

Joel Kuortti

professori, englannin kieli, Turun yliopisto

## PUHUTAAN VIINISTI Suomalaisen viinipuheen rakentumisesta

René Goscinny'n ja Albert Uderzon *Asterix*-sarjakuva-albumien toisessa osassa (suomeksi 10. osa) *Kultainen sirppi* (1962; suom. 1971) Asterix ja Obelix vierailevat Iloinen avernelainen -tavernassa matkalla Parisiumiin. Taverna tarjoaa vieraille ”Akvitanian viinejä ja oltta”. *Asterixeissa* mallasjuomat ovat viinejä suuremmassa roolissa, mutta mainitut Akvitanian viinit puolestaan ovat maailmankuuluja – ovathan alueen Bourdeaux-viinit jo vuosisatoja (muun muassa monien historiallisten salajuonien, avioliittojen ja sotien myötä) olleet eräänlainen mittatikka viinien maailmassa. Ei siis ihme, että ne sarjakuvassakin mainitaan. Euroopassa viineillä ja viiniopilla – *enological-la* – on vankka kulttuurinen asema, mutta miten viineihin on Suomessa suhtauduttu kautta aikain, kun alkoholikulttuuri on täällä ollut ennemminkin samansuuntainen kuin pienessä gallialaisessa kylässä?

### Viinikulttuurin juurilla

*Vitikulttuurilla* – viinirypäleiden kasvatuksella – on maailmassa tuhansien vuosien ikäinen perinne. Vuonna 2017 tehtyjen arkeologisten löytöjen perusteella viininvalmistuksen katsotaan alkaneen noin 8000 vuotta sitten nykyisen Georgian alueella (Daley 2017), kun aiemmin alkukoti oli ajoitettu Iraniin tuhat vuotta myöhemmäksi (Örmä 2008, 6). Suomessa asti viini (georg. ღვინო, *ghwino*; kr. οἶνος, *oenos*; lat. *vini*) on jossain määrin tunnettu jo yli 2000 vuotta (Sääskilahti 2006, 21), mutta kristinuskon ehtoollisperinteen myötä eurooppalaisesta rypäleviinistä tuli paavillisella määräyksellä paikallisen marjaviinin sijaan osa uskonnollista käytäntöä. *Viini*-sanan kotoutumisesta suomen kieleen löytyy lähde Mikael Agricolan (1544, 21) kirjoituksista, joissa viiniä tarkoitti ’wina’, kuten *Rucouskirian* kalenterin lokakuun kuvauksessa: ”Winamariat nyt poijmetan, talvi io myös odhotetan.”

Viinirypäleen *viljely* ei sen sijaan ole ollut osa suomalaista perinnettä. Viime vuosina tilanne on muuttunut, kun ilmastonmuutos on muokannut kasvuolosuhteita; lisäksi tutkimus on kehittänyt niin uusia lajikkeita kuin menetelmiäkin ja kulttuurinen ilmapiiri puolestaan avartanut suhtautumista uusiin maantieteellisiin avauksiin (Karvonen 2022; Kelola 2022). Viini ei ole vain ranskalainen, italialainen, espanjalainen tai enenevässä määrin uuden maailman tuote, vaan viiniä – ja nimenomaan *laadukasta* viiniä – tuotetaan muuallakin, nykyään myös paikoissa, joissa sitä ei ole ennen (ainakaan kaupallisesti) tuotettu.

Suomessa keskustelu viinistä on liittynyt vahvasti myös alkoholipoliittiseen keskusteluun, kun pyrkimyksenä on ollut muuttaa väkeviin kallellaan olevien kansalaisten makutottumuksia miedompia alkoholijuomia suosiviksi (mm. Loikkanen 1931; Louhelainen 1991). Erityisesti Alkon yleistarkastajana – ja myöhemmin pääjohtajana

ja ministerinäkin – toiminut Pekka Kuusi pyrki eri tehtävissään tähän (Vertanen 2016, 58; Virtanen 1982, 71). Omiin tutkimuksiinsa perustaen Kuusen ”johtavia ajatuksia oli oluen erottaminen alkoholijuomien ryhmästä”, mutta vuodesta 1949 alkaen Alko aloitti myös viinien suosimisen hinnanmuodostuksen kautta (Häikiö 2007, 139–40; Olkkonen 1982, 113). *Alkoholipolitiikka*-lehden linja korosti viinien kulttuurista nauttimista, ja vuonna 1959 Alko aloitti viinikampanjan. Kampanjaa edistettiin muun muassa motolla ”mieluummin viiniä kuin väkeviä”, jonka myötä Kuusi ”halusi tuoda Suomeen eurooppalaista viinikulttuuria” (Häikiö 2007, 161; Kuusi 1967, 23; Furuholm 2010, 37; Österberg 2012, 41). Viinikampanjalla ”pyrittiin lisäämään suomalaisten tietoa miedoista juomista ja varsinkin miedoista viineistä” (ks. Simpura et al. 1993, 409).

### Suomalaisen viinikulttuurin muutos

Alkon ja muidenkin toimijoiden varhaisemmista yrityksistä huolimatta Suomessa viinikulttuurin merkittävämpi laventuminen ajoittuu vasta 1980-luvun puolivälin jälkeiseen aikaan (Västilä 2017). Alkoholipolitiikan sijaan ”viinien menestys on liittynyt niiden arvoon ’eurooppalaisten juomatapojen’ symbolina” ja niiden ”suosiota ja myönteistä julkisuuskuvaa edistivät 1980- ja 1990-luvulla yleistyneet lehtien viinipalstat” (Tigerstedt et al. 2018, 102). Toinen paljon puhuva osoitus muutoksesta näkyy siinä, että ennen 1980-lukua Suomessa oli julkaistu vain parikymmentä viiniaiheista teosta, joista puolet käännöksinä. Tämän jälkeen viinikirjojen julkaisutahti kiihtyi ja kirjoja julkaistiin vuoteen 2020 mennessä yli 200, joista noin 70 käännöksinä (lisäksi noin 100 uusintapainosta tai uutta laitosta). Merkillepantavaa on, että käännösten määrä on merkittävästi vähentynyt vuoden 2010 jälkeen, kun kotimaisten teosten määrä on kasvanut. Vaikka perinteisiä viinikieliä ovat erityisesti italia, ranska, saksa, espanja ja portugali, viinikirjallisuutta on suomennettu lähinnä vain englannista (60 %) ja ruotsista (24 %) sekä saksasta (9 %). Espanjasta, hollannista, italiasta ja unkarista on kustakin käännetty vain yksittäisiä kirjoja. Voidaankin puhua eräänlaisesta viinikielen kolonisaatiosta.

Päivittäin voimme lukea, nähdä ja kuulla enologisia ja vitikulttuurisia asioita sarjakuvissa, lehdisissä, kirjoissa, televisiossa, elokuvissa ja radiossa, joissa viini on usein erilaisessa kulttuurisessa roolissa kuin vaikkapa olut, sahti ja väkiviina. Tämä ei koske vain aiheeseen erikoistuneita medioita tai aiheita – jotka nekin ovat yleistyneet – vaan *viinipuhe* on saanut synekdokeen kaltaisen aseman, jossa viini edustaa laajemmin kulttuuria ja elämäntapaa. Viinillä on esimerkiksi uskonnollisia – niin myönteisiä kuin kielteisiä – symbolimerkityksiä (mm. Greggas 1996; Bengtsson 1998; Charters 2006). Erityinen asema on kristillisessä perinteessä – eri tavoin eri kirkkokuntien osalta – ollut ehtoollisviiniin liittyvä transsubstantiaatio-oppi. Sen mukaan ehtoollisella siunattu viini ja leipä muuttuvat konkreettisesti Kristuksen vereksi ja ruumiiksi. Ehtoolliselta yli jääneiden aineiden jälkikäsitteily muodostuu siten vaikeaksi kysymykseksi – miten pyhitettyjä aineita voitiin säilyttää tai hävittää niiden arvon mukaisella tavalla? (Koivisto 2016, 17–18.) Symboliikka on tässä tapauksessa viety hyvin konkreettiselle tasolle.

Vaikka viinillä on Suomessa vielä monin tavoin elitistinen merkitys – viiniä on pidetty ja edelleenkin pidetään muita alkoholijuomia finimpänä, *viinimpänä* – se on arkipäiväistymisen myötä laajennut myös populaarimmaksi ilmiöksi. Muun muassa sanoma- ja aikakauslehtien viiniarviot, Alkon ja muiden viininmyyjien esittelyt, erilaiset viinikerhot, kotimainen marjaviinituotanto ja kotiviinien valmistus ovat tuoneet viinin tavallisemmaksi, lähemmäksi tavallista kuluttajaa. Tässä tavallistumisessa on kuitenkin samalla kyse normittamisesta, jolla ohjailaan kuluttajan kokemuksia ja

viinipuhetta. Mediassa ja muissa keskusteluissa asetetaan odotuksia (Bell & Moran 2019; Gravina 2012; Groves et al. 2000; Langlois et al. 2011; Siegrist & Cousin 2009; Sternsdorff Cisterna 2014), joita kuluttajat toteuttavat eri tavoin.

## Viinin käytön ja viinipuheen maailma

Sillä, mistä puhutaan ja miten puhutaan, on aina seurauksia (esim. Pietikäinen & Mäntynen 2019). Mistä kaikesta puhumme, kun puhumme viinistä, ja mitä viinipuhe tuottaa? Mitä sellaisia tapoja ja resursseja olemassa olevissa kieli- ja kulttuurivarannoissa on, joilla viinipuhe eri muodoissaan kotoututetaan suomen kieleen ja suomalaiseen kulttuuriin? Miten me puhumme *viinisti*, viinin kielellä?

Viiniä käytetään ja nautitaan monenlaisissa yhteyksissä ja tilanteissa: ruoanlaitto, seurustelu, juhlistaminen, ateriointi ja niin edelleen. Yksi erityinen tilanne on viininmaistelu, *tasting*, jossa sommelierin esittelyn ja viinien maistelun lomassa tarkastellaan, miten erilaisia näkemyksiä samakin viini tuottaa – on toki muunkinlaisia maistelutilaisuuksia (Charters 2006, 186). Keskustelu viinistä – viinipuhe – on kielellinen, diskursiivinen, esteettinen ja kontekstuaalinen ilmiö. Tastingissä arvioinnin kohteita ovat – oletetussa tilanteisessa järjestyksessä – tilan ylöspano laseineen (esimerkiksi arvostetut Riedelin lasit), viinipullon avaaminen (avataanko pullo vasta tastingissä sen sijaan, että se olisi esimerkiksi ennakkoon dekantoitu), pullon avaamisesta ja viinin kaatamisesta syntyvä ääni, viinin väri, viskositeetti, tuoksu, lämpötila ja maku, viinin maun yhdistyminen mahdollisesti nautittaviin ruokiin sekä itse viinin kokonaisuuden kuvailu.

Vaikka viini tuotetaan (lähinnä) muuhun tarkoitukseen kuin sen arviointiin, arvioinnilla on kuitenkin sosiaalisten regimien – viinistä puhumista ohjaavien kulttuuristen sääntöjen – luomisen ja ylläpitämisen funktio. Viinipuhe on osa näitä regimejä niitä luoden ja ylläpitäen, mukaan kutsuen tai ulos sulkien. Vuoden 2004 menestyselokuvassa *Sideways* kaverukset Miles (Paul Giamatti) ja Jack (Thomas Haden Church) lähtevät viettämään Jackin polttareita Kalifornian viinialueelle. Viiniharrastajana Miles yrittää – turhaan – ohjata Jackin tastingin saloihin. Ensimmäisellä tilalla hän aloittaa initiaation: ”Ensiksi, nosta lasia ja katso viiniä valoa vasten – tarkastele väriä ja kirkkautta.” Jack myötäilee, mutta hänelle viini on kuitenkin vain viiniä, kun puolestaan pinot noiria ihaileva Miles hakee viinistä erilaisia aistiulottuvuuksia.

Rosario Caballeron, Ernesto Suárez-Tosten ja Carita Paradisin (2019) tuore tutkimus käsittelee viinin representaatiota aistillisena, kommunikatiivisena ja kulttuurisena ilmiönä kansainvälisessä kontekstissa. Suomalaisessa ympäristössä viinipuheella ei sen sijaan ole pitkää perinnettä ja vakiintunutta asemaa. Aiemmin on kirjoitettu viinipuheen ja -kulttuurin rantautumisesta väkeviä viinoja ja olutta sekä sahtia kallistelleeseen suomalaiseen kulttuuriin (Palola 1933; Mäntylä 1998; Örmä 2008). Lisäksi viinitietoutta ovat levittäneet erityisesti sellaisten kansainvälisten viiniasiantuntijoiden kuin Oz Clarke ja Hugh Johnson suomennetut monet kirjat ja niiden lukuisat painokset. Vaikka viinipuheesta (tai viinin kielestä, viinikielestä, viinilangista) on kirjoitettu erityisesti erilaisissa viinioppaissa (mm. Lehti 1982; Ojala & Seppälä 1986; Ojanperä 2007), ei ilmiötä ole Suomessa tutkittu. Vain Reijo Monosen (1986) sosiaalishistoriallisen tutkielman voi katsoa käsittelevän itse viinipuhetta.

## Miten viinitieto rakentuu

Siihen, mistä puhumme, kun puhumme viinistä, sisältyy myös se, miten viinitieto rakentuu. Rakentumisen kontekstuaalis-diskursiivista tilaa sekä sen leviämisen ehtoja luovat niin tastingit, joissa maistellaan ja arvioidaan viinejä, kuin viinialan ammattilaisten, viinin kanssa työskentelevien, viinin harrastajien ja viinimaallikkojen viinipuheen rakentumisen kanavat ja toimintatavat. Ilmentymiä viinikielen rakentavista ja purkavista merkityksistä ovat muun muassa identiteetti (Wilson 2005), luokkautuvuus (Overton & Murray 2013) ja edellä mainitut näkemykset viinipuheen elitistisyydestä. Viinipuheen arkipäiväistyessä ja viinikielen ja -maan ”demokratisoituessa” (Howland 2013) voidaan puolestaan puhua vaikkapa nolouden poistamisesta viinin nauttimisen yhteydessä tai siitä, miten ”kaikille syntyy oma makuavaruus”, kun annetaan ”kaikkien kukkien kukkia” (Berglund et al. 1998, 35). Vaikka viinipuheen väitetään demokratisoituneen, perustuu se kuitenkin hierarkisille rakenteille ja arvojärjestelmille.

Liikkuvassa maailmassa kansainväliset trenditkin liikkuvat nopeasti. Tämä koskee myös viinikulttuuria. Kun perinteisissä viinimaissa kulutus keskittyy paljolti alueellisiin viineihin ja omien lähituotteiden nauttimiseen, juodaan Suomessa puolestaan kaikkea, pakon edessä. Siinä mielessä olemmekin viinin kosmopoliitteja, viinimaailman kansalaisia ilman omaa viinimaata.

Viinipuhe on arkipäiväistynyt, mutta onko se tavallista? Voiko kuka tahansa puhua viinistä miten tahansa? Mikä on oikea tapa puhua viinistä? Viinipuhe on laajasti hymisteltä *fiiniä* diskurssia, johon näyttää kiteytyvän joukko positiivisia määreitä: eurooppalaiset kohtuulliset juomatavat, itsehillintä, sivistyneisyys ja maailmankansalaisuus. Viinipuhe on myös hierarkkista, normitettua ja arvottavaa. Viinidiskurssi kantaa mukanaan esimerkiksi viinien ja viinimaiden sekä rypäleiden arvojärjestyksiä vaikkapa niin, että vain ranskalaiset viinit ovat aitoja ja siksi parhaita. Viinidiskursseja on toki monia ja eri viinimaiden kulttuureissa kehittyneet *viinikielet* kilpailevat keskenään.

Muiden kuin viinimaiden konteksteissa viinikielet vaativat kääntämistä ja moniulotteista kotouttamista. Matti Lehti (1982, 17) onkin todennut kääntämisen ongelmista, että ”erilaiset viinimääreet ja ilmaisut vääntyvät kielellemme sangen vaivalloisesti ja ovat vaikeasti ymmärrettävissä”. Berglund ja kumppanit (1998, 35) ovat toiveikkaita: ”Olemme siinä uskossa, että kieleemme kääntyy kyllä tarpeen tullen. Eiköhän aistimuksillekin tarvita piakkoin lisää sanoja?” Vielä vuonna 2011 Stellan Höckfelt (12) pohti käsitystä, että ”viinien ymmärtäminen on vaikeaa”, koska ”viinimaailma piiloutuu usein vaikeasti ymmärrettävien termien ja kuvausten taakse”. Viimeaikaisimmista ongelmallisista viinislangin termeistä voi mainita esimerkiksi sanat *oksidoitunut* tai *terroir* (Charters 2006, 108–110). Ajankohtainen esimerkki on myös natuviinit, joita aluksi nimitettiin alkuviineiksi tai natural-viineiksi ja joiden makumaailma haastaa perinteiset viinikielet. Keskeistä tässä kaikessa on kieli, joka on ”merkitysjärjestelmä, joka mahdollistaa erilaisten valintojen tekemisen. Nämä valinnat taas ovat suhteessa siihen, kuka kieltä käyttää ja missä sosiokulttuurisessa tilanteessa sitä käytetään” (Kuortti et al. 2008, 28).

Voikin siis kysyä: miten viinipuhunnan ongelmia voi käytännössä ratkaista? Hyvä esimerkki viinipuheen yhteydestä siihen, kuinka vihkiytynyt tai noviisi puhuja on, on viininmaistelu ja siihen oleellisesti kuuluva viinin rakenteen, värin ja muiden ominaisuuksien kielellistäminen ja ilmaiseminen erityisesti suomen kielellä. Miten ihminen, joka ei ole opiskellut vallitsevaa, ”oikeaa” viinisanastoa, lähestyy viinin kuvailua? Voisiko viinin makua kuvailla vallitsevia normeja rikkoen keltaiseksi, saunavihdaksi tai kauratyynyksi, vaikkei tällaisia kuvauksia viinien esittelyissä näykään? Ja miten esimerkiksi Alkon myyjä toimii välittäjänä olemassa

olevien kuvailujen ja erityyppisten asiakkaiden kysymysten välillä? Viinipuhe on olemassa oleva kulttuurinen ilmiö, jonka näennäisen sivistyneeseen ja muodollisesti demokraattiseen muotoon sisältyy hierarkioita. Nämä hierarkiat eivät liity yksin viinimakuihin, vaan myös siihen, kuinka viinipuheessa ja viinipuheella tuotetaan identiteettejä sekä tehdään eroa itsen ja ”muiden” välillä.

## Puhutaan viinisti – suomeksi

Viinipuhe on aisteista ammentavana hyvin subjektiivista ja kokemuksellista, mutta sitä säätelevät erilaiset oletetut tai olemassa olevat regiimit ja normistot, jotka eivät ole johdonmukaisia tai keskenään yhdenmukaisia. Kun nämä hierarkkiset puhutavat tehdään näkyviksi ja tiedostetuiksi, voidaan viinipuheen ja viinikielen kehittymisen hallintaa tai rajoittamista mahdollisesti ehkäistä pohtimalla, millaisia tilanteisia vastadiskursseja tai keskenään kilpailevia diskursseja esiintyy.

Tapoja puhua ja kirjoittaa viinistä on paljon. Jokainen viiniä nauttiva voi eri tilanteissa ja diskursseissa pohtia viiniä koskevia puhetapoja ja hakea itselle sopivaa tapaa, vaikkei ole syytäkään tuottaa erityistä suomalaista viinipuhetta. Sen sijaan kannattaa luoda tilaa erilaisten ihmisten tapoihin sanallistaa viiniin liittyviä kokemuksia, normien tilanteiseen rakentumiseen ja aistikokemusten tilanteiseen neuvotteluun. Tällä tavoin voidaan – ehkä ja kenties parhaiten – löytää suomalaiseen viinimakuun soveltuvaa viinipuhetta.

## Lähteet

Kaikki linkit tarkistettu 23.4.2025.

Agricola, Mikael (1544) *Rucouskiria Bibliasta*. Tukholma: Amund Lauritzenpoika. Saatavilla: [https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/43445/p20-06\\_rucouskiria.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/43445/p20-06_rucouskiria.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Bell, David M. & Theresa S. Moran (2019) Comparing the Wine Tasting Notes of Jancis Robinson and Terry Theise: A Stylistic Analysis. *Text & Talk* 40(2), 125–146. DOI: [10.1515/text-2019-2053](https://doi.org/10.1515/text-2019-2053).

Bengtsson, Niklas (1998) *Viini ja uskomot*. Helsinki: Helsinki University Press.

Berglund, Juha; Immonen, Pekka & Rinta-Huumo, Antti (1998) *Makuasioita viinistä ja ruoasta*. Helsinki: Otava.

Caballero, Rosario; Suárez-Toste, Ernesto & Paradis, Carita (2019) *Representing Wine: Sensory Perceptions, Communication and Cultures*. Amsterdam: John Benjamins.

Charters, Stephen (2006) *Wine and Society: The Social and Cultural Context of a Drink*. Lontoo: Routledge.

Clarke, Oz & Uusitalo, Antti (2010) *Viinimaailma: 101 viiniä, joita on nautittava edes kerran eläessään*. 101 viiniä Alkon valikoimista. Suom. Eeva Mäkelä. Helsinki: Readme.fi.

Clarke, Oz (1990) *Viinikäsikirja ja maisteluopas*. [Alkup. *The Wine Factfinder*.] Suom. Reto Halme. Porvoo: WSOY.

Daley, Jason (2017) Oldest Evidence of Wine Making Found in Georgia. *Smithsonian Magazine* 14.11.2017. Saatavilla: <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/oldest-evidence-wine-making-found-georgia-180967199/>.

Furuholm, Leena (2010) Eurooppalaista juomatapaa etsimässä ja ylellisyysalkoholismia taltuttamassa: Alkoholikeskustelu Suomessa ja Sveitsissä 1959–1968. Pro gradu. Tampereen yliopisto, historiatieteen ja filosofian laitos, Suomen ja yleinen historia. Saatavilla: <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/81778>.

Gosciny, René & Uderzo, Albert (1971) *Asterix ja kultainen sirppi*. [Alkup. *La Serpe d'or*, 1960–1961]. Suom. Outi Walli. Helsinki: Sanoma Osakeyhtiö.

Gravina, Giampaolo (2012) A Matter of Taste: The Semi-serious Musings of a Wine Taster on the Contentious Prospects of Professional Tasting. *Rivista di estetica* 51, 149–154. DOI: [10.4000/estetica.1404](https://doi.org/10.4000/estetica.1404).

- Greggas, Aune (1996) *Viini Raamatussa: Siunauksen ja kirouksen symboli*. Helsinki: A. Greggas.
- Groves, Ronald; Charters, Stephen & Reynolds, Coral (2000) Imbibing, Inscribing, Integrating and Imparting: A Taxonomy of Wine Consumption Practices. *Journal of Wine Research* 11(3), 209–222. DOI: [10.1080/713684235](https://doi.org/10.1080/713684235).
- Howland, Peter J. (2013) Distinction by Proxy: The Democratization of Fine Wine. *Journal of Sociology* 49(2–3), 325–340. DOI: [10.1177/14407833134817](https://doi.org/10.1177/14407833134817).
- Häikiö, Martti (2007) *Alkon historia: Valtion alkoholiliike kieltolain kumoamisesta Euroopan Unionin kilpailupolitiikkaan 1932–2006*. Helsinki: Otava.
- Höckfelt, Stellan (2011) *Viinin valintaopas: Näin valitset oikean viinin*. Kannessa: Alkon viinivalikoima. [Alkup. *Så väljer du rätt vin.*] Suom. Tiina Julin, kuv. Karin Alfredsson. Helsinki: Readme.fi.
- Johnson, Hugh (2012) *Hugh Johnsonin viiniopas 2012*. Helsinki: Gummerus.
- Johnson, Hugh (1971) *Suuri viinikirja: Maailman viinit ja väkevät alkoholijuomat*. Suom. Maija Järvelin, Aarne Valpola & Antti Pekkarinen. Helsinki: Tammi.
- Karvonen, Juha (2022) *Viiniköynnös – suomalainen viljely- ja puutarhakasvi*. Helsinki: BoD – Books on Demand.
- Kelola, Kati (2022) Voisiko Suomestakin tulla viinimaa? Ilmastonmuutos nostaa Euroopan viinirajaa kohti pohjoista. *Image* 9.2.2022. Saatavilla: <https://www.apu.fi/artikkelit/voiko-suomesta-tulla-viinimaa-ilmastonmuutos-siirtaa-viinirajaa>.
- Koivisto, Jussi (2016) *Ehtoollisaineiden jälkikäsitteilyn teologia ja käytännöt*. Suomalaisen Teologisen Kirjallisuusseuran julkaisuja, 283. Helsinki: Suomalainen Teologinen Kirjallisuusseura.
- Kuortti, Joel; Mäntynen, Anne & Pietikäinen, Sari (2008) Kielen rakennustelineillä: Kielellisen ja yhteiskunnallisen käänteen merkitys. *Tiedotustutkimus* 31(3), 25–37.
- Kuusi, Pekka (1967) *Viinit ja alkoholipolitiikka*. Teoksessa Eero Saarenheimo (toim.) *Sata vuotta suomalaisia viinejä ja liköörejä*. Juhlakirja Nordforsin (Marlin) viini- ja likööritehtaan täyttäessä sata vuotta 3.5.1967. Helsinki: Huhtamäki-yhtymä. 17–27.
- Langlois, Jennifer; Dacremont, Catherine; Peyron, Dominique; Valentina, Dominique & Dubois, Danièle (2011) Lexicon and Types of Discourse in Wine e-Expertise: The Case of *vin de garde*. *Food Quality and Preference* 22(6), 491–498. DOI: [10.1016/j.foodqual.2010.10.008](https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.10.008).
- Lehti, Matti (1982) *Pieni viinitieto*. Dipolin taskutietoa, 1. Espoo: Dipoli.
- Loikkanen, Kustaa (1931) *Viinien avullako Suomi raittiiksi?* Helsinki: Raittiusviikkotoimikunta.
- Louhelainen, Pekka (1991) *Vettä, viiniä vai väkeviä? Neuvoo-antava kansanäänestys 29.–30.12.1931 kieltolain kohtalon kiirehtijänä*. Tampereen yliopisto, sosiaalipolitiikan laitos, sarja A:3.
- Mononen, Reijo (1986) *Viinin sosiaalhistoriaa Suomessa: Tutkimus suomalaisten viinin käytöstä historian hämärästä nykypäivään*. Pro gradu. Jyväskylän yliopisto.
- Mäntylä, Ilkka (1998) *Viinissä totuus: Viinin historia Suomessa*. Helsinki: Otava.
- Ojala, Kalevi & Seppälä, Seppo (1986) *Uusi viinikirja*. Helsinki: Tammi.
- Ojanperä, Mikko (2007) *De vino veritas: Totuuden sanoja viinistä*. Helsinki: Minerva.
- Olkkonen, Pekka (1982) Alkoholimyymälä 50 vuotta kontrollipolitiikan välineenä. *Alkoholipolitiikka* 47, 108–177. Saatavilla: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/128491/ap-1982-2-olkkonen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Overton, John & Murray, Warwick E. (2013) Class in a Glass: Capital, Neoliberalism and Social Space in the Global Wine Industry. *Antipode* 45(3), 702–718. DOI: [10.1111/j.1467-8330.2012.01042.x](https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2012.01042.x).
- Palola, Eino (1933) *Ihminen ja viini*. Helsinki: Suomalainen kirjakauppa.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne (2019) *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Sideways* (USA 2004). Ohjaus: Alexander Payne. Käsikirjoitus: Rex Pickett, Alexander Payne & Jim Taylor. Tuotanto: Fox Searchlight Pictures.
- Siegrist, Michael & Cousin, Marie-Eve (2009) Expectations Influence Sensory Experience in a Wine Tasting. *Appetite* 52(3), 762–765. DOI: [10.1016/j.appet.2009.02.002](https://doi.org/10.1016/j.appet.2009.02.002).
- Simpura, Jussi; Paakkanen, Pirjo; Kiianmaa, Kalervo; Mustonen, Heli & Metso, Leena (1993) Eri alkoholijuomien nauttimisväkevyydet ja niiden vaikutus veren alkoholipitoisuuteen. *Alkoholipolitiikka* 58(6), 409–421. Saatavilla: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/127734/ap-1993-6-simpura.pdf>.
- Sternsdorff Cisterna, Nicolas (2014) Unexpected Moments and the Wine Experience. *Food and Foodways: Explorations in the History and Culture of Human Nourishment* 22(1–2), 90–111. DOI: [10.1080/07409710.2014.892734](https://doi.org/10.1080/07409710.2014.892734).

