

## Talousjournalismia avaimenreiästä

”Ei ole kristallipalloa, joka ennakoisi muita paremmin, miten markkinat kehittyvät”, totesi Heikki Arola Helsingin Sanomien jutussaan *Osakkeet – halpoja vai kalliita?* 8. syyskuuta 2002. Artikkelin mukaan ”kirkko-oppi” rationaalisesta sijoittajasta oli joutunut epäilyksenalaiseksi. Rahoitustutkimuksessa oli nöyrytty myöntämään, että ala kuuluu enemmän käyttäytymis- kuin luonnontieteiden piiriin.

Arolan artikkeli käsitteli pörssivetoisen talouden kriisiä syksyllä 2002. ”Osakemarkkinoiden kuumemittarit” ennakoivat epävarmoja aikoja. Teknokra oli puhjennut. Mustina pilvinä talouden taivaalla olivat taantuma, osakekursien lasku ja suurten yhdysvaltalaisyriyten kirjanpitoskandaalit, jotka koettelivat pörssitalouden uskottavuutta.

Keskellä taantumaa painiskeltiin uskottavuuden kanssa lehdissäkin. Niissä pohdittiin, voiko talouden asiantuntijoiden ennusteisiin luottaa. Kauppalehden jutussa Etlan toimitusjohtaja Pentti Varila kritisoi ihmisten luottamusta analyytikkojen ”Jumalan sanaan” (6.9.) ja Kauppalehti Optiossa kysyttiin, ”vaivaako talouskehityksen ennustajia joukkosokeus vai sopuli-ilmio.” (14.11.).

Talouden epävarmuus heijastui siis myös talousjournalismiin, mutta toisaalta journalismi ei tutkinut eikä muistellut omia tekojaan. Ennusteiden varmuutta epäiltäessä unohdettiin, että talousjournalismi itsekään käyttää mielellään ennusteita materiaalinaan.

Nykytilan kritiikki jäi vähäiseksi. Helsingin Sanomien yksittäisissä uutisissa käsiteltiin sääntelyä ja valvontaa. Niiden toivottiin pienentävän markkinoiden aiheuttamia riskejä. Talousaikakauslehdistä tutkimissamme *Talouselämä*, *Tekniikka & Taloudessa* ja *Kauppalehti Optiossa* suunta oli samankaltainen. Valtiota toivottiin toisinaan apuun, tosin HS:sta poiketen vain välillisesti esimerkiksi veronalennusten avulla.

Sen sijaan *Kauppalehdessä* sääntelystä ei ollut jälkeäkään. Siellä luotettiin tiukasti markkinatalouteen. ”Kuvaviestin on yleistyttävä tekstiviestiä nopeammin”, vaadittiin otsikossa 6.9. ”Sijoittajien kärsivällisyys ei kestä hitaampaa

kehitystä”, Accenturen toimitusjohtaja Juho Malmberg totesi itse jutussa. Kauppalehden mielestä talous pitää jättää rauhaan, jotta se toimii parhaalla mahdollisella tavalla kaikkien eduksi.

## Miten tähän on tultu?

Mielipiteiden vaihtelu kuvastaa koko talouden sirpaloitumista samalla tavoin, kuin ”markkinoiden” sijaan ammattislangissa puhutaan jo ”markkinasta”. Miten tähän on tultu? Millaista talousjournalismi oli ennen, ja olisiko nykypäivän uutisoinnilla siitä jotain opittavaa?

Asiaa selvittääkseen journalismikritiikin projektiopintojen kurssi tutki Kauppalehden ja Helsingin Sanomien taloussivujen kirjoittelua vuosilta 1979, 1989, 1999 ja 2002. Kultakin vuodelta luettiin syyskuun ensimmäisen täyden viikon lehdet.

Lisäksi kävimme läpi talouden aikakauslehtiä, kuten Talouselämää, Tekniikka & Talous -lehteä ja Kauppalehden Optiota, loka-marraskuulta 2002 ja Yleisradion televisiokanavien, MTV3:n ja Nelosen talousuutiset 4. ja 5. joulukuuta 2002, jotta saisimme hiukan laajemman kuvan talousjournalismin maisemasta.

Tarkastelimme, ketkä ovat talousjournalismin lähteitä, miten talouden suhdanteet heijastuvat talousjournalismiin, mikä on lehtien linja suhteessa talouteen ja kenelle talousjournalismi on suunnattu.

Yksi viikko kultakin vuodelta ei sinänsä ole kovin laaja materiaali, vaikka siitä saakin yleiskuvan talousjournalismissa tapahtuneesta muutoksesta. Pikemminkin voisi puhua avaimenreiästä kurkistamisesta. Toisaalta omalla tavallaan talousjournalisminkin tuntuu kurkistavan talouteen avaimenreiästä, usein johtoportaan ja yksittäisten yritysten kautta.

**Suomalaiset viestivät tänä vuonna yli 20 miljardilla markalla – kännykkälaskujen nopea kasvu ei ole vielä saanut kansalaisia tinkimään puheluista.**

Helsingin Sanomat  
7.9.1999

Vuonna 1999 elettiin vielä nousun hurmaa. IT-ala oli lupaavasti kasvamassa, ja journalismissa nostatettiin henkeä. Yleinen optimismi päti muihinkin talouden aloihin kuin informaatioteknologiaan.

Hengennostatus näkyi erityisesti Kauppalehdessä, jossa tuettiin pyrkimyksiä palkkaerojen lisäämiseksi. Työntekijät nähtiin työvoimakustannukseksi samaan aikaan, kun johtajien optio-ohjelmia puolustettiin kilpailukyvyyn ylläpitäjänä.

HS:ssa noususuhdanteen rentous näkyy tavallisten kansalaisten pääsynä taloussivuille. Heidän tehtävänsä oli kuitenkin paljolti vain kuvittaa ja maanläheistää juttuja kuluttajan roolissa. Kännykkälaskuja käsittelevään juttuun tarvittiin ahkera kännykän käyttäjä.

**”Jos tässä elämässä on jotain pysyvää, niin se on Suomen ja Neuvostoliiton kaupan tavara-listat.”**

*Entinen suomalainen kauppapoliitikko*  
Helsingin Sanomat  
4.9.1979

**Kuvaputki-tuotantoa ei olisi aikoinaan Suomessa kannattanut aloittaa, mutta kun se kerran on aloitettu, sitä ei nyt kannata lopettaa.**

*Hallintoneuvoston varapuheenjohtaja*  
*Henrik Öhquist, Valco*  
Helsingin Sanomat  
1.9.1979

Kauppalehdessä kuluttajaa ei kuultu, mikä johtuu lehtien peruseroista. HS tavoittelee yleislehden asemaa, KL on talouden erikoislehti. Tämän takia HS:n taloussivuilla pyritään tuomaan mukaan myös tavallisen kansalaisen näkökulmaa, kun Kauppalehti taas suuntaa viestinsä sijoittajille ja johtoportaalille.

Noususuhdanteen talousuutisille on tyypillistä metaforien ahkera käyttö. Esimerkiksi vuoden 1999 Kauppalehdessä ”osakkeet uivat vastavirtaan”, ja ”lyhyen aikavälin rysähdykset tuntuvat lievinä ilmakehänä – antavat istujalle mahdollisuuden ottaa uuden asennon”. Metaforan tarkoitus on selventää abstraktia talouskieltä, mutta usein sen vaikutus on päinvastainen: lukija etäännyy tekstistä.

Vuonna 1989 elettiin taitekohtaa. Idänkaupan rakenteita purettiin samaan aikaan, kun markkinoita vapautettiin. Tällöin myös Helsingin Sanomien ja Kauppalehden tapa uutisoida taloudesta alkoi erottua toisistaan.

Liberalisoimisen ensi hetkellä Kauppalehti oli etujoukoissa. Se teki reportaasia SKOPin dealing-huoneesta, esitteli uusinta konttorikoneteknologiaa ja haisteli ilmaisussaankin uusia tuulia. Sen sijaan samalla syyskuun viikolla HS pitäytyi perinteessä ja keskittyi uutisoimaan telakkateollisuuden tilanteesta. Suuri laiva näköjään kääntyy hitaammin.

Sama ero tulee esiin lehtien valtiosuhteessa ja lähteissä. Kauppalehdessä valtio nähtiin sääntelyn purkajaksi, eräänlaisiksi ”markkinoiden esitaistelijaksi”, kun taas Helsingin Sanomissa valtio vielä esitti vanhaa rooliaan talouden säätelijänä. Idänkaupan asiantuntijat pääsivät vielä ääneen, mutta puheenvuoro alkoi yhä enemmän olla pörssitalouden tietäjillä.

Vuoden 1979 taloutta voisi kutsua epäammattimaiseksi suunnitelmataloudeksi. Luottamus pysyvyyteen oli vahva. Tavoitteena oli täystyöllisyys, ja sen turvasi valtio idänkauppasopimuksineen. Utisoinnissa valtionyhtiöiden epä-

pätevyyttä käsiteltiin hyvin avoimesti ja suorapuheisesti, mutta moraaliset ajajahdit syntyivät paljon nykyistä hitaammin.

Tietämisen auktoriteetit johdettiin ajankohdan ”tietorakenteesta”, joten talousjournalismissa kuultiin idänkaupan tietäjiä ja valtionyhtiöiden johtajia. On merkillepantavaa, että heidän kommenttinsa – kuten muukin teksti – olivat vielä yleiskielisiä. Toimittajatkin selittivät talousasioita ja -termejä suoraan rautalangasta vääntäen.

## Mitä talousjournalismissa on tapahtunut vuosien varrella?

Kullakin talouden aikakaudella on siis omat tietäjänsä. Yhteistä heille on se, että he edustavat johtoporasta: omistajia, tutkimuslaitosten johtajia ja niin edelleen. Työntekijäpuolta kuullaan yleensä vasta siinä vaiheessa, kun on kyse yt-neuvotteista ja irtisanomisista. Kuluttaja puolestaan on tullut mukaan taloussivuille vasta äskettäin – silloinkin lähinnä kuvittamaan tilastoja, mielipidemittauksia ja ennusteita käsitteleviä juttuja.

Vuosien mittaan talousjournalismissi on paitsi erikoistunut kieleltään myös voimakkaasti henkilöitynyt. Henkilöiminen merkitsee ennen kaikkea menestyjien nostamista valokeilaan. Johtajat ja sijoittajat eivät ole vain pääasiallisia lähteitä, vaan heistä kirjoitetaan myös enemmän tai vähemmän ylistäviä menestystarinoita.

Pörssivetoisessa taloudessa journalistit ovat entistä riippuvaisempia yritysten tiedottamisesta. Pörssiyritysten tiedotus on kurinalaista ja säänneltyä, joten osavuositilastusten merkitys myös journalismille kasvaa.

Talouden tahtikin on kiristynyt. Idänkaupan aikakauden ”pysyvät kauppalistat” ovat poissa, ja tilalla on pörssitalous neljännesvuosineen ja pörssipäi-

torstai 5. syyskuuta 2002 **Kauppalehti**

# Nordea kasvaa Virossa nopeasti asuntoluotoilla

## Aggressiivinen kasvu vei Nordean Sammon ohii Virossa

**Talvina**  
Nordea on ylittänyt Virossa luottokassan aseman, mikä on voinut muuttaa talousjournalismin näkökulmaa. Nordean kasvun taustalla on aggressiivinen asuntoluotojen myynti.

**Käsitteellöityä**  
Nordean kasvun taustalla on aggressiivinen asuntoluotojen myynti, mikä on voinut muuttaa talousjournalismin näkökulmaa.

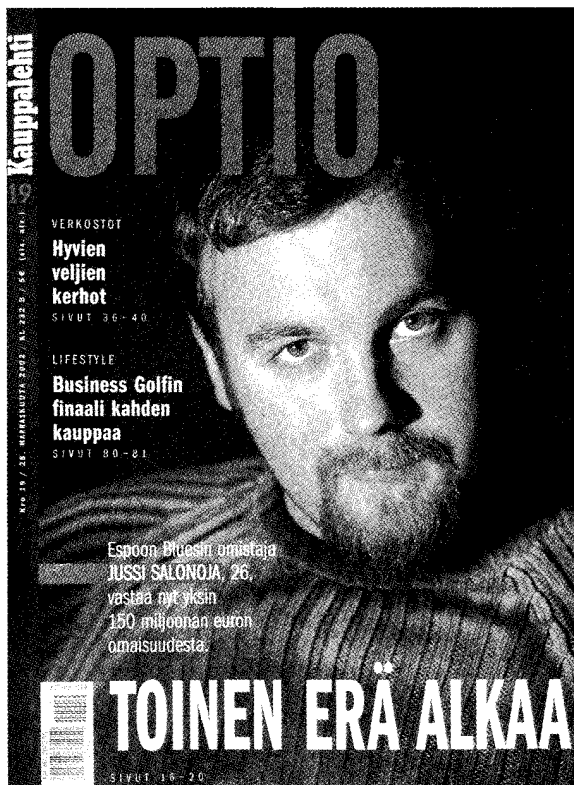


Kasvu	2001	2002	2003
Liiketoiminta	127	250	35
Liiketoiminta	171	131	11
Liiketoiminta	175	132	1
Liiketoiminta	175	134	1
Liiketoiminta	175	134	1

**Kauppalehti 5.9.2002**

vineen. Niinpä talousjournalismikin seuraa pörssin liikkeitä päivä päivältä – sähköisessä viestinnässä jopa suorassa lähetyksessä – mikä tekee journalismista yhtä tempoilevaa kuin pörssi itse.

Siinä missä Suomen talouselämä ja sitä käsittelevä journalismi ovat voimakkaasti muuttuneet, on naisten asema talousjournalismissa pysynyt kautta vuosien yllättävänkin samanlaisena. Talous näyttättyy journalismissa yhä miehisinä linnakkeena.



Kauppalehti Optio 28.11.2002

Tutkimissamme jutuissa suurin osa sekä haastatelluista että valokuviin päässeistä kuului miessukupuoleen. Osaltaan tämä selittyy sillä, että yritysten johtajat ovat usein miehiä, ja juttuihin haastatellaan yleensä johtajia.

Eräissä mielessä tulos oli yllättävä. Vielä vuosina 1979 ja 1989 raskas teollisuus hallitsi Suomen taloutta, mutta tämän jälkeen talouden toimialat ovat monipuolistuneet. 1990-luvun aikana ja sen jälkeen naisvaltaisten palvelualojen merkitys on

korostunut. Muutos ei kuitenkaan juuri näy journalismissa. Jutut keskittyvät miehisiin aloihin ja miesjohtajiin, jotka esiintyvät kuvissa ”muhkeissa villapaidoissaan”, kuten Kaarina Hazard totesi talousjournalismin seminaarissa Tampereella 8.11.

Karrikoiden voisi sanoa, että naisella on kaksi tapaa päästä taloussivulle. Ensimmäinen tapa on olla nuori, nätti ja varakas, kuten vaikkapa ruotsalainen Christina Stenbeck, joka esiintyi HS:n artikkelissa 2.9. Christina Stenbeck oli päässyt jutun aiheeksi, koska hän oli juuri perinyt mediamoguli Jan Stenbeckin miljardiomaisuuden.

Toisekseen nainen saattaa päästä taloussivujen kuluttajajuttuun, jossa hän esiintyy usein jonkin palvelun asiakkaana – Kaarina Hazardin sanoin ”kurkkujen puntaroijana”.

Ilmiselvää seksismi näyttää taloussivuilla vähentyneen. Esimerkiksi vielä vuosina 1979 ja 1989 Kauppalehden mieslukijoita viihdyttivät paljasrintaiset kolmossivun tytöt. Nytemmin heidät on vaihdettu aforismeja laukoviksi graafisiksi hahmoiksi. Jostain kertoo kuitenkin se, että kolmossivun tyttö -perinne on yhä elossa.

Taloussivuja lukiessa tulee väkisinkin kuva, että naiset eivät ole taloudessa tärkeitä toimijoita ja varallisuuden tuottajia. Tämä tuntuu ristiriitaiselta, kun ajattelee naisten tekemän työn määrää työpaikoilla ja kodeissa.

## Mihin unohtui työntekijä?

Moni uskoo, että talousjournalismin ammattimaistuminen, erikoistuminen ja resurssien kasvu on tehnyt siitä myös aiempaa laadukkaampaa. Ainakin tavallisen palkansaajan näkökulmasta talousjournalismin laatu näyttäisi heikentyneen. Yksi talousjournalismin näkyvimmistä muutoksista on nimittäin tapahtunut työelämän käsittelyssä. Irtisanomisista on tullut talousosaston materiaalia, mutta palkoista ja työllisyydestä pääasiassa kotimaan osaston uutisia.

Vielä 1979 työllisyysasiat kuuluivat tiiviisti taloussivuille. Työllisyyttä käsiteltiin usein aivan tavallisten palkansaajien näkökulmasta, eikä vain yrityksen talouden kannalta. Helsingin Sanomien jutunaiheita olivat muun muassa Kevsos-maiden alusvaatetuonti, joka uhkasi Suomen vaateteollisuutta ja siten kansalaisten työmahdollisuuksia. Myös palkkaus kuului kiinteästi taloussivuille: esimerkiksi 4.9.1979 julkaistiin HS:ssä suuri juttu valtionyhtiöiden palkoista otsikolla ”Alko maksaa parasta palkkaa”.

1990-lukua kohden yritystalous ja pörssikurssit alkoivat viedä leijonaosan taloussivujen tilasta, ja palkkaus sekä työelämäasiat alkoivat pikku hiljaa siirtyä kotimaanosastolle. Muutos tapahtui myös uutisointitavassa: vuosituhannen vaihteessa työvoima alkoi näyttäytyä taloussivuilla välttämättömänä kuluna.

Esimerkiksi vuoden 1999 Kauppalehdissä puolustettiin optioita ja samalla haluttiin pienentää ravintola-alan sunnuntaikorvauksia. KL oli toki jo tässä vaiheessa määritellyt kohderyhmäkseen selkeästi työnantajat ja sijoittajat. Voi kuitenkin kysyä, kasvattiko se kirjoittelullaan työntekijöiden ja työnantajien välistä kuilua?

Tavallinen ihminen ei ole enää työntekijä vaan yksilöllinen kuluttaja, joka

voi valinnoillaan tukea tai horjuttaa taloutta. Kuluttajasivut ja kuluttamista käsittelevät jutut ovat lisääntyneet. Tilanne on hyvä sikäli, että tällaisten juttujen avulla voidaan vastata ainakin osaan tavallisen ihmisen talouskysymyksistä. Työllisyys on kuitenkin keskivertokansalaiselle merkittävästi paljon olennaisempi asia kuin kuluttaminen. Mitä kuluttaa, jos ei ole töitä eikä siten rahaakaan?

Nykyaikainen talousjournalismi näyttääkin palvelevan erityisen hyvin suuryritysten osakkeenomistajia, yritysten johto- ja taloustehtävissä toimivia sekä työnantajia. Se vastaa hyvin kysymyksiin, jotka askarruttavat suurten pääomien pyörittäjiä. Vaarana kuitenkin on, ettei journalismi auta lukijoita hahmottamaan asioiden yhteyksiä toisiinsa, jos yritystalous- ja työllisyysasiat erotetaan omiksi alueikseen.

Vaikka talousjournalismin valtavirta vaikuttaa tavallisen lukijan kannalta masentavalta, piristäviä poikkeuksiaakin löytyy. Esimerkiksi Helsingin Sanomien sunnuntaisin ilmestyvät Talous&työ-sivut ovat hyvä yritys nivoa yhteen työelämää ja taloutta. Samankaltaista tavallisen ihmisen näkökulman hakeamista näkyy Taloussanomien ja Nelosen Talousuutisten otteessa.

## Pinnallista ja poukkoilevaa uutisointia

Kaiken kaikkiaan talousjournalismi vaikuttaa sekavalta. Toimittajat näyttävät seuraavan vaihtuvia suhdanteita nopeasti, mutta pinnallisesti. Tuloksena on talousjournalismia, joka kertoo lukijalle vain vähän. On vaikeaa saada käsitystä siitä, miten yrityksillä ja kansantalouksilla oikeasti menee. Erityisen vaikeaa on saada vastaus siihen, miten pörssitalouden nopeat liikkeet vaikuttavat tavallisen palkansaajan elämään.

Taloussasioiden ennustaminen ja ymmärtäminen tuntuvat olevan asiantuntijoillekin vaikeita asioita. Harva asiantuntija, yritysjohtaja tai taloustoimittaja uskaltaa myöntää ääneen tietämättömyytensä ja erehdyksensä. Monimutkaiset asiat, joita ei tyhmäksi leimautumisen pelossa uskalleta ihmetellä ja kyseenalaistaa, muuttuvat nopeasti vielä monimutkaisemmiksi ja lopulta hallitsemattomiksi markkinavoimiksi.

Vaikuttaa siltä, että tietämättömyys peitetään taitavasti asiantuntijuuden kaapuun talousjargonin ja varmansävyisten lausuntojen avulla. Joskus tuleekin mieleen satu keisarin uusista vaatteista.