

senä solubiologina tiesikin paljon jo entuudestaan. Yllätyksekseen Ehrenreich huomasi, että Yhdysvalloissa sairauden ympärille oli viimeisten vuosikymmenten aikana muodostunut kokonainen kulttuurinala erilaisine rintasyöpäorganisaatioineen, internetsivuineen, tukiryhmineen ja aikakauslehtineen. Monet sairauden ympärille kehittyneistä oheistuotteista olivat hämmästyttävästi miltei ihailevia: sen sijaan, että rintasyöpää olisi kuvattu valitettavana ja mahdollisesti kohtalokkaana vastoinkäymisenä, sairaus esitettiin usein myönteisenä ja jopa toivottavana asiana. Lehdissä ja internetin keskustelufoorumeilla rintasyöpään sairastuneet – ja siitä hengissä selvinneet – toistuvasti kuvasivat kokemuksensa tehneen heistä parempia ihmisiä, jotka arvostivat nyt elämää enemmän kuin ennen. Jotkut jopa esittivät sairastumisensa jumalan lahjana.

Ilmiö olisi luultavasti jäänyt Ehrenreichille kurositeetiksi, ellei hän olisi kokenut, että positiivisuudesta oli muodostunut suoranainen vaatimus syöpään sairastuneille. Syöpään erikoistuneissa aikakauslehdissä, kirjoissa ja erilaisissa vertaistukiryhmissä positiivisen asenteen merkitystä perusteltiin yhä uudestaan näennäisen tieteellisesti väittämällä, että yksilön positiivinen asenne paitsi auttaa syövän hoidossa, myös alun perin ehkäisee sen kehittymistä. Vaikka väitteet olivat lääketieteellisesti puuta heinää, niitä toisteltiin rintasyöpäpotilaiden keskuudessa kuin mantraa. Uskomuksen äärimmäisenä seurauksena osa sairastuneista mielsi tilanteensa johtuvan omasta negatiivisesta elämänsenteestaan, ja osa taas ajatteli syöpäkuolemien johtuvan siitä, etteivät sairastuneet itse uskoneet tarpeeksi omaan parantumiseensa. Ajattelutapa oli absurdi, mutta Ehrenreich näki siinä myös jotain olemuksellisesti hyvin amerikkalaista. Tämä kokemus sai hänet tutkimaan tarkemmin yhdysvaltalaisen positiivisen ajattelun syitä ja seurauksia.

Ehrenreich esittää amerikkalaisen yltiöpositiivisuusiilmiön syntyneen alun perin 1800-luvulla vastareaktiona aikakauden uskonnolliselle kalvinismille. Calvinismi edusti Ehrenreichin mukaan positiivisen ajattelun toista ääripäätä, eräänlaista ”yhteiskunnallisesti langetettua masennusta” (s. 74). Calvinismin mukaan taivaaseen pääsy tai kadotus oli ennalta määrättyä, minkä vuoksi ihminen saattoi elämänsä aikana vaikuttaa sielunsa kohtaloon ainoastaan miellyttämällä jumalaa omalla työllään. Käytännössä tämä tarkoitti sekä fyysistä aherrusta että henkistä työtä: jatkuvaa itsetutkiskelua, syntisten

Barbara Ehrenreich: *Smile or die: How positive thinking fooled America & the world.*
Lontoo: Granta, 2009, 235 s.

Amerikkalainen toimittaja ja tietokirjailija Barbara Ehrenreich (s. 1941) on Suomessa saanut julkisuutta lähinnä amerikkalaista työelämää havainnoivista kirjoistaan *Nälkäpalkalla* (WSOY, 2003) ja *Petty keskiluokka* (Vastapaino, 2006). Kotimaassaan aktiivisena poliittisena keskustelijana tunnettu Ehrenreich on kuitenkin kirjoittanut kymmeniä muitakin teoksia, joista toistaiseksi suomentamaton *Smile or die* (2009) lienee tähänastisista henkilökohtaisin. Kuten edellä mainitut suomennokset, myös tämä pohjautuu hänen omakohtaisiin kokemuksiinsa. Tällä kertaa polemisoinnin kohteena on positiivinen ajattelu ja sen negatiiviset vaikutukset yksilöihin ja yhteiskuntaan.

*Smile or die*n syntyjuuret ulottuvat vuosituhannen alkuun, jolloin Barbara Ehrenreichilla todettiin rintasyöpä. Diagnoosin aiheuttamasta alkujärkytyksestä toivuttuaan Ehrenreich tutustui tarkemmin rintasyöpään, jonka toimintamekanismeista hän enti-

ajatusten tukahduttamista sekä toimettomuuden ja nautintojen välttämistä. Tavallisille ihmisille kalvinistinen predestinaatio-oppi moraalisine velvoituksineen saattoi merkitä paitsi karua ja ankaraa elämää, myös henkistä pahoinvointia ja psykologisia ongelmia. Ehrenreich esittääkin positiivisen ajattelun lähelölkaukukseksi 1860-luvulla syntyynyttä ”jälkikalvinistista” liikettä, jonka johtohahmoina olivat portlandilainen kelloseppä Phineas Parkhurst Quimby ja kalvinistisen maanviljelijän tytär Mary Baker Eddy.¹

Jälkikalvinistisen liikkeen opillinen anti koostui Quimbyn ja Eddyn metafysisistä mielmistä sekä hypypellisestä mm. Ralph Waldo Emersonin transsendentalismia, swedenborgilaisuutta ja hindulaisuutta. Eklektisyys näkyi liikkeen jumalakäsityksessä, jossa kalvinismin ankara ja vihamielinen luoja oli muuttunut kaikkialla läsnä olevaksi ja kaikkivoipaiseksi hengeksi. Samaa pyhyttä edusti myös ihminen, joka ymmärrettiin pohjimmiltaan henkenä tai mielenä. Koska jumala ja ihminen kuuluivat samaan henkiseen yhtenäisyyteen, synnit, samoin kuin esimerkiksi sairaudet, olivat näin ollen vain eräänlaisia ”virheitä”, jotka kaikkialla vaikuttava pyhä henki tai mieli kykeni korjaamaan.

Jälkikalvinistinen liike olisi voinut jäädä unohdukseen, ellei se olisi kyennyt vakuuttamaan ihmisiä. Quimbyn ja Eddyn opit mielen parantavasta vaikutuksesta saivat nopeasti jalansijaa erityisesti erilaisten fysiologisten ja psykologisten sairauksien vaivaamisessa yhteisöissä. 1800-luvulla yleisen käsityksen mukaan monet nykyäänkin tutut vaivat, kuten masennus, uupumus, päänsäryt, ruoansulatushäiriöt ja unettomuus olivat oireita hermostollisesta sairaudesta, jota nimitettiin ”neurasteniaksi”. Silloisesta lääketieteestä ei useinkaan ollut neurastenian parantamiseen, mutta Quimbyn ja Eddyn opit mielen parantavasta vaikutuksesta näyttivät tulevan todistetuiksi sairastavien keskuudessa. Quimbyn ja Eddyn selitys asialle oli yksinkertainen: neurastenian alku-perä oli kalvinismissa, joka kirjaimellisesti sai ihmiset voimaan pahoin. Kun ihmiset uskoivat, että jumala tahtoo ihmisille hyvää eikä tuomitse sieluja kadotukseen, ihmisten oma jumalaan yhteydessä oleva mieli alkoi parantaa heitä vaivoistaan.

Positiivisen ajattelun popularisointi tapahtui Ehrenreichin mukaan satakunta vuotta myöhemmin protestanttisen papin Norman Vincent Pealen toimesta. Pealen kuuluisin teos *The power of positive thinking* julkaistiin vuonna 1952, ja siitä muodostui

nopeasti miljoonia myynyt bestseller.² Ehrenreich kuvaa Pealen olleen keskinkertainen teologianopiskelija, jonka suhtautumista kristinuskoon voisi kuvata varsin käytännönläheiseksi. Peale koki itsensä ”jumalan myyntimiehenä” ja halusi tehdä uskonnosta työkalun, jonka avulla ihmiset voisivat ratkaista esimerkiksi taloudellisia ja aviollisia ongelmiaan. Peale näki itsensä Quimbyn ja Eddyn tavoin eräänlaisena parantajana, mutta 1900-lukulaisena hän ei enää pitänyt aikakautensa vitsauksena neurastenian vaan itselleenkin tutun alemmuuskompleksin. Alemmuuskompleksin parannuskeinoksi Peale esitti yksilön ajatusten uudelleenohjelmoimisen: ihmisen oli jatkuvasti valvottava omia ajatuksiaan ja pyrittävä muokkaamaan ajatteluaan, kunnes positiivisesta ajattelusta tulisi täysin ehdollistettua ja automaattista. Peale tosin itsekin myönsi, että käytännössä ajattelun uudelleenohjelmoimista tulisi harvoin valmistaa, ihminen kun on takaiskuissa sortuvainen negatiivisuuteen.