Sääskilähti, Minna (2006) *Vapise, kuningas Alkoholi: Alkoholivalistuksen tekstilaji ja sen muuttuminen vuosien 1755 ja 2001 välisenä aikana*. Humanistinen tiedekunta, Suomen kielen, informaatiotutkimuksen ja logopedian laitos, Oulun yliopisto. Acta Univ. Oul. B 70. Saatavilla: <https://oulurepo.oulu.fi/handle/10024/34539>.

Tiegerstedt, Christoffer; Carlsson, Thomas & Härkönen, Janne (2018) Suosivatko suomalaiset miedompia alkoholijuomia ja onko oluen ja viinin ruokajuominen yleistynyt. Teoksessa Pia Mäkelä, Janne Härkönen, Tomi Lintonen, Christoffer Tiegerstedt & Katariina Warpenius (toim.) *Näin Suomi juo*. Teema 29. Helsinki: Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 101–111.

Vertanen, Leena-Annika (2016) Pekka Kuusi alkoholipoliittikkona ja hänen suhtautumisensa alkoholipoliittikkaan ajanjaksolla 1946–1969. Pro gradu. Oulun yliopisto, humanistinen tiedekunta, aate- ja oppihistoria. Saatavilla: <http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-201602041121.pdf>.

Virtanen, Matti (1982) Pekka Kuusi ja Alkon nykypoliitiikan juuret. *Alkoholipoliittikka* 47, 68–74. Saatavilla: <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/128544/ap-1982-2-virtanen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Västilä, Tarja (2017) Taina Vilkkunen: Suomalainen viinikulttuuri kehittyi nopeasti. Alko, juomatietous, henkilöt 16.11.2017. Saatavilla: <https://www.alko.fi/juoma-ruoka/makujen-maailma/henkilot/taina-vilkkunen-ja-suomalainen-viinikulttuuri>.

Wilson, Thomas M. (toim.) (2005) *Drinking Cultures: Alcohol and Identity*. Oxford: Berg.

Örmä, Simo (2008) *Viinin kulttuurihistoria*. Tampere: Pilot.

Österberg, Esa (2012) The Effects of Favouring Lower Alcohol Content Beverages: Four Examples from Finland. *Nordic Studies on Alcohol and Drugs* 29(1), 41–56. DOI:10.2478/v10199-012-0004-0.