



Mistä oli syksyn media tehty? Talouskriisistä, koripallostä, verkkogallupeista, Guggenheimista. Niistä oli median syksy tehty.



”Viimeisen parin kuukauden aikana on käynyt selväksi, ettei voi olla kunniallinen kansalainen tai organisaatio, ellei ilmoita olevansa kriisitietoinen. Vakavasti otettavien sanomalehtien pääkirjoitukset raportoivatkin kriisitietoisuuden kasvusta. Minä en ole k-tietoinen, mutta kerron teille k-tietoille, mitä haluaisin tietää, ja kerron myös mitä tiedän. Kriisitietoisuudella tarkoitetaan selvästikin sitä, että sen vallassa oleva henkilö on nähnyt valtiovarainministeriön laskeman arvion kestävyysvajeen suuruudesta, kauhistelee sitä, ja on valmis ryhtymään tarvittaviin kipeisiin toimiin sen supistamiseksi. Lisäksi k-tietoinen henkilö levittää aktiivisesti k-tietoisuutta. (...)

Minulla ei siis ole mitään perusteita olla kriisitietoinen, enkä ymmärrä, miksi kukaan muukaan on. Mitä sitten haluaisin tietää? Ensiksikin haluaisin nähdä sellaisia kestävyyslaskelmia, joissa laskelmiin liittyvä epävarmuus on otettu vakavasti ja saisin nähdä niiden pohjalta tehtyjen kestävyysvajeiden ja

kauman. Toiseksi, haluaisin saada käsiini laskelmat, jotka eivät perustu sellaisille arvioille tulevasta politiikasta, jotka eivät voi toteutua, vaan arvioille politiikasta, jotka tulevaisuudessