuodenvaihdetta kohden. Mielenkiintoista on, kuinka viime aikoina pinnalla olleet ”mäyräkoirat” ja olutsalkut ovat olleet tunnettuja jo tuolloinkin, oluen juuri vapauduttua. Myös olutmainonnan tyyli pistää silmään selkeässä rahvaanomaisuudessaan nykyiseen, ainakin ajoittain oivaltavuuteen pyrkivään mainontaan verrattuna. Toisaalta joissakin mainoksissa on havaittavissa aikaansa nähden varsin modernejakin visuaalisia ratkaisuja, esimerkiksi Karjala-oluen mainoksissa kuvataan perinteinen vangin kuulakahle symbolisesti

OLUT VAAHTOSI RAUHALLISESTI Keski-Suomessa eilen ja tänään

irrallaan avatun pullon vieressä. Paikallislehdistä olutmainokset olivat selkeästi satunnaisempia. Suurikokoisia, useamman palstan mainoksia, jotka valtakunnallisissa lehdissä olivat jo tuolloin vakiintuneita, ei näissä nähty. Keski-Suomen Ilta-lehdessä mainostettiin toisinaan Olvia aivan lehden nimen tuntumassa, pienessä ylänurkkamainoksessa.

Yhteenvertona voidaan todeta uutisoinnin noudattaneen varsin tyypillistä lähestyvän suuren yhteiskunnallisen muutoksen ja sen jälkeisen ajan kaavaa. Valtakunnallisissa lehdissä olutmurros ei saanut suhteellisesti yhtä paljon näkyvyyttä, kuin paikallisissa. Yhtenä syynä tähän on nähdäksemme lehtien ylipäättään laajempi katsanto - toisaalta keskioluen vapautuminen vaikutti vahvimmin nimenomaan paikallisesti. Sinälään mielenkiintoista oli huomata, miten muut keskioluen vapautumiseen läheisesti kytkeytyneet lainsäädännölliset muutokset, jotka myös samalla päivämäärällä astuivat voimaan, jäivät uutisoinnissa oleellisesti vähemmälle huomiolle. Ilman samanai-kaista keskiolutuudistusta nämä liberalisoinnit olisivat varmasti saaneet suurempaa palstanäkyvyyttä osakseen. Esimerkiksi aiemman Väkijuomalain korvanut vuoden 1969 uusi Alkoholilaki oli varsin vallankumouksellinen, mahdollistaen mm. Alkon myymälöiden perustamisen maaseudulle ja ravintoloiden aukioloaikojen oleellisen vapautumisen. ja perinteisen ravintolaluokittelun poistumisen. Myös julki-juopumuksen kriminalisoinnin purkaminen oli tärkeä kriminaali- ja sosiaalipoliittinen uudistus, jolla sakkotuomiota istuvien määrää vähennettiin kertaheitolla.

Nykytarkastelijan silmiin tietyt aspektitolutuudistuksenajassaolivat jopa nykyistä, edelleenkin varsin tarkkaan säädeltä alkoholi-politiikkaa liberaalimpia. Ajatellaan vaikkapa oluen myyntiä koreittain - vieläpä kotiinkuljetuksena suoraan panimoilta! Uusi juoma otettiin

vastaan varsin toiveikkaasti, mielestämme tarkastelujakson kirjoittelussa oli nähtävillä alkuun orastava mahdollisuus olutkulttuurille, joka olisi muodostunut oleellisesti toisenlaiseksi kuin nykyisin vaikuttava. Oltiin yllättävänkin kansainvälisiä, vaikutteita haettiin vahvoista olutmaista kuten Tanskasta ja Saksasta. Ennakkoluottomasti yhdisteltiin myös olutta ja ruokaa; useampikin ravintola mainosti tarjoavansa perinteisen voileipäpöydän rinnalla olutmakaraa, konjakkirenkaita ja olutpiiraita. Nyttemmin absurdilta vaikuttava ajatus oluesta maidon korvaajana ei kenties sittenkään ollut aivan tuulesta temmattu kauhukuva ja toisenlainen ja teoriassa varsin mahdollinen kehityskulku olisi voinut istuttaa oluen huomattavasti nykyistä luontevammin osaksi suomalaista arkikulttuuria - kohtuudella nautittavaksi ruokaa ja seurajuomaksi. Edistyksellistä oli myös pyrkimys lähioluen suosimiseen, tämä tuli ilmi useissa artikkeleissa. Oman kylän panimo asetettiin etusijalle, milloin sellainen vain paikkakunnalta löytyi. Paikallisvetoinen, omaleimainen panimokulttuuri vaikutti vielä, joskin yleinen suuntaus oli jo suurpanimoiden muodostumiseen ja jakeluverkon keskittämiseen.

Kaiken kaikkiaan suuri ”olutvallankumous” tuntui tapahtuneen rauhallisesti koko maassa. Kauhukuvat kansan moraalien rappeutumisesta ja yhdessä yössä muuttuvasta valtakunnasta jäivät toteutumatta. Ei voida väittää, että kansa olisi oppinut juomaan vapaan keskioluen myötä. Tämän se jo osasi, mutta kulutus suuntautui nyt aiempaa selkeämmin miedompiin juomiin. Keskioluen vapautuminen voidaankin nähdä osana yleistä liberalisotumisketitystä, holhoavista asenteista siirryttiin kohti kansalaisen ja kuluttajan lisääntynyttä vapautta, valtaa ja vastuuta.

Oma kysymyksensä tietysti on, onko tällainen ajattelu nyt esimerkiksi viime aikojen asenneilmastossa tullut lopullisesti tiensä päähän.

*Mikko Tyni
Teemu Sandblom*

Uutisvuosi 1969 - tekolääkäreitä ja joulupornoa

Varsinaisen tarkastelujakson ulkopuolella tutkimme mielenkiinnosta myös uutistapahtumia hieman pidemmälle, aina vuoden vaihteen 1969-1970 paikkeille, jolloin vapaa keskiolut oli ehtinyt vaikuttaa vuoden verran. Olutaiheinen uutisointi odotetusti väheni ja loppuvuodenkin paikkeilla sitä oli huomattavasti edellisvuotta vähemmän, mutta joitakin katsausartikkeleita kuitenkin ilmestyi, joissa kuvailtiin uusien ravintoloiden syntyä ja jakeluverkoston kehittymistä. Ensimmäiset varsinaiset olutravintolansahan Suomi sai juuri tämän kehityskulun myötä. Luonnolliseksi formaatiksi olutravintoloille muodostui englantilainen pub. **Richard's Pub** Helsingissä ja vieläkin toimiva **Salhokankadun Pub** Tampereella avasivat ovensa 1969. Myös kourallinen muita hyvinkin esikuvilleen uskollisia ensimmäisen aallon pubeja aloitti näihin aikoihin.

Kiivas mielipidekirjoittelu niinikään jatkui pitkään, yllättävästi jopa yltyen tai vähintään pysytellen samansävyisenä viiltävässä kynnisytydessään kuin vuoden 1968 puolella. Kansan riveissä vapaan keskioluen vuosipäivää, kätevästi uudenvuodenjuhlintaan yhdistyneenä, sen sijaan kylläkin tervehdittiin näkyvästi. Vuodenvaihteessa 1969-1970 järjestettiin Helsingissä mm. *“Keskioluen vapautumisen 1-vuotisjuhla”* sekä *“Tapahtuma nimellä Karhu-Night”*, jota mainostettiin vuoden hauskimpana huvitilaisuutena.

Yleisemminkin 60-luvun lopun sanomalehtien lukeminen oli hyvin kiehtova kokemus. Uutisoinnin tyylistä huomasi selvästi, kuinka nykymuotoista Julkisen Sanan Neuvostoa ei vielä ollut lehdistön toimintaa ohjaamassa. Esimerkiksi rikosuutisissa epäillyn nimi kirjoitettiin julki kokonaan jo pidätysvaiheessa ja onnettomuuksien kuvauksissa uhri ja hänen tilansa esitettiin graafisen tarkasti; kuinka monen metrin päähän junaturman uhrin pää oli sinkoutunut ruumiista ja miten monta metriä ohutsuolta oli pursunut ulos puukotetun vatsaontelosta. Myös artikkelien sanankäyttö poikkesi nykymuotoisesta. Yhtenä malliesimerkkinä tästä voidaan pitää Keski-suomalaisessa päivämäärällä 21.11.1969 julkaistua artikkelia, jonka otsikko oli ”*Tämä vuosi aikaa hakata omaa lastaan laillisesti*”. Artikkelissa käsiteltiin lastensuojelulain muuttumista vuodenvaihteessa ja artikkelin rivien välistä pystyi havaitsemaan selvästi positiivisen ja jopa innostuneen sävyn, jolla Mannerheimin Lastensuojeluliiton edustaja puhui lasten oikeuksien selkeästi paranemisesta. Nykyihmisen silmään vain tarttuu herkästi juuri lapsen ”hakkaamiseen” keskittyvä semantiikka, vaikka kyseessä oli todennäköisesti termi, jota käytettiin lapsen kasvattamisen tietyistä, ei välttämättä äärimmäisiin kurinpitotoimiin eskaloituvasta toiminnasta. Otsikko saa täten huomattavan humoristisen, jopa tragikoomisen sävyn.

Huomattavaa on myös, kuinka useilla nykymediassa uusina ja ennenkuulumattomina markkinoiduilla ilmiöillä on selkeitä, joskin unohtettuja ennakkotapauksia jopa vuosikymmeniä aiemmin. Esimerkiksi helmikuussa 1969 paljastui ”tekolääkäritapaus”, jossa valokopioseteleitä värjännyt sorvari **Eino Ilmari Puttonen** oli esiintynyt röntgenlääkärinä Keski-Suomen keskussairaalassa. Samantyyppisiä huijauksia oli asiasta haastateltujen kansalaisten kommenteista päätellen muitakin. Kysyttiinpä gallupissa lukijoilta, olisiko näillä otsaa esiintyä lääkärinä. Eräällä maisteriksi esittäytyneellä vastaajalla oli.

Eräs vuodenvaihteen 1970 omalaatuinen tapahtumasarja oli ns. joulupornoepisodi. Tuolloin analogiseen tv-verkkoon vuosi vahingossa televisioteknikoiden yksityiskäyttöön tarkoitettua pornografista materiaalia. Tapahtuma sai valtavat mittasuhteet ja paljon mediahuomiota, järjestettiinä asian tiimoilta oikeudenkäyntikiri.

OLUTKATSELMUS

Tällä palstalla arvioidaan ajankohtaisia olutmakuja, pyrkien tarjoamaan lukijoille inspiraatiota uusiin olutnautintoihin. Käsitellyt oluet ovat saatavilla joko Alkon myymälöistä tai laadukkaista olutravintoloista.

Ajankohdasta johtuen tässä numerossa keskitymme jouluoluisiin. Joulukuuten muutkin kausioluet kuvaavat usein vuodenajan henkeä; kesäiset kausioluet ovat hennosti humaloituja ja raikkaita, syksyllä maltaisempia ja tuhdimpia ja joulun alla melkoisen voimakkaastikin maustettuja ja täyteläisiä.

There is no Santa

Kotimaa: Iso-Britannia
Tuottaja: Brewdog
Oluttyyppi: Ale
Alkoholipitoisuus: 4,7 %

Väritään erittäin tummanruskea, keskitäyteläinen, runsaan glögimausteinen, jouluiinen sekä miedosti humaloitu pintahiivaolut Skotlannista. Hyvin voimakkaan jouluisesti maustettu tumma ale. Tuoksu on tulvillan joulun mieleen tuovia aromeja, kuten kanelia, neilikkaa ja kardemummaa. Suutuntuma on keskitäyteläinen ja maku kylmän glögin kaltainen. Maustamiseen on käytetty inkivääriä sekä kaakaopapuja. Glöginäinen mausteisuus hallitsee täydellisesti koko olutta tuoksusta pitkäkestoiseen jälkimakuun asti. Rungoltaan kuitenkin harmittavan ohut, eivätkä ylianostellut mausteet anna sijaa humalille tai paahdetuille maltaille.

Mild Winter

Kotimaa: Yhdysvallat
Tuottaja: Goose Island
Oluttyyppi: Ale
Alkoholipitoisuus: 5,6 %

Tummanruskea, melko täyteläinen, pehmeä, maltainen, makeahko, paahtunut, hedelmäinen sekä keskiasteisesti humaloitu yhdysvaltalainen pintahiivaolut. Maukas amerikkalaistyyppinen tumma talvikauden ale. Tuoksusta löytyy niin maltaista makeutta kuin hedelmäisyyttäkin sekä hieman humalaa. Melko täyteläinen, paahteinen, maltainen makeahko, ja hieman hedelmäinen. Suutuntumaltaan miellyttävän pehmeä. Nimi tuo mieleen brittiläiset mild alet, mutta jo alkoholipitoisuus, tuoksu ja etenkin maku paljastavat oluttyyliksi pikemminkin tumman jenkialen. Samanaikaisesti erittäin tasapainoinen sekä mieluisan maukas seurusteluun ja nautiskeluun sopiva olut.

VASP Joululolut 2011

Kotimaa: Suomi
Tuottaja: Vakka-Suomen Panimo
Oluttyyppi: Savuolut
Alkoholipitoisuus: 4,5 %

Kullankeltainen, keskitäyteläinen, runsas, savuinen, maukas ja keskiasteisesti humaloitu pohjahiivaolut Suomesta. Yllätyksellisesti vaalea savuolut joulukaudelle. Tuoksu on runsaan savuinen tuoden mieleen palvaamon. Savuisuus jatkuu tuntuvasti sekä maussa että pitkäähkössä jälkimaussa. Suutuntuma on keskitäyteläinen. Savun makua ei ole liikaa, vaikka se voimakasta onkin, sillä kyseessä on kunnon raaka-aineista valmistettu savuolut, eikä mikään suurpanimon aromiyritelmä. Vähintäänkin kokeilun arvoinen kumppani joulusaunaan ja joulupöytään.

Frosted Frog 2011

Kotimaa: Yhdysvallat
Tuottaja: Hoppin' Frog
Oluttyyppi: Ale
Alkoholipitoisuus: 8,6 %

Tummanpunertavan ruskea, melko täyteläinen, voimakkaasti mausteinen, kaakaoinen, hedelmäinen ja keskiasteisesti humaloitu yhdysvaltalainen pintahiivaolut. Roimasti joulukuuten glögimaustettu aromatisoitu vahva ale. Tuoksultaan vahvan kanelinen, muttei liiallisen. Maussa on paljon kanelia, kardemummaa, neilikkaa, inkivääriä ja tummaa suklaata suutuntuman ollessa melko täyteläinen. Alkoholin makua ei tunnu ollenkaan. Jälkimaku kestää pitkään. Mausteisuus vie voiton maltaiden ja humalien vivahteista. Kyseessä ei kuitenkaan ole millään tavalla yli- maustettu jouluale, sillä kokonaisuus on hienosti tasapainossa.

Winter Porter

Kotimaa: Tanska
Tuottaja: Hornbeer
Oluttyyppi: Portteri
Alkoholipitoisuus: 8,6 %

Musta, hyvin täyteläinen, runsaasti paahtunut, voimakkaan maltainen ja vahvasti humaloitu pintahiivaolut. Rehdin runsasmakuinen talvikauden lämmittäjä. Tuoksultaan voimakkaasti paahtuneen maltainen ja suutuntu- maltaan täyteläinen. Mausta löytyy voimakkaasti paahtunutta maltaisuutta, tummaa suklaisuutta sekä kahvisuutta. Konstailemattoman rehellinen ja oikein tuhti portteri. Alkoholi ei maistu laisinkaan. Runsasmakuisuudesta huolimatta pehmeyttäkin löytyy oluen lämmentyä. Varsin lähellä miedompia imperial stoutejä, vaikkei olekaan yhtä kuiva.

Juleöl 2011

Kotimaa: Tanska
Tuottaja: Hornbeer
Oluttyyppi: Ale
Alkoholipitoisuus: 9,0 %

Tummanruskea, täyteläinen, maltainen, makeahko, lakritsinen, hedelmäinen, mausteinen ja keskiasteisesti humaloitu tanskalainen pintahiivaolut. Merkittävän lakritsinen tumma belgialaistyylinen jouluale. Tuoksultaan makean maltainen ja hedelmäinen. Suutuntuma on melko täyteläinen. Maussa runsasta lakritsia, makeaa mallasta, belgialemaista hedelmäisyyttä ja mausteita. Alkoholi ei tunnu, mutta lämmentää. Erittäin mieluisa, maukas sekä pehmeä.

Snowman Ralph (hanaolut)

Kotimaa: Tanska
Tuottaja: Mikkeller
Oluttyyppi: Portteri
Alkoholipitoisuus: 5,5 %

Musta, melko täyteläinen, maltainen, paahtunut sekä erittäin runsaasti humaloitu pintahiivaolut. Talvikauden portteri, jossa on vähintäänkin ronskisti humalaa. Tuoksultaan vahvan humalakateroinen ja suutuntu- maltaan melko täyteläinen. Humala hallitsee olutta kokonaan peittäen alleen paahtuneisuuden ja maltaisuuden. Jälkimaku on arvatenkin hyvin humalakateroinen ja pitkä. Runko on myös hyvä ja ainakin kaltaiseni katkerofani tulee tyydytetyksi. Pieni brittiporttereihin mieltynyt puritanis- tinpoikanen minussa kutsuu humalointia jopa huikentelevaiseksi.

Mr. Sno'balls

Kotimaa: Iso-Britannia

Tuottaja: Harviestoun

Oluttyyppi: Ale

Alkoholipitoisuus: 4,5 %

Vaalean kuparinvärinen, keskitäyteläinen, hedelmäinen, raikas ja melko voimakkaasti humaloitu skotlantilainen pintahiivaolut. Varsin mainio talvikauden bitter ale. Tuoksussa on sitrusmaisen raikasta humalaa sekä hedelmäisyyttä. Suutuntumaltaan keskitäyteläinen. Maussa on hedelmäisyyden lisäksi yllättävän mukavasti raikkautta. Humalointiin on käytetty Steiermarkin Goldings- ja Challenge-lajikkeita. Humalan puraisua riittää jopa jälkikatkeroihinkin. Prosentteihin nähden ihmeen maukas bitter ale, edustaen kepeämpää, mutta raikkaampaa osastoa. Jouluisuudesta tai talvisuudesta kielivät vain humoristinen etiketti ja oluen nimi. Janon vievänä nautiskeluoluenä kerrassaan oivallinen valinta joulusaunaan, kunnon löylyjen jälkeen.

Gonzo Imperial Porter IV B

Kotimaa: Yhdysvallat

Tuottaja: Flying Dog

Oluttyyppi: Porterri

Alkoholipitoisuus: 8,7 %

Musta, täyteläinen, voimakkaasti paahtunut, maltainen, hieman hedelmäinen, runsas, voimaisa ja erikoisen vahvasti humaloitu yhdysvaltalainen pintahiivaolut. Todella ruokaisa sekä runsasmakuinen jenkki-portteri. Ei sovellu aloittelijalle. Parhaimmillaan haaleahkona. Erittäin runsaan maltainen, hyvin voimakkaasti paahtunut, hyvin täyteläinen ja yhdysvaltalaiseen tapaan yllättävänkin vahvasti humaloitu. Alkoholin kyllä huomaa, mutta se ei ole turhan voimaisa. Ylettömän ruokaisa ja todella tukeva pintahiivaportteri. Porttereista kiinnostuneen vasta-alkajan olisi ehkä syytä pysyä Baltian maiden pohjahiivaporttereissa kuten esimerkiksi A. Le Coqin, Aldarisin sekä Utenosin tuotteissa. Soveltuu lähes yksinomaan nautiskeluolueksi. Todella runsasmakuinen ja oikein voimakkaasti humaloitu jenkkiportteri, jonka hinnan ja laadun suhde on kohdallaan.

Miika Heinäaho



**Maailman ainoa aito pispalalaisravintola,
klassikko jo vuodesta 1968.**

**Avoinnna ma-pe 11-02, la-su 12-02, tervetuloa!
Keittiömme palvelee ma-ti 11-19, ke-pe 11-21,
la 12-21 ja su 12-19.**

**Pispalan valtatie 23, Tampere
www.pispalanpulteri.fi**

OLUTVISA

1. Kenen anglikaanisen kirjailijan klassikkotarinaan ”Mikki Hiiren jouluaatto (Mickey’s Christmas Carol)” -lyhytanimaatio perustuu?

- Edgar Allan Poe
- Sir Arthur Conan Doyle
- Charles Dickens

2. Mitä näistä jouluisista mausteista ei ole käytetty Brew Dogin ”There Is No Santa -oluen” valmistuksessa?

- Inkivääri
- Suomyrtti
- Suklaa

3. Kuka seuraavista ei ole joulupukki?

- Tim Allen
- John Goodman
- Arnold Schwarzenegger

4. Mikä on saksalaisen saunamestarien ammattikunnan keskeisin tehtävä?

- Huolehtia juomatarjoilusta höyryhuoneissa
- Toimeenpanna Aufguss-nimellä tunnettu lölytys
- Tarkastaa yleisten saunojen hygieniä- ja turvallisuuspuitteet

5. Keskioluen vapautuessa huomio kiinnittyi etupäässä kotimaiseen kekkiin, mutta tuotiinpa sitä ulkomailtakin. Yksi maa erottui tuonti-oluiden lähteenä mainoksissa oleellisesti yli muiden vuodenvaihteessa 1969 - mikä?

- Tanska
- Saksa
- Ruotsi

6. Baijerin traaginen “hullu kuningas” Ludwig II tunnettiin eritoten pompööseistä linnoistaan, joita hän rakennutti ympäri provinssiaan. Mikä Ludwigin linnoista on yleisesti tunnetuin?

- Herrenchiemsee
- Linderhof
- Neuschwanstein

7. Kuka laulaa animaatioelokuvan Lumiukko (The Snowman) tunnusmusiikin?

- Tarja Turunen
- Aled Jones
- Peter Auty

8. Kuka julkisuudesta tuttu monipuolinen suomalainen vaikuttaja kasasi keskiolutkokemuksiinsa pohjautuen teoksen “Baarien mies”?

- M.A. Numminen
- Seppo Hovi
- Matti Nykänen

9. Kuka vei joulun pois?

- Keripukki
- Nuuttipukki
- Kekripukki

10. Mikä on maailman eniten valtakunnallisilla kanavilla esitetty televisio-ohjelma?

- Ihmeellinen on elämä (It’s a wonderful life)
- Illallinen yhdelle (A Dinner for One)
- Lumiukko (The Snowman)

TARINA ETIKETIN TAKAA

Kolme Ludwig-kuningasta

König Ludwig -vehnäolut lienee suurimmalle osalle lehtemme lukijoita tuttu tuote. Suomessa sitä on tyypillisesti tarjolla tuontioluenä pullossa, joissakin olutravintoloissa toisinaan myös hanan puolella. Harvempi kuitenkin tuntee Baijerin dynastian värikästä tarinaa, jonka osaksi myös tämä olutmerkki lukeutuu. Tässä uudessa artikkelisarjassa perehdytään olutetiketeistä tuttuihin nimiin ja kertomuksiin.

1800-luvun Saksa oli vain löyhästi yhtenäinen, itsenäisten kuningas- ja ruhtinaskuntien tilkkutäkki. Eräs suurimpia näistä oli **Wittelsbachien** suvun 1100-luvulta hallitsema Baijerin kuningaskunta. Wittelsbachien kytkös olueen ja panimotaitoon alkaa jo 1200-luvun loppupuolelta, kun herttua **Ludwig Ankara** perusti Münchenin ensimmäisen panimon. Tärkeä käännekohta oli myös **Wilhelm IV:n** vuonna 1516 säätämä puhtauslaki, tunnettu Reinheitsgebot. Lähes 300 vuotta myöhemmin kuningas **Ludwig I** (1786-1868) aloitti Oktoberfest-tradition ja vaikutti muutenkin baijerilaisen oluenpanon henkisenä taustahahmona. Hänen aikaansa liittyy myös erityisten ulkoilmatavernojen, Biergartenien, synty. Panimojen maakellarivarastojen katoille oli tapana istuttaa suuria kastanjapuita suojaamaan varastoa paahtavalta kesäauringolta. Näiden puiden alle tuotiin kesäisin tuoretta olutta myytäväksi ja myyntipiste tavattiin ympäröidä penkein ja pöydin.

Ludwig I oli paitsi oluen, myös taiteen ystävä ja klassisisti henkeen ja vereen, ja hänen johdollaan Münchenistä kehittyi todellinen kulttuurikaupunki lukuisine museoineen ja gallerioineen - “Isarin Ateena”. Pääteipisteen Ludwig I:n valtakaudelle toi kuitenkin naisseikkailuista ja taantumuksellisenä pidetystä politiikasta johtunut suosion romahdus Euroopan ”hulluna vuonna” 1848 – syyt, jotka ovat suistaneet vallankahvasta niin monta muutakin hallitsijaa kautta aikojen.

Seuraavan kerran Baijeria hallitsi Ludwig-niminen kuningas vuonna 1864, kun **Ludwig II**, kuningas **Maximilianin** esikoinen, kruunattiin uudeksi kuninkaaksi. Kutsu valtaistuimelle kävi yllättäen ja ennenaikaisesti Maximilianin kuoltua äkilliseen sairauteen. Nuori ja tehtävänsä valmistautumaton hallitsija saavutti kaikesta huolimatta lyhyessä ajassa melkoisen kansansuosion, profiloituen edeltäjiensä tavoin laajalti taiteen ja kulttuurin mesenaatiksi. Eräs nuoren Ludwigin ensimmäisiä tekoja kuninkaana oli kutsua hovin vieraaksi säveltäjämasteri **Richard Wagner**. Ooppera ”Tris-



Baijerin kuninkaat Ludwig I (vas.) ja pojanpoikansa Ludwig II (oik.)



tan ja Isolde” näkikin päivänvalon ensi kertaa juuri Münchenissä. Visiitti kääntyi kuitenkin lopulta tarkoitustaan vastaan – suuren taiteilijan eksentrisen käyttäytyminen ja yleinen arroganssi herätti nimittäin siinä määrin ärsytystä konservatiivisissa baijerilaisissa, että tämä joutui jättämään Münchenin taakseen jo puolen-toista vuoden jälkeen. Ludwig pysyi kuitenkin Wagnerin vankkumattomana ihailijana ja kustansi talon rakentamisen Bayreuthiin. Wittelsbachien kruununperillisenä Ludwig sai hallintaansa myös hovipanimon ja määrittä siten olutpolitiikkaa Baijerissa. Merkittävä aikaansaannos tällä saralla oli maailman ensimmäisen panimokoulun perustaminen Weihenstephanin kylässä sijaitsevan luostaripanimon yhteyteen 1868, osana Münchenin uutta teknillistä korkeakoulua. Vuonna 1872 Ludwig päätti lopettaa toistaiseksi vehnäoluen valmistuksen, kysynnän jatkuvasti vähetessä ja päätyi myymään siihen saakka hovin privilegiona olleet valmistusoikeudet **Georg Schneiderille**, jonka sanotaan näin turvanneen vehnäoluen säilymisen olutlajikkeena.

Ludwigin valtakauden alku oli myrskyisä ja muun muassa vuoden 1866 seitsenviikkoisena sotana tunnettu Preussin ja Itävalta-Unkarin välinen konflikti sai hänet vetäytymään hiljalleen syrjään vähäisestäkin julkisuudesta. Vähitellen hän jätti suurimman osan julkisista velvoit-

teistaan hoitamatta ja vaipui enenevässä määrin fantasiamailmaansa. Ensimmäiset kuuluisista satulinnoistaan Ludwig rakennutti jo 1860-luvun lopulla. Nälkäkasvoi syödessä ja yhä suurempi osuus Wittelsbachien sukuvarallisuudesta käytettiin alati mahtipontisempiin ja mielikuvituksellisempiin rakennushankkeisiin. Näyttävimmäksi Ludwigin yhteensä neljästä linasta muodostui nykyään turistinähtävyytenä tunnettu, läpeensä koristeellinen vuoristomaisemaa vasten kohoava Neuschwanstein, joka väitetysti toimi inspiraationa prinsessa Ruususen linnalle **Disneyn** kuvastossa. Saaressa, keskellä Chiemsee-järveä sijaitsevan Herrenchiemseen loisteliaan uusbarokkipalatsin esikuvana puolestaan oli itsensä **Aurinkokuninkaan** Versailles.

Lyhyen elämänsä ja valtakautensa loppupuolella boheemin Ludwigin käyttäytyminen alkoi saada yhä eriskummallisempia piirteitä. Hän väitetysti vaati palvelijoitaan pukeutumaan 1600-luvun asusteisiin, kävi keskusteluja Aurinkokuningasta esittävän patsaan kanssa ja saattoi ajella hovivau- nuissaan linnojensa tiluksilla öisin. Tapahutumat kärjistyivät pisteeseen, jossa Baijerin hallitus ja Ludwigin setä, prinssi **Luitpold** päättivät yksissä tuumin siirtää Ludwigin syrjään. Kuningas julistettiin holhouksenalaiseksi ja sijaishallitsijaksi kohosi nyt Luitpold.

Valtaistuimeltaan syrjäytetty Ludwig yritti alkuun vastustella päätöstä, mutta joutui taipumaan





Baijerin viimeinen kuningas Ludwig III (ylh.) ja sijaishallitsija, prinssi Luitpold (alh.)

ylivoiman edessä ja hänet suljettiin kotiarestiin Münchenin lähistöllä sijaitsevaan linnaan. Vain muutamaa päivää myöhemmin, kesäkuun kolmantenatoista 1886 Ludwig löydettiin hukkuneena Starnbergsee-järvestä, jonka rannalla hän oli varhain aamulla kävellyt henkilöäkärinsä tohtori **Guddenin** seurassa. Tämä traaginen kuolema on jäänyt ikuisiksi arvoituksiksi. Kerrotaan Ludwigin hukuttautuneen ja lääkärinsä hukkuneen niinikään yrittäessään pelastaa tätä. Toisaalta on spekuloitu myös salamurhan mahdollisuudella. Ludwigin ruumis siirrettiin sittemmin haudan lepoon Münchenin Mikaelinkirkon kryptaan. Vanhan baijerilaisen tavan mukaan hänen sydämensä säilöttiin hopeauurnaan ja sijoitettiin pieneen kappeliin Altöttingin pikkukaupungissa.

Ludwigin käyttäytymiselle ja persoonallisuudelle on myöhemmin esitetty useita selityksiä. Eräät tutkijat epäilevät tämän sairastaneen skitsofreniaa, jota ei tuolloin vielä tunnettu. Toisten mukaan ainakin osa bisarreista piirteistä voisi selittyä huumaaavalla kloroformilla, jota Ludwigin tiedetään

käyttäneen kroonisten hammas särkyjen hoitoon. Lopullinen totuus Ludwigin persoonasta ja kohtalosta jäänee ikuisesti historian hämärään, mutta originellin hallitsijan muisto elää yhä vahvasti Baijerissa.

Ludwig II:n seuraajan, iäkkään prinssihallitsija Luitpoldin maallinen vaellus päättyi 91-vuotiaana joulukuussa 1912 ja seuraava kuningas olikin heistä viimeinen, **Ludwig III**. Hän ehti hallita vain viiden vuoden ajan ennen lähtemistään maanpakoon 1918 Saksan tasavallan muodostuttua ensimmäisen maailmansodan jälkeen. Viimeisen Ludwigin hallintokauden keskeinen teema oli ymmärrettävästi sota. Huomionarvoinen, joskin varmistamaton anekdootti tuolta ajalta on, että vain muutama päivä sodan syttymisen jälkeen Ludwig III sai henkilökohtaisen anomuksen 25-vuotiaalta itävaltalaiselta nuorukaiselta liittymisestä Baijerin armeijaan ja näin nuoren **Adolf Hitlerin** sotilasura sai alkunsa. Sodan päätyttyä Ludwig III pakotettiin luopumaan vallasta ja näin päättyi Wittelsbachien monisatavuotinen hallinto Baijerin alueella.

Wittelsbachien suvun omistuksessa olevan ja nykyisin Warsteiner-konserniin kuuluvan Kaltenbergin linnapanimon (ks. myös Olutsampo 2/2011) Ludwigin oluet yhdistivät hienosti vanhan hallitsijasuvun myöhempien vaiheiden henkilöitymiä suvun yleisellä tasolla vahvaan yhteyteen korkealaatuiseen olueen. Panimoa vuodesta 1972 luotsannut prinssi **Luitpold** (s. 1951), on yksi pide-tyimpiä ja tunnetuimpia nykyisiä aatelissukujen edustajia Baijerin alueella ja hänen kansanmielisyytensä ja omistautumisensa oluenpanoon on varmastikin keskeinen syy tähän. Ludwig-kuninkaiden nimeä kantavat oluet, aina *Dunkelista* jutun alussa mainittuun *Weissbieriin* ovat tunnustettuja myös Saksan ulkopuolella ja jäävät mieleen oluina, jotka on valmistettu ensiluokkaisella ammattitaidolla. Kaikkien Kaltenbergin panimon oluiden etikettiä koristaa luonnollisesti Wittelsbachien sukuvaakuna.

Mikko Tyni
 Teemu Sandblom

OLUTVISAN VASTAUKSET

1. c) *Charles Dickensin* kirjoittama Joulutarina (Christmas Carol) on tarina saiturista, joka saa aattoyönä vieraikseen Menneiden joulujen hengen, Nykyisen joulun hengen sekä Tulevien joulujen hengen, jotka näyttävät saiturille tämän ahneuden seuraamukset.

2. b) *Suomyrttiä*. There Is No Santa on kevyt kaakaopavuilla sekä inkiväärillä maustettu stoutti. Suomyrttiä on muinoin käytetty oluen maustamisessa - tämä tapa on pikkuhiljaa nousemassa kuriositeettina pienpanimoiden keskuudessa.

3. c) *Arnold Schwarzenegger*. **Tim Allen** näytteli joulupukkia elokuvissa Santa Clause 1-3, **John Goodman** elokuvassa The Year Without a Santa Claus. Arnold Schwarzenegger näytteli jouluelokuvassaan Jingle All the Way (Isäni on Turbomies) turhautunutta perheenisää.

4. b) Saunamestari, ”Saunameister”, toimeenpanee säännöllisin väliajoin *Aufgussiksi* kutsutun löylytyksen, johon kuuluu yleensä myös pyyhkäsettely. Saksalaisissa saunoissa saunijat eivät tavallisesti saa itse heittää löylyä.

5. a) Tuontiolutmaana 1969 profiloitui olutmainonnan perusteella erityisesti *Tanska*. Ylipäätään tuontioluita oli vielä varsin vähän aina 1980-luvulle saakka ja kaukaisemmat erikoisuudet löysivät tiensä Suomeen vielä tätäkin myöhemmin.

6. c) *”Joutsenten linna” Neuschwanstein* on **Ludwig II:n** linnoista selkeästi tunnetuin, eikä vähiten populaarikulttuurin johdosta - prinsessa Ruususen linna sai inspiraationsa nimenomaan tästä romanttisen huikentelevasta vuoristolinnasta.

7. c) *Peter Auty* lauloi tunnusmusiikin ”*Walking in the Air*”; alkuperäisessä vuoden 1982 animaatioelokuvassa häntä ei tunnustettu, mutta 20 -vuotisjuhlajulkaisussa asia korjattiin.

8. a) *M.A. Numminen*. Viihteen ja kulttuurin monitoimimies M.A. Numminen kokosi yksiin kansiin suomalaisen keskioluen tarjonnan ja puitteet vuonna 1986. Numminen vieraili 350 baarissa ja teos käännettiin myöhemmin myös saksaksi.

9. b) *Nuuttipukki*. Lapsien usein pelkäämä nuuttipukki saapui Nuutin (Knut) päivänä taloon kopistelemaan. Nuuttipukki oli usein naamioitunut ja saapui talonväkeä pelottelemaan. Niillä paikkakunnilla, joilla nuuttipukkiperinne vaikuttaa, vierailevat usein lapset taloissa laulamassa karkkia ja taskurahaa vastaan. Nuuttipukit saapuvat joko loppiaisen jälkeisenä päivänä 7.1 (Nuutin päivä ennen vuotta 1708) tai varsinaisena Nuutin päivänä 13.1. Olutliitto nimeää myös vuosittain ”Pahan Nuutin”. Tätä kyseenalaista arvonimeä ovat vuorollaan saaneet kantaa hiljattain nimetyn **Maria Guzenina-Richardsonin** lisäksi mm. **Liisa Hyssälä** ja **Matti Vanhanen**.

10. b) *Illallinen yhdelle (Der 90. Geburtstag / Dinner for One)* on brittiläisen kirjailijan **Lauri Wylie**n kirjoittama komedia näytelmä, jossa ikääntyvä yläluokkainen englantilainen rouva haluaa järjestää syntymäpäiväjuhlat. Hänen hovimestarinsa työksi jää esittää vuorollaan kaikkia juhlien osallistujia. Saksalainen televisiokanava (NDR) nauhoitti näytelmän vuonna 1963 ja se on sen jälkeen esitetty vuosittain useilla pohjoismaiden ja saksankielisten maiden televisiokanavilla.

Saunakulttuuria saksalaisittain

Meille suomalaisille sauna-kulttuurin voidaan sanoa kulkeneen äidinmaidossa. Olemme kansakuntana maailman mittakaavassa täysin poikkeuksellisessa asemassa saunahistoriamme suhteen. Tämä on eräs harvoja kulttuuripiirteitä, joiden voidaan todeta todellisenä ilmiönä kulkeutuneen pienemmän kansan parista suurempien keskuuteen.

Keski-Euroopassa saunomista harrastettiin varhaiskeskialjalta aina 1600-luvulle saakka, jolloin se pitkälti tautien leviämisen pelossa jäi tuleviksi vuosisadoiksi pimentoon – siinä missä Suomessa saunakulttuuri saattoi jatkaa katkeamattomana. Esimerkiksi tunnetun saksalaisen taidemaalarin **Albrecht Dürerin** teos ”Naisten kylpy” vuodelta 1496 kuvaa keski-aikaista eurooppalaista saunailua vihtoiseen ja saunapähineineen.

Kylpemisen rituaali ja kylpylaitokset taasen ovat aina olleet lähellä saksalaisten sydäntä. Jo muinaiset roomalaiset arvostivat Baden-Badenin kuumia mineraalilähteitä, joiden ympärille kaupunki oli syntynyt myöhempää nimeään myöten. 1700- ja 1800-luvuilla Euroopan aristokraatit liottivat turpeita vartaloitaan suurissa kylpylöissä, joita Saksan alueelle kohosi sadoittain. Nykyisin maassa arvioidaan olevan n. 900 erilaista kylpylaitosta.

Tarina nykymuotoisesta saunasta Saksanmaalla alkaa kuitenkin varsinaisesti vasta olympiavuodesta 1936. Olympiakylää suunniteltaessa joukko suomalaisia urheilijoita vaati saunarakennuksen sisällyttämistä suunnitelmiin, perustellen tätä sen välttämättömyydellä fyysisen kestävyytensä suhteen. Väite huomioitiin nopeasti kansallissosialistisen Saksan urheilupiireissä ja saunominen tuli osaksi valmennusohjelmaa. Myös saksalaislehdistö kiinnostui uudesta kummallisesta ilmiöstä ja tietoisuus siitä levisi nopeasti suuren yleisön pariin. Huhuttiin jopa itsensä **Paavo Nurmen** har-

joittelevan juoksemista saunassa. Perinteinen saunominen siis palasi Saksaan nimenomaan suomalaisten vaikutuksesta. Nykyisellään sauna on Saksassa varsin suosittu, maassa on toiseksi eniten saunoja koko Euroopassa ja jopa 30 miljoonan saksalaisen arvioidaansaunovansäännöllisesti.

Saksassa saunat jaetaan karkeasti ottaen kahtia – ns. höyryhuoneisiin ja varsinaisiin saunoihin, joista ainoastaan käytetään sauna-nimitystä. Toisinaan törmätään myös termiin *Trockensauna*, joka viittaa kuivaan saunaan erotuksena höyryhuoneisiin. Höyryhuoneissa lämpötila on tyypillisesti matalampi ja ilman kosteus suurempi. Höyryhuoneet voidaan edelleen jakaa kulttuurisiin alatyyppeihin, kuten roomalaiseen, venäläiseen ja turkkilaiseen.

Saksalainen sauna eroaa oleellisesti suomalaisesta lähinnä tapakulttuurinsa osalta, joka germaaniseen tapaan on varsin tarkoin koordinoitua. Saunasta voi nauttia joko *Freikörperkulturin* hengessä alasti tai säädyllisemmin pyyhkeeseen verhoutuneena. Miehet ja naiset saunovat yleensä yhdessä, mikä on jopa suomalaisille ajoittain hämmentävää. Toisin kuin Suomessa, saksalaisessa saunassa ollaan hartaasti hiljaa. Saunomiskokemuksen voikin mieltää jopa jonkinlaisena maallisenä meditaationa. Saksalainen asettautuu mieluumsti pitkälleen saunassa, mikäli tila vain tämän mahdollistaa. Rentoutuminen raskaan työpäivän jälkeen otetaan siis hyvin vakavasti.

Myös voimakastuoksuisten ruokien, kuten valkospulvia ja currya sisältävien, syömistä kehoetaan välttämään saunapäivänä, jotta hikoiltaessa kanssaunijat eivät altistuisi epämiellyttävälle aromeille. Pyyhkeitä varataan mukaan yleensä kaksin kappalein. Saksalainen istuu mieluumsti pyyhkeen päällä saunoessaan; mikään kehonosa jalkapohjia lukuunottamatta kun ei saisi koskettaa lauteisiin. Lämpötila on tyypillisesti suomalaista huomattavasti matalampi, usein vain n. 60-80 astetta. Ennen saunaan astumista

alkusuihkun jälkeen on tapana kuivata vartalo perusteellisesti. Suomalaisesta järjestelystä poiketen kiuaskivet eivät ole kosketuksessa vastuksiin, vaan metallilaatikossa vastuksien päällä. Varsinaisen saunomisen koreografia on myös tarkoin säädelty: toimitus aloitetaan alalauteilta, joilta siirrytään vähitellen ylemmille. Joissakin saunoissa saunomisaikaa ja lauteiden vaihtoa seurataan jopa käännettävien tiimalasien avulla.

Germaanisessa saunakulttuurissa keskeisessä roolissa on erityinen sauna- tai löylymestari, ”*Saunameister*”. Jokaisessa laadukkaassa saksalaisessa saunassa on tällainen ammattihenkilö,jonkatärkeimpänä tehtävänä on säännöllisen aika- taulun mukaan toimittaa löylynheitto eli *Aufguss*. Muina aikoina tai saunojien aloitteesta vesi ei lennä kiukaalle, etiketti nimittäin pitää vapaamuotoista löylynheittoa ehdottoman epäkohteliaana.

Aufguss -prosessi käsittää suomalaisesta tottumuksesta poiketen varsinaisen vedenheiton lisäksi erityisen pyyhelöyhyttelyn, jolla pyritään kosteuttamaan saunan ilma tasaisesti. Tähän käytettävää pyyhettä nimitetään *Wachteltuchiksi*. Täysissä pukeissa toimiva saunamestari pyörittää pyyhettä päänsä yläpuolella. Saunamestarin voi vinkata luokseen istumalla suorassa ja asettamalla kädet niskan taakse – tällöin on luvassa reilu löyhähähdys suoraan kasvoille.

Veteen lisätään lähes aina erilaisia tuoksuöljyjä tai yrttejä, kuten eukalyptusta. Poikkeuksellisesti vesi voidaan myös korvata kokonaan lumella. Tyypillisesti edellä kuvattu löylyseremonia tapahtuu tunnin tai puolen tunnin välein ja siitä ilmoitetaan kuuluvasti, esimerkiksi kelloa soittamalla. Toimitus kestää yleensä kymmenisen minuuttia, eikä sen aikana ole soveliaista astua saunaan tai poistua sieltä. Lämpötila nousee toimituksen kestäessä sadan asteen paikkeille. Muina aikoina ilmakehän kosteus saunassa on lähellä nollaa, joka helposti tekee kokemuksen suomalaiseseen saunaan tottuneelle hieman epämukava-

vaksi ilman kuivuuden johdosta. Saunamestarin poistuessa taputetaan tälle kuuluvasti kiitoksena perusteellisen hikoilun tuottamisesta. Tämän jälkeen alkaa toisinaan epävirallinen ”saunakilpailu”, jossa mitellään siitä, kuka jättää lauteet ensimmäisenä lämpötilan noustua ja hikikarpaloiden juostessa.

Saksalainen viihtyy saunassa yleensä viitisentoista minuuttia kerrallaan, jonka jälkeen siirrytään vilvoittelemaan ilmakylvyn muodossa. Tämän jälkeen otetaan viileä suihku ja kuivataan jälleen vartalo kauttaaltaan. Useimmissa saunoissa on tarjolla erityinen vilvoittelualue lepotuoleineen. Saunominen kokonaisuutena toistetaan useimmiten kahdesta kolmeen kertaa, jolloin yksittäisen kerran pituudeksi tulee n. 45 minuuttia. Tämä jakautuu tasamittaisiin hikoilu-, jäähdyttely- ja lepovaiheisiin.

Saunomisen päätteeksi saksalaiset suosivat yleensä kylmäaltaassa kastautumista, mikäli sellainen on käytettävissä. Myös loppusuoralla otetaan ilmakylpyjä ja peseydytään uudelleen huolellisesti. Kylpylöissä saunoastaston suihkut ovat usein jääkylmiä. Kun keho on jälleen kuiva ja kylpytakki nyöritetty, on hyvä siirtyä nauttimaan virvoittavasta viileästä oluesta – useimmiten julkisten saunojen yhteydessä on nimittäin tämäkin huomioitu tarjoamalla olutravintolan palvelut saman katon alta.

Kamreeri T. Korkeakosken
 III Olut- ja saunakulttuuri-illassa
 pitämän esitelmän pohjalta
 muokannut toimitus

Suomyrtti - ye olde taste of beer

This English article covers 'suomyrtti', an old beer flavour.

Brewing beer is a very old tradition. **Mika Waltari** mentions beer in his novel "*Sinuhe Egyptiläinen*", the plot of which is dated 1390-1335 BCE. Little is known about the recipe for beer in ancient times, nor about its taste.

In antiquity and the Middle Ages beer had the reputation of being good for one's health. This is due to its healthy yeasts and the mere fact that it was boiled as part of the brewing process. At that time, people had still not realised that their drinking water had to be boiled before consumption. Bear in mind, also, that in the densely populated areas of Central Europe people drank water from the rivers, which flowed through many towns and rural grazing lands.

Hops, which nowadays are such a common ingredient, have only been used recently in brewing; they were introduced in the 14th century and it took many more centuries for them to become a popular. Before hops, bog myrtle was used for flavouring and conserving beer. In English bog myrtle is also called sweet gale. (Latin: *myrica gale*, German: *Gagel* (*strauch*), French: *piment royal* or *myrte des marais*). Its Finnish name 'suomyrtti' is the literal translation of the French 'myrte des marais', while the other French name 'piment royal' (royal condiment) refers to another use of the plant as a

component of royal wedding bouquets. The extract of the plant is used as an insect repellent, in making perfumes and for tanning leather. Medicinally it is used for toothache, stomach ache, fever, bronchial ailments and liver problems.

In Denmark and Sweden, the plant is commonly used to prepare home-flavoured snaps. Danish Distillers and Reimersholm commercially produce a snaps flavoured with bog myrtle. The general Dutch name for the plant is *gagel*, but in Flemish dialects it was called *gruut*, *gruyt* or *gruit*. Since Flanders was so successful in brewing, it is no wonder that the word spread across Europe. In English, however, the meaning of *gruit* was transferred to the mixture of spices used in the brewing process. There were many local variants but, besides bog myrtle, *gruit* usually also contained rosemary (Fin: *rosmariini*), garden sage (Fin: *ryytisalvia*), yarrow (Fin: *siankärsämo*) and laurel berries (Fin: *laakerimarjat*) and many other ingredients that the brewer kept a closely guarded secret.

Bog myrtle only grows on acidic peat bogs, or on the tidal lands at the seaside or alongside rivers. So it has always been rather rare, while the demand was high. Hence the land on which it grew was a sign of the wealth of the owner. Also the trading of *gruit* was very profitable. Towns raised taxes on the *gruit* trade, or gave a merchant



Suomyrtti (myrica gale), photo by Hajotthu

the concession to do so. Even the currency used during the reign of Emperor **Charles V** had the name *Gruut*. *De Gruyter* is a frequent family name in Flanders.

The most famous *gruit* trading family was *Gruuthuse* in Brugge. Their city palace is evidence of their wealth: owning a bigger area within the city walls was a privilege. Nowadays it can be visited as a museum. Their *gruit* contained mainly the dried flowers of the bog myrtle. In 1364 the "*Novus modus fermentandi cervisiam*", the new method for brewing beer, was introduced in the Holy Roman Empire. This law regulated the addition of hops to the *gruit*, and that is why the countries of the former Holy Roman Empire have a longer tradition in hop brewing. In other countries the use of hops in *gruit* remained forbidden for a long time, and that is why they have a richer tradition in spiced beers.

Another spur to the phasing out of bog myrtle in Germany might have been that Roman Catholic convents, which were important brewers, owned many of the lands on which bog myrtle grew. When a number of German princes rose up against the authority of Rome, they competed with the monasteries by brewing beer using easily grown hops.

In 1434, the Statuta Thaberna in Weißensee, Thuringia restricted beer brewing ingredients to malt, water and hops. Finally, the Bavarian Purity Law (*Reinheitsgebot*) from 1516 stipulates that

nothing else than water, barley, and hops can be used, and struck the final blow against the use of bog myrtle in Germany. The taxes raised on the trading of bog myrtle were transferred to the trading of hops.

In Finland, *sahiti* has survived the advent of hops. Its *gruit* contains juniper berries and twigs, but no hops. Recently, we have had a renaissance of commercial *gruit* brewing.

Some examples:

Fraoch (using heather flowers, sweet gale and ginger) and **Alba** (using pine twigs and spruce buds) from Williams Brothers in Scotland. **Myrica** (using sweet gale) from O'Hanlons in England. **Gageleer** (using sweet gale) from De Proef in Lochristi, Belgium. **Gruut Amber, Gruut Blond, Gruut Bruin, Gruut Inferno, Gruut Wit** (all using sweet gale) from Stadsbrouwerij Gruut in Gent, Belgium. **Cervoise** (using a *gruit* containing heather flowers, spices and some hops) from Lancelotin Brittany, France. **Artemis** (using mugwort and wild bergamot, *Monarda fistulosa*, also known as bee balm or horsemint) from Moonlight Brewing Company in Santa Rosa, California, USA. **Bog Water** (using bog myrtle) from Beau's All Natural Brewing Company in Vankleek Hill, Ontario, Canada. **Jopen Koyt** (using sweet gale) from Jopen in Haarlem, Netherlands.

Dirk Van Hemeldonck



Gruuthuse in Brugge, photo by Wolfgang Staudt