Yhteistä kalvinismissa, Quimbyn ja Eddyn jälkikalvinismissa ja Pealen positiivisuusevankeliumissa on vaatimus introspektiosta, jossa ihmisen täytyy (pelastautuakseen, parantuakseen tai menestyäkseen) valvoa omia ajatuksiaan ja ajatteluaan elämänsä jokaisena hetkenä. Kyse ei ollut pelkästään ”oikeanlaisten” ajatusten mantramaisesta hokemisesta, vaan myös ”vääränlaisten” ajatusten tukahduttamisesta. Nykyaikaisemmin ilmaisten itseään psyykkaamalla ihminen kukoistaa työssä, rakkauselämässä ja jumlansa silmissä. Tällaista bumtsibum-ajattelua on jo ironisoitu pienen kirjastollisen verran, minkä vuoksi Ehrenreich ei siihen *Smile or diessä* liiemmästi intoudu. Hänen aiemmat teoksensa, ja etenkin *Pettyt keskiluokka*, ovat jo tarjonneet lukijoille asiasta herkullista älyllistä ilottelua.

Vaikka positiivista ajattelua korostavan kulttuurin perusta oli kristillisessä uskonnossa, sen tunkeutuminen amerikkalaisen yhteiskunnan jokaiseen sfääriin johtui Ehrenreichin mukaan ennen kaikkea työelämässä tapahtuneista muutoksista. Ensimmäisen sysäyksen aiheutti ns. valkokaulustyöläisten määrän nousu 1950-luvulta alkaen. Kun yhä useampi työskenteli ammateissa, joissa jonkinasteinen itsensä kehittäminen oli vähintäänkin avuksi, kysyntä erilaisille elämänvalmennus- ja self-help -oppaille kasvoi. Itsensä esille tuomista ja positiivista ajattelua vaadittiin yhä useammin paitsi asiakkaiden ja tötovereiden, myös potentiaalisen työnantajan miellyttämiseksi. Toinen ja voimakkaampi sysäys tapah-

tui 1980-luvun alussa, kun USA:n yritys kenttä alkoi järjestää uudelleen teollista tuotantoa sekä uudistaa koko yrityskulttuuriaan. Samaan aikaan kun suur-yritykset irtisanoivat kymmeniä tuhansia työntekijöitään, ne alkoivat ostaa jäljelle jääneille työntekijöilleen valtavilla summilla erilaisia motivointi- ja valmennuspalveluita oheistuotteineen. Samalla positiivisen ajattelun idea muuttui Ehrenreichin mukaan olennaisesti.

Tuttuun tyyliinsä Ehrenreich esittää kirjassaan herkkullisia tilannekuvia. Hyvänä esimerkkinä tästä käy tapa, jolla hän kuvaa positiivisen ajattelun markkinoinnissa ja kaupallisessa yrityskulttuurissa tapahtunutta muutosta. Positiivisen ajattelun myymisen isähahmo Norman Vincent Peale on Ehrenreichin kuvauksessa maanläheinen hahmo, joka nautti saadessaan kiertää ympäri maata ja yöpyä motelleissa puhuakseen asiakkailleen, yhtälailla yksinäisille ja kiertäville myyntimiehille. Nuhjuisen ja maantiepölyisen elämäntavan kontrastiksi Ehrenreich luo kuvan siitä, miten yritykset tänä päivänä värväävät uusia myyntitykkeitään. Esimerkiksi farmasian alan yritykset värväävät nykyään työntekijöitään yliopistoista – cheerleaderjoukkueista. Värvääjät eivät kysele nuorten naisten pääaineita, sillä heille riittää cheerleadereiden kyky yliampuvaan innokkuuteen ja jatkuvaan hymyilyyn.

Mitä suurempi yritys, sitä mahtipontisemmiksi ovat tulleet myös työntekijöille suunnatut positiivisen ajattelun nostatuskampanjat ja -tilaisuudet. Pienemmässä firmassa on saattanut riittää, että palkattu asennevalmentaja luennoi työyhteisölle oikean asenteen löytämisestä sekä negatiivisten ajatuksien ja tunteiden kieltämisen tärkeydestä. Suuremmissa yrityksissä tilaisuudet ovat voineet jo muistuttaa enemmän suurta urheilutapahtumaa tai rock-konserttia. Osalle työntekijöistä kyseiset hengennostustilaisuudet näyttävät merkitsevän lähes uskonnollista kokemusta: jotkut saattavat murtua tilaisuuksissa kyyneliiniä ja jotkut halata esiintyjää sielullisena pelastajanaan.

Työntekijöiden motivoinnissa on käytetty niin keppiä kuin porkkanaakin, eikä ylilyönneltäkään ole välttytty. ”Kuukauden työntekijöille” yritykset voivat tarjota vaaleanpunaista Cadillacia lainaksi, mutta samalla ”alisuoriutujia” saatetaan rangaista piiskaamalla heitä kilpailevien yritysten metallilogoilla, rikkomalla kananmunia päähän ja sotkemalla kasvot kermavaahtoon. Ehrenreich huomauttaa lakonisesti, että rangaistuksia määrätään tunnontar-

kasti sekä miehille että naisille, jotta yrityksiä ei voida tuomita seksuaalisesta häirinnästä.

Kun positiivinen ajattelu lanseerattiin laajamittaisesti yritysmaailman palvelukseen, se ei Ehrenreichin mukaan kuvastanut enää ihmisten pyrkimystä parantaa omaa elämäänsä vaan yritysjohton pyrkimystä työyhteisön sosiaaliseen kontrolliin. Uudessa positiiviseen ajatteluun nojautuvassa hallinnassa työntekijän motivoiminen parempiin suorituksiin on vain yksi tavoite. Toinen, ja Ehrenreichin mukaan huomattavasti tärkeämpi päämäärä, on muokata yrityksen työntekijöistä kuuliaisia ja nurkumattomia alaisia. Hän esittää, että motivoinnista on tullut positiivisen ajattelun ruoska, ja ”mitä enemmän yritykset supistivat henkilöstöään, [...] sitä tiukempi on ote ruoskasta” (s.100).

Positiivisen ajattelun kulttuuri lanseerattiin yritysmaailmassa alun perin työntekijöiden tehokkaamman hallitsemisen välineeksi, mutta ajan myötä siitä muodostui suoranainen vaatimus myös yritysten johtoportaalle. Ehrenreich esittää, että 1980-luvulle asti yritysjohtajat yleisesti pitivät itseään kylmäpäisinä liikkeenjohton ammattilaisina, jotka nojasivat työssään kokemukseensa, järkeensä sekä talous- ja hallintotieteisiin. 1980-luvun amerikkalaisessa yritysmaailmassa tapahtuneet muutokset, kuten massiiviset työntekijöiden vähentämiset, saneeraukset, radikaalit uudelleenjärjestelyt ja osakkeenomistajien eduille pohjautuvan finanssikapitalismin nousu muuttivat rakenteita myös yritysten johdossa merkittävällä tavalla. Traditionaalisessa yrityskulttuurissa johtoportaaseen noustiin lähinnä joko pitkän uran ja ylennysten kautta tai syntymällä oikeaan sukuun. Uuden talouden aikakausi sen sijaan toi tullessaan yritysmaailmaan uuden luokan, joka koostui ammattimaisista yritysjohtajista eli ”managereista”. Erotuksena edeltäjistään uudet johtajat eivät luoneet kannuksiansa keräämällä yksittäisen yrityksen toiminnasta tietoa ja kokemusta ruohonjuuritasolla. Uusi johtajatyypipi nousi johtoon yrityksen ulkopuolelta, koska sillä oli kyky ja tieto hallita yritystä kuin yritystä ”oikein”.

Ehrenreichin kuvaus uudesta johtajatyypistä on ankara. Vaikka talous- ja hallintotieteet eivät olekaan täydellisiä, niiden soveltamisessa oli hänen mielestään sentään järkeä. Uudet johtamistavat perustuvat sen sijaan kaikkeen muuhun kun rationaalisuuteen: ”intuitiolla, pika-arvioihin ja vainuun” (s. 110). Koska uusi johtajatyypipi toistelee maailman muuttuvan koko ajan, yritystoiminnan pitempiaikaista suunnit-

telua, ”ylianalysoimista” ja ”liiallista järkeistämistä” pitää heidän mukaansa välttää. Samalla johtajat tähdentävät mielellään, että yritysten tulee hyväksyä jatkuva muutos ja oppia menestymään jatkuvan kaaoksen keskellä. Jatkuvan muutoksen ja kaaoksen tematiikka onkin olennainen tekijä uuden johtajatyypin toimintatavassa, sillä se vahvistaa sen hallintatapaa. Muutoksen ja kaaoksen maailmassa rationaalisuus, tieto ja aiempien kokemusten soveltaminen kyseenalaistuvat, sillä vanhat toiminta- ja ongelmienratkaisutavat eivät välttämättä enää toimi uusien kysymysten edessä. Ehrenreichin analyysissä uusi johtajatyypin muistuttaakin enemmän uskonnollista johtajaa kuin yritystaloudellista päällikköä. Kun tiedollinen ja kokemuksellinen pätevyys korvautuu mutua-tuntumalla, johtaja voi lujittaa asemaansa vain henkilökohtaisella vakuuttavuudella, karismalla ja julkisuuskuvalla.

Ehrenreichin analyysissä uuden yritysmaailman *leaderit* ja *managerit* vertautuvat kitkattomasti uusien amerikkalaisten uskonliikkeiden johtohahmoin, jotka eivät saarnaa synnistä ja helvetistä vaan kristinuskon antamasta henkilökohtaisesta hyödyistä sekä positiivisen ajattelun merkityksestä yksilölle. Analogia kristillisten herätysliikkeiden ja suuryritysten välillä ei ole kaukaa haettava, sillä suurimmat herätysliikkeet työllistävät satoja ihmistä ja tuottavat miljoonia. Uudet kristilliset liikkeet tuottavat myös suuryritysten tavoin itselleen markkinatutkimuksia kehittääkseen omia tuotteitaan ja toimintojaan. Luovassa ”Jumala tahtoo sinun olevan rikas” Ehrenreich maalaa värikkään kuvan kristillisten liikkeiden megakirkoista, televisioiduista jumalanpalveluksista ja upporikkaista saarnaajista. Traditionaalista kristillisyyttä liikkeissä tosin on varsin vähän jäljellä, sillä uudet kirkkorakennukset muistuttavat lähinnä urheiluhalleja esiintymislavoineen ja jättimäisine parkkipaikoineen. Markkinatutkimusten perusteella uraauurtavat saarnaajat ovat kehittäneet ”asiakasystävällisempiä” kirkkoja, joissa tuotit on pehmustettu, ristit poistettu seiniltä, urut korvattu kitaroilla ja saarnat sijoitettu musiikkiesitysten väliin. Saarnoissa käsitellään hyvin vähän jos ollenkaan perinteistä kristillistä sanomaa synnin, armon ja pelastuksen teemoineen. Jumalanpalvelukset ovat Ehrenreichin kuvauksessa suurta show’ta, jossa pääteemana on ihmisen henkilökohtaisen (aineellisen tai immateriaalisen) vaurauden lisääminen. Näissä speaktaakkeleissa karismaattiset ja kalliisiin pukuihin pukeutuneet saarnaajat julistavat positiivisen uskon tuovan

ihmiselle menestystä, onnea ja rakkautta. Tärkeintä ei näytä olevan enää usko tai hurskaus vaan positiiivisuus, sillä ”Jumala on positiivinen” (s. 125).

Tavallisten amerikkalaisten näkökulmasta katsottuna positiiivisuusapostolien saarnat eivät ole toteutuneet eikä jumala ole halunnut heidän vaurastuvan. Vaikka 2000-luvun alkupuoli oli reippaan talouskasvun aikaa, köyhien ja matalapalkkatöissä olevien määrä kasvoi samalla kun keskiluokan ostovoima heikentyi. Asiaa pahensi se, että köyhtyneet kansalaiset eivät halunneet tinkiä kulutuksestaan vaan rahoittivat ostot mieluummin velalla. Ehrenreich siteeraa yhdysvaltalaisista taloustieteilijästä Robert Reichia, jonka mukaan ilmiö johtuu osittain keskiluokan periamerikkalaisesta luonteenpiirteestä. Optimismi ja usko omiin kykyihin ovat perinteisesti kannustaneet amerikkalaisia innovaatioihin ja investointeihin, mutta samalla myös liialliseen riskinottoon.³

