

Janne Arola

Imitaattorit asialla

Talouspuhe voi olla höttöistä ja persoonatonta,
mutta tempaa silti mukaansa – myös toimittajat.

Kesällä 2012 jokainen päivä oli kohtalon päivä. Työskentelin *Helsingin Sanomien* taloustoimituksessa ja seurasin, kuinka euroalueen velkakriisiä yritettiin ratkoa. Uutisoinnin ytimessä oli hallituskriisiin ajautunut Kreikka, joka ei halunnut noudattaa sille hätälainojen vastineeksi asetetun säästöohjelman ehtoja. Kreikkaa suuremmat taloudet Italia ja Espanjakin olivat pahasti velkaantuneet, ja pelättiin, että ne ajautuisivat kaaokseen. Se taas saattaisi iskeä dominoefektin lailla koko maailmantalouteen.

Joka puolelta tulvi uutisia, huhuja, analyyseja ja spekulatioita. Pienistäkin tiedonhippusista vedettiin isoja johtopäätöksiä tilanteen kehittymisestä. Toimituksessa tunnelma sähköistyi entisestään, kun Euroopan keskuspankin neuvosto eräänä päivänä kokoontui päättämään, laskeeko se jälleen kerran ohjaukorkoaan. Minuutti minuutilta tilanne kävi jännittävämmäksi. Sitten tiedotustilaisuus alkoi ja ilmoitus tuli: ohjaukorko pysyy ennallaan. Sen jälkeen seurattiin markkinareaktioita. Tärkeintä oli katsoa, miten valtionlainojen korot kehittyvät. Vasta sijoittajien suhtautuminen EKP:n päätökseen kertoi, olivatko toimet onnistuneita vai eivät.

Elokuun puoliväliin mennessä olin omaksunut taloustieteellisen termistön niin hyvin, että saatoin rustata eurokriisistä uutisanalyysin. Tarjoilin Hesarin sadoille-

tuhansille lukijoille näkemyksenäni muun muassa sen, että Espanjan kymmenvuotisen joukkolainan korko oli jo pitkään ollut ”kestämättömällä tasolla”, yli seitsemässä prosentissa. Ajatus ei tietenkään ollut omani. Väite perustui lukuisiin aikaisempiin juttuihin, joissa joku muu oli esittänyt saman argumentin. Mutta olen hyvä imitoimaan, kuten kunnan journalistin kuuluu. Olin omaksunut kielen, jota näistä asioista puhuttaessa tulee käyttää.

Jälkikäteen ajatellen ajanjakso maan suurimman päivälehdteen taloustoimituksessa näyttäytyy outona kuplana. Kun astuin iltahämärässä ulos Sanomatalosta, en tunnistanut maailmaa, johon olin hetkeä aiemmin tempautunut. Se oli kuin rinnakkaistodellisuutta, eikä sillä tuntunut olevan mitään tekemistä oikean elämän kanssa. Markkinareaktiot olivat vain käyriä ja numeroita ruudulla ja niistä raportointi peliä, johon oli mahdollista heittäytyä.

Se peli alkoi noin 25 vuotta sitten. Helsingin yliopiston viestinnän professori Anu Kantola on tutkinut suomalaisten päättäjiä puhetapoja ja paikantanut hetken 1990-luvun talouskriisiin keskelle. Kantolan mukaan markkinatalous ryhtyi silloin ohjaamaan yhteiskuntia¹.

¹ Kantola, Anu (2002): Markkinakuri ja managerivalta : poliittinen hallinta Suomen 1990-luvun talouskriisissä, sarjassa Viestinnän julkaisuja (6). Helsingin yliopisto, viestinnän laitos/Loki-kirjat, Helsinki.

Myös talouspuhe alkoi levitä vauhdilla. Tehottomuudesta tuli tehokkuutta, vastuuttomasta vastuullista, löysyydestä tuottavuutta ja jäykkyydestä joustavuutta.

Hallitukset alkoivat puhua kilpailukyvyistä, aktivointipolitiikasta, kannusteista ja innovaatioista. Samaan aikaan Suomeen levisi Yhdysvalloista uuden julkisjohtamisen oppi eli *New Public Management*. Talouden kieli ja diskursit levisivät, kun julkisorganisaatioissa otettiin käyttöön alun perin yritysmaailmaa varten kehitettyjä prosesseja ja toimintatapoja, arvioi suomen kielen ja talouselämän viestinnän yliopistonlehtori Ville Virsu Turun yliopistosta.

Pian uutta talouskieltä alettiin imitoida myös mediassa. Ruotsalaiset journalismin tutkijat Bo Mårtensson ja Håkan Lindhoff kirjoittivat jo 1990-luvun lopulla journalismin ekonomisaatiosta². Heidän mukaansa julkisesti ja yleisesti merkittäviä aiheita määritellään yhä useammin talouden termein ja niistä keskustellaan kansantalouden käsittein. Se näkyy median aihevalinnoissa. Urheilussa kiinnostavat tulosten lisäksi sponsorirahat ja kulttuurissa romaanien sisältöjen asemesta niiden myyntiluvut.

Kehitys on mennyt niin pitkälle, että esimerkiksi kirjailija Riku Korhosen mielestä ”aineettoman pääoman,

² Mårtensson, Bo & Lindhoff, Håkan (1998): State, Market, Crisis. Swedish News Journalism on the Economy. *Nordicom Review* 19 (1), 85–100.

lisäarvon tuottamisen ja vientipotentiaalin kaltaiset käsiteperheet ovat kirjallisessa julkisuudessa selvästi syrjäyttäneet kirjallisuustieteellistä tai esteettistä sanastoa”. Bestseller on aina kurantti uutinen, haastava huolella tehty romaani sinänsä ei, Korhonen sanoi viime marraskuussa Turun yliopiston taloussosiologian oppiaineen 50-vuotisjuhlaseminaarissa.

Kovaa talouspuhetta ja höttöistä bisnesretoriikkaa

Talouden kielen leviämässä voi erottaa kaksi päälinjaa. Kutsuttakoon ensimmäistä vaikkapa kovan linjan talouspuheeksi. Se on erityisesti poliitikkojen ja muiden päättäjien retoriikkaa kansantaloudesta ja budjeteista. Siitä, mihin on rahaa ja mihin ei.

Kielentutkija Vesa Heikkinen on seurannut kielen muutoksia vuosikymmeniä ja allekirjoittaa talouspuheen ylivallan yhteiskunnallisissa keskusteluissa. Hänen mukaansa varsinkin valtaapitävillä on halu näyttää talousfaktapohjaisena numeroasiana.

Heikkinen ja Ylen Poliitikkaradion toimittaja Tapio Pajunen analysoivat asiaa viime vuonna julkaistussa

kirjassaan *Kansalaistaito – Miten politiikkaa voi ymmärtää, jos sitä voi ymmärtää?* Heidän mukaansa poliitikot käyttävät retoriikassaan numeroita, koska niihin liitetään tarkkuus, eksaktius ja totuudellisuus. Talouden lainalaisuuksista puhuttaessa arvot ja ideologiat muka viskataan takavasemalle: numerothan näyttävät, miten asia todellisuudessa on. Lähes kaikesta voi tehdä talouskysymyksen.

Esimerkiksi maahanmuutosta käytävää keskustelua voi kuvata ”määrällistäväksi”. Ihmisten ja rahojen määrät ovat siinä keskeisempiä kuin puhe hädästä, auttamisesta tai ihmisoikeuksista, Heikkinen ja Pajunen kirjoittavat.

Kovan linjan talouspuheelle on ominaista myös persoonattomuus. Asiat tapahtuvat ilman, että niihin on mahdollista vaikuttaa. ”Velanotto kasvaa” ja ”työttömyys lisääntyy”, eikä kukaan voi sille mitään. Talous on kuin pyörremyrsky, joka rymistelee läpi yhteiskunnan ja jättää jälkeensä savuavia raunioita.

Toinen talouspuheen linja on höttöinen bisnesretoriikka, joka kumpuaa talouden lainalaisuuksista. Sen voi tiivistää sanapariin: kehity tai kuole.

Jo 1980-luvulla amerikkalaiset liikkeenjohdon konsultit keksivät rustata puolivillaisia oppaita taloudelliseen ja henkiseen hyvinvointiin. Pian yritysjohtajat ja johtavat poliitikot ympäri maailmaa omaksuivat taitoja, joita uudet

johtamisgurut heille opettivat. Slangisanat kuten *uudelleenorganisointi*, *massan karsiminen*, *saneeraaminen* ja *vertailujohtaminen* saivat konsulttien opit kuulostamaan tieteellisiltä ja älyllisesti kurinalaisilta³. Nykyään tämä niin sanottu self help -kirjallisuus on myyntilistojen vakiokamaa. Myös medianakava toisensa jälkeen on täynnä höpsöjä listauksia, joiden mukaan *Nämä 7 asiaa tekemällä menestyt asiassa X*. Ihmisistä on tullut oman elämänsä liikeyrityksiä, joiden on tärkeää trimmata itsensä hyvään tulokuntoon.

Tarinat numeroiden takana

Talous on myös hyviä tarinoita. Vaikka raha lähtökohtaisesti on persoonatonta bittivirtaa, siitä puhumiseen liittyy usein narratiivi, jossa saadaan huikeita voittoja tai kärsitään järkyttäviä tappioita.

Tässä mielessä talouspuhe rinnastuu urheiluviihteseen, josta tyhjänpuhuminen työpaikan kahvipöydässä on kansanhuvia.

Talouden tarinallisuutta alleviivasi myös omistajaohjauksesta vastaava ministeri Mika Lintilä (kesk) helmikuussa, kun valtion alkoholiyhtiö Altia kertoi listautuvansa pörssiin.

³ Wheen, Francis (2006): Kuinka humpuuki valloitti maailman : nykyajan harhojen lyhyt historia. Suomentanut Seppo Hyrkäs. Ajatus, Helsinki. Englanninkielinen alkuteos 2004.

Lintilä maalaili valtioneuvoston tiedotteessa, kuinka ”kaikilla suomalaisilla on nyt mahdollisuus omistaa pala kotimaisiin raaka-aineisiin perustuvaa kasvutarinaa”. Tätähän on kuultu maailman sivu: suomalainen voittaa aina!

Taloustieteen nobelisti, professori George A. Akerlof ja hänen kollegansa Robert J. Shiller ovat tutkineet kertomusten merkitystä kansantalouksille. Heidän mukaansa tiedotusvälineet pyrkivät kertomaan ihmisiä kiinnostavia tarinoita, minkä vuoksi talouden tapahtumista ”tehdään usein liian pitkälle meneviä johtopäätöksiä”⁴. Jos uutispäivä on muuten hiljainen, hieman liikkuvat osakekurssit saavat toimittajat nopeasti tarjoamaan omia teorioitaan pörssin tapahtumista.

Akerlofin ja Shillerin mielestä kansantaloustieteilijät suhtautuvat usein varoen sekä kertomuksiin että todellisuuteen, jota he yrittävät selittää. Sillä oikeastaan juuri kertomuksilla saattaa olla valtava vaikutus tosimaailman tapahtumiin. Kun esimerkiksi jonkin yrityksen markkina-arvo pörssissä putoaa 50 prosenttia päivässä – kuten peliyhtiö Roviolle tapahtui helmikuussa – kyse ei useimmiten ole siitä, että sen toiminnassa olisi tapahtunut dramaattisia muutoksia.

4 Akerlof, George A. & Shiller, Robert J (2009): *Vaiston varassa : miten ihmismieli ohjaa maailmanlaajuisia kapitalismia*. Suomentanut Timo Soukola. Gaudeamus Helsinki University Press, 2009.

Kyse on itseään voimistavista markkinareaktioista. Kun joku merkittävä sijoittaja päättää myydä yhtiön osakkeita, se herättää epäilyksiä ja tempaa muutkin mukaansa. Ihmiset ovat laumasieluja ja tekevät päätöksiä – huonojakin – mieluummin joukon mukana kuin jäävät yksin epävarmuuteen.

Alkuvuonna 2018 julkisuudessa povattiin pörssiromahdusta. Ilma oli spekulatioista sakeana, ja tilanteen vakaavuutta puitiin lukemattomissa jutuissa niin talousmediassa kuin sanomalehdissäkin. Jonkinlainen ajankuva on se, että eräänä helmikuun päivänä *Helsingin Sanomat* seurasi verkkosivuillaan hetki hetkeltä kurssien muutosta Helsingin ja maailman pörsseissä. En katsonut lähetystä, mutta voin hyvin kuvitella, millaista draamaa sekunnin välein päivittyvät numerot saivat aikaan.

Talouden kielessä ei tietenkään ole lähtökohtaisesti mitään väärää. Vesa Heikkinen selittää, että erikoissanastot ovat tietyissä ammateissa ja työpaikoilla elintärkeitä, jotta kaikki ymmärtävät toisiaan. Taloustoimittajan ja rakennusinsinöörin on omaksuttava oikeat genret ja kielelliset käytännöt, jotta hän pystyy toimimaan kollegoidensa kanssa. Kaikki, mitä kieleen on syntynyt tai synnytetty, tulee tiettyyn tarpeeseen.

Kun poliittisia päätöksiä perustellaan vaikealla ja koukeroisella talouden kielellä, kansalaisilla on oikeus kysyä, mitä sillä tarkoitetaan.

Ongelmat alkavat näkyä, kun kaikilla keskusteluun osallistuvilla ei ole mahdollisuutta ymmärtää siinä käytettyä kieltä. Kun poliittisia päätöksiä perustellaan vaikealla ja koukeroisella talouden kielellä, kansalaisilla on oikeus kysyä, mitä sillä tarkoitetaan. Tässä mielessä kieli pahimmillaan sulkee tiettyjä ihmisryhmiä pois demokraattisen päätöksenteon piiristä.

*Talous ja moraal*i -kirjassa (Gaudeamus, 2016) asia tiivistetään näin:

”Jos yhteiskunnallisia puheenvuoroja jaetaan sen perusteella, käytetäänkö ensisijaisesti tai jopa pelkästään talouden kieltä, ajaudutaan kohti maailmaa, jossa talouden ongelmat ratkaisemalla uskotaan voitavan hoitaa myös muut yhteiskunnalliset ongelmat. On huolestuttavaa, jos tällainen näkemys määrittää kysymystä moraalista sekä siitä, miten moraalin piiri tulisi ymmärtää.”

Eräs kirjan toimittajista, filosofi Sami Pihlström, on huolissaan etiikan vesittymisestä taloudellisen toiminnan välikappaleeksi. Esimerkiksi hän nostaa liikenneonnettomuudet. Saatamme sanoa, että tietty määrä kuolemia on ”hintaa, joka pitää maksaa” siitä, että millään poliittisilla päätöksillä tieliikennettä ei saada täysin turvalliseksi.

Pihlströmin mielestä taloudelliset realiteetit alistavat yksilöä ja tekevät hänestä toisinaan uhrin.

”Tälle tilanteelle emme voi mitään. Sen sijaan voimme vastustaa moraalisen näkökulman alistamista taloudellisille realiteeteille ja moraalisen kielen palauttamista taloudelliseen kieleen – myymiseen, ostamiseen, hintoihin ja maksumiin”, hän kirjoittaa.

Ekonomistit syrjäyttivät sosiologit

Yksi selitys talouspuheen leviämiseen on se, että taloustiede on kehittynyt ja alkanut kiinnostua aiempaa näkyvämmiin myös ihmisten käyttäytymisestä. Viime vuonna taloustieteen Nobel-palkinnolla palkittiin amerikkalainen Richard H. Thaler, jota pidetään yhtenä käyttäytymistaloustieteen uranuurtajista. Taloustieteen keinoin pystytään nykyään selittämään monimutkaisiakin yhteiskunnallisia ilmiöitä. Taloustieteessä, kuten elämässä, on kyse kannustimista eli siitä, mikä motivoi ihmistä käyttäytymään tietyllä tavalla. Läheskään aina kyse ei ole rahasta.

Vuonna 2005 julkaistiin supersuosituksi noussut ekonomisti Steven Levittin ja journalisti Stephen J. Dubnerin teos *Freakonomics: A Rogue Economist Explores the Hidden Side of Everything*. Siinä Levitt ja Dubner kertovat, miksi Ku Klux Klanin jäsenet toimivat kuin kiinteistönvälittäjät,

miksi huumediilerit asuvat edelleen äitiensä kanssa saman katon alla ja miten tullaan täydellisiksi vanhemmiksi – kaikki asioita, joilla ei äkkiseltään katsottuna pitäisi olla mitään tekemistä taloustieteen kanssa. Suomessa taas julkisuuteen ovat viime aikoina nousseet sujuvasanaiset ja somea sukkelasti hyödyntävät taloustieteilijät, kuten Nordean yksityistalouden ekonomisti Olli Kärkkäinen. Hän kommentoi kiinnostavasti, asiantuntevasti ja ymmärrettävästi talouden käännteiden vaikutuksia niin, että tavallinenkin kansa ymmärtää.

Ekonomistit ovat syrjäyttäneet sosiologit maailman-selittäjinä.

”Nyt kaikki on kaupallistettu: vanhukset ovat bisnes, sote-uudistuksen valinnanvapaus on bisnes ohjata vero-rahoja yrityksille ja niin edelleen. On selvää, että kehitystä nyt myös kommentoivat taloustieteilijät”, pitkän linjan sosiologi Antti Eskola ”murisi” vuonna 2017 Ylen jutussa, jossa sosiologien syrjäyttämisen syitä pohdittiin.

Monien ekonomistien ongelma on kuitenkin vähintään lievä ylimielisyys. Esimerkiksi Twitterissä törmää usein keskusteluihin, joissa taloustieteilijät lynkkaavat joukolla muun alan piiristä tulevan argumentoijan sillä perusteella, että tämä ei muka ymmärrä edes perusasioita taloustieteestä.

Epäilemättä kansanedustaja ja ekonomisti Juhana

Vartiainenkin (kok) on aidosti huolissaan suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan rakenteellisista ongelmista. Hänen viestinsä kuitenkin hukkuu kohinaan, kun hän tulee matkan varrella ehkä epähuomiossa tölvineeksi ja syyllistäneeksi milloin kotiäitejä, milloin työttömiä.

Viime syksynä yhdessä Vartiaisen kanssa kirjoittamassaan *Keskusteluja taloudesta* -kirjassa (WSOY, 2017) tietokirjailija ja ”penkkiekonomisti” Tommi Uschanov selittää käyttäneensä satoja tunteja elämästään selventääkseen Vartiaisen ajattelua ihmisille, jotka eivät sitä ymmärrä. Tätä Uschanov ei enää jaksaisi.

”Oma tavoitteeni on pikemminkin, että sinä ja muut sinun laillasi ajattelevat ekonomistit oppisitte popularisoimaan itse ajattelunne niin, ettei minua enää tarvittaisi siihen”, Uschanov kirjoittaa Vartiaiselle.

Talospuheen leviäminen voi johtua myös siitä, että markkinatalous vallitsevana talousjärjestelmänä hyväksytään nykyään laajasti. Eduskunnassakaan ei taida olla kansanedustajaa, joka ainakaan kuuluvasti haikailisi kapitalismin tuhoamista. Siitä ollaan toki edelleen ja luultavasti ikuisesti erimielisiä, paljonko valtion pitää puuttua markkinoiden toimintaan.

Pääministeri Juha Sipilä (kesk) puolestaan yrittää selvästi tehdä kaikkensa, jotta talous pysyisi ihmisten mielissä

jonkinlaisena vastavuoroisuuspelinä, jossa kukin kantaa vuorollaan oman vastuunsa. Hän puhuu taloustalkoista ja on haastanut yrityksiä mukaan aktiivimallin toteuttamiseen kuin kyse olisi hyväntekeväisyyskeräyksestä.

Juhana Vartiainen yhdistää tämän retoriikan perisuomalaiseen ajattelutapaan, jonka mukaan talous koostuu useista osapuolista, joita yhdistää ”isänmaallinen talkoohenki ja vastavuoroisuuden eetos”.

”Olen aina inhonnut talkoovertausta, koska se johtaa ajatukset harhaan, pois taloustieteen mukaisesta todellisuudesta”, Vartiainen kirjoittaa.

Toisaalta talouden puhetavat näyttävät vaativan vähintään ripauksen, usein kourallisen, juuri tällaista Sipilänkin virittelemää me-henkeä. Anu Kantolan mukaan 1990-luvun lamassa markkina-ajattelu tarvitsi rinnalleen nationalismia, jotta oli mahdollista houkutella kansaa markkinamekanismin puolelle. Alettiin puhua esimerkiksi kansallisesta kilpailukyvyystä. Se on termi, jolla kutsutaan kaikkia suomalaisia ponnistelemaan yhteiseksi hyväksi ennemmin kuin jaetaan kansaa kahtia.