Maailmanlaajuinen finanssikriisi johtui Ehrenreichin mukaan suurelta osin juuri (yltiö)positiivisesta ajattelusta. Esimerkiksi Yhdysvaltojen kansallinen kiinteistönvälittäjäseura julkaisi vielä vuonna 2006 kirjan nimeltä *Miksi asuntobuumi ei romahda ja miten siitä voi hyötyä*. Toisaalta arvostetutkaan taloustieteilijät eivät liiemmästi halunneet tuoda ilmi omia epäilyksiään talouden tilasta, koska ”kukaan ei halua olla ilonpilaaja” (Paul Krugman). Ehrenreich kertoo liiketalouden ”kriisinhallinnassa” työskennelleistä henkilöstä, jonka mukaan yritysjohtajat systemaattisesti sulkiivat korvansa huonoilta uutisilta ja saattoivat erottaa huonojen uutisten kertojia. Toisaalla eräs Credit Suisse’n työntekijä onnistui oman kertomansa mukaan ”vieraannuttamaan” itsensä asiakkaistaan esittämällä pessimistisiä näkemyksiä ennen finanssikriisin puhkeamista. Rahoitusallalla työskentelevä analyysoija puolestaan sai pomoltaan kritiikkiä kehoitettuaan asiakastaan myymään tietyn yrityksen osakkeet. Vaikka kyseiset osakkeet olivat analyysoijan kirjaimellisen arvion mukaan ”kasa paskaa”, johto ei halunnut työntekijöiden suosittelun osakkeiden myymistä.

Ehrenreich esittää osaselityksenä johtajien perusteettomalle positiiivisuuskolle sen, että huippujohtajat olivat yksinkertaisesti jo vieraantuneet todellisuudesta. Suuryritysten johtajien ansiot vastasivat vuonna 1965 kahdenkymmenenneljän palkansaajan keskimääräistä vuosiansiota, mutta vuonna 2000 suhdeluku oli jo 1:300. Valtavien ansioiden voi ajatella merkinneen johtajien eristäytymistä omille

saarekkeilleen, joissa heille ei koskaan esitetty vasta-aitteita tai kieltoja. Ehkä juuri tämän takia entisen sijoitusyhtiön Lehman Brothersin pääjohtaja Joe Gregory korosti henkilökohtaisten tuntemuksiensa ensisijaisuutta rationaalisiin analyysihin nähden ja saattoi neuvoa alaisiaan toimimaan täysin päinvastoin kuin analytytikot kehottivat.

Positiivisen ajattelun vaatimus levisi amerikkalaisesta liike-elämästä aina politiikkaan ja Valkoiseen taloon asti. George W. Bush halusi kuvata itseään presidenttinä, joka valoi kansalasiin uskoa parempaan tulevaisuuteen. Bush halusi aina kuulua optimisteihin, eikä hän tässä suvainnut edes lähimpien neuvonantajiansa horjumista. Bushin hallinnon optimismi heijastuikin Ehrenreichin mukaan mm. 11.9.2001 terroriyökkäykseen, hurrikaani Katrinnan hoitoon, Irakin sotaan ja finanssikriisin puhkeamiseen. Ennen syyskuun yhdennettätoista USA:n tiedustelupalveluilla oli tietoja al-Qaidan suunnitelmista, mutta ne eivät johtaneet tarvittaviin toimiin. Irakin miehittämisen piti olla lastenleikkiä, ja paikallisten odotettiin hurraavan amerikkalaisten saapumista. New Orleansin tulvapadot tiedettiin riittämättömiksi, mutta niitä ei vahvistettu. Talouskasvun ja asuntojen arvonnousun tuli jatkua ikuisesti. Vaikka paikkansapitäviä tietoja oli saatavilla, ne sivuutettiin tai niistä ei haluttu tehdä johtopäätöksiä.

Ehrenreich vertaa finanssikriisin jälkeistä Amerikkaa 1930-luvun lamaan ja löytää siitä yhtäläisyyksien lisäksi oleellisen eron. Kolmekymmentäluvulla talouskriisi kärjisti yhteiskunnallista eriarvoisuutta ja radikalisoi erilaisia aktivisteja ja ammattiliittoja, mutta vuonna 2008 finanssikriisi ei horjuttanut yhteiskunnallista vakautta saati positiivisuusiologiaa. Pikemminkin kriisi näytti kuvastavan Nietzschen tunnettua fraasia: kuningas pysyy tukevammin valtaistuimellaan, kun tätä on ensin ammuttu. Kriisin ollessa pahimmillaan ihmisiä valistettiin televisiossa, että työpaikkojen ja kotien kadottuakaan heidän ei tule pitää itseään uhreina, koska jumalalla on omat suunnitelmansa heidän varalleen. Positiivisen ajattelun ja ”oikeanlaisen hengen” ylläpitämiseksi ihmisiä kehoitettiin katsomaan vähemmän uutisia. Samalla yritykset passivat yhä työntekijöitään erilaisten positiivisuusgurujen luennoille, jotka käskivät kuulijoitaan näytelemään positiivista, jollei se heiltä muuten luonnistunut.

Analyyksinsä lopuksi Ehrenreich toteaa, että positiivisen ajattelun yhteiskunnallinen korostuminen ei tietenkään ole ollut pelkästään amerikkalainen ja

kapitalistinen ilmiö. Positiivisen ajattelun merkitystä on tähdennetty myös sosialistisissa ja totalitaarisissa valtioissa, kuten Iranissa, Pohjois-Koreassa ja entisessä Neuvostoliitossa. Näissä maissa ”positiivinen ajattelu” merkitsi kuitenkin ennen kaikkea valtiojohtoisen hallinnan muotoa, joka tähtäsi poliittisen opposition ja kritiikin hienovaraiseen tukahduttamiseen. Pessimismi ja ideologinen horjuminen ovat tarkoittaneet samaa asiaa, jota vastaan valtiojohto kamppaili. Yhdysvalloissa sen sijaan positiivisuutta ei ole iskostettu ihmisiin valtahierarkian huipulta, vaan sen ovat tehneet tavalliset kansalaiset itse – tosin kaupallisten markkinoiden ja erilaisten uskonnollisten liikkeiden suosiollisella avustuksella. Tiettyssä mielessä tämä seikka tekee amerikkalaisesta positiivisuuden vaatimuksesta vielä kolkompaa. Ihmisen on helpompi sivuuttaa selkeästi rajattujen poliittisten vastapuolien ideologiat ja dogmit kuin yleiset maailmankatsomukset, silloinkin kun ovat ristiriidassa omiin kokemuksiin ja hyvinvointiin.

Ehrenreichin kritiikki ei kohdistu ihmisten positiiviseen elämänsenteeseseen sinänsä. Hänen tarkoituksenaan ei ole evätä ihmisiltä iloa, onnea ja uskoa parempaan tulevaisuuteen, vaan päinvastoin vahvistaa niiden toteutumisen mahdollisuutta. *Smile or die*n ytimenä on väite, jonka mukaan liiallinen positiivisuus eli katteeton optimismi, silmien sulkeminen tosiasioilta ja todellisuuden kieltäminen nakertavat yhteiskunnan ja yksityisten ihmisten mahdollisuutta hyvään elämään. Kun ongelmat lakaistaan maton alle, niitä ei ratkaista vaan kasataan, ja ajan myötä ihminen kompastuu mattoon. Kaikki kriisit eivät ole mahdollisuuksia, vaan ne voivat merkitä myös konkreettista uhkaa – talouden romahtamista, epätoivoa, syöpää, kuolemaa. Päälimmäisenä ongelmana ei useinkaan ole tietojen puute vaan haluttomuus tehdä niistä tarvittavat johtopäätökset. Ehrenreichin sanomana on: tavoitelkaa onnellista elämää, älkää sulkeko silmiänne todellisuudelta ja käyttäkää järkeänne.

VIITTEET

- 1 Quimbyn kuoltua Mary Baker Eddy perusti oman uskonnollisen yhteisön, Kristillisen tieteen (engl. ”Christian Science”) ja keräsi sen avulla itselleen huomattavan omaisuuden. Yhteisöllä on toimintaa myös Suomessa.
- 2 Teoksesta on kaksi erilaista suomennosta: ”Onnellisen elämän edellytykset” (Edes 1975) ja ”Ole oman onnesi seppä” (Karisto 1999). Pealen suomenkielisestä tuotannosta löytyy myös teos ”Myönteisen ajattelun voima”, mutta se ei perustu samaan

alkuperäisteokseen.

- ³ Asennetta vahvistivat myös kristilliset liikkeet, jotka kannustivat ihmisiä velaksi kuluttamiseen. Positiivisuussaarnaajat paahasivat jumalan sallivan myös heikon luottoluokituksen omaavien ihmisten toteuttavan haaveensa esimerkiksi uuden talon muodossa.

KARI KULOVAARA