Kaikki on markkinointia

Yrittäjäys ja itsensä työllistäminen lisääntyvät – ehkä hitaasti mutta kuitenkin varmasti – ja pikkuhiljaa yhä isommasta osasta väestöä tulee yhden ihmisen liikeyrityksiä, jotka yrittävät raapia elantoa yksittäisillä työsuoritteilla vapailta markkinoilta.

Olen joskus pyöritellyt mielessäni ajatusta, että tämän myötä kaikki ihmisten välinen vuorovaikutus onkin pohjimmiltaan markkinointia. Kun kohtaamme tuntemattomia, yritämme tehdä heihin vaikutuksen – tai ainakin olla nolaamatta itseämme. Emme ehkä tietoisesti myy itseämme ja osaamistamme, mutta ei kukaan taida panna pahakseen, jos jokin uusi kontakti poikii myöhemmin työtä, kaveruussuhteita tai muita mielenkiintoisia projekteja.

Maailman verkottuessa kaikessa voi nähdä bisnestilaisuuden ja hyötymistarkoituksen. Itsensä kehittäjät ja elämäntapayrittäjät etsivät ansaintaa kaikissa mahdollisissa raoissa, vaikka usein kyse taitaa olla vain tyhjästä poseeraamisesta – termi, jota Tommi Uschanov käyttää sosiaalisesta mediasta.

Journalistipiireissä taloustoimittajuus mielletään vaikeaksi ja arvostetuksi professioksi, mutta loppujen lopuksi siinä on pitkälti kyse ympäröivän maailman imitoimisesta.

On psykologisesti luontevaa, että toimittajat omaksuvat ja välittävät kieltä, jota he näkevät ja kuulevat ympärillään. Tällä hetkellä se on usein talouden ja yritysmaailman kieltä.

Kun pääministeri puhuu kestävyysvajeesta tai yritysjohtaja skaalautuvuudesta, voi olla melko varma että termit esiintyvät seuraavan päivän lehdissä ja uutisissa ilman tarkentavia selityksiä, vaikka toimittajat eivät täysin ymmärtäisikään, mitä niillä pohjimmiltaan tarkoitetaan.

Pöhinää ja pitchausta ei ehkä olisi ilman Slushia, josta *Helsingin Sanomat* striimaa verkkosivuillaan vuosi toisensa perään tuntikausia suoraa motivaatiolähetystä. Kun toimittajat kertovat erilaisista yhteiskunnallisista kehityskuluista, esimerkiksi piensijoittamisen lisääntymisestä, yrittäjyydestä tai yhteiskunnallisten rakenneuudistusten tärkeydestä, he tulevat samalla osallistuneeksi niiden tarinan rakentamiseen ja vahvistaneeksi niiden puhetapoja.

Viimeistellesäni tätä kirjoitusta Jyväskylän yliopiston kirjastossa pistäydyin miestenhuoneessa. Huomasin, että talouspuhe on saavuttanut jopa julkisen wc:n. Pisuaarin yläreunassa luki: ”Tämä on mainio paikka tavoittaa mieskohderyhmä oikealla hetkellä.”

Tässä sitä siis nykyään ollaan, virtsalla muiden mieskohderyhmäläisten kanssa.

Ylioppilaslehti

Janne Arola on yhteiskunnallisista aiheista kiinnostunut vapaa journalisti, jonka juttuja on julkaistu muun muassa *Imagessa*, *Sunnuntaisuomalaisessa*, *Suomen Kuvalehdessä* ja *Ylioppilaslehdessä*.

Helsingin Sanomien lisäksi hän on työskennellyt toimittajana *Keskisuomalaisessa*. Syksyllä 2016 Arolalta ilmestyi yhdessä likka Hackmanin kanssa kirjoitettu yksinyrittäjyyden lisääntymisestä kertova kirja *Väliin pudotetut – Miten meistä tehtaillaan yksinyrittäjiä (Docendo)*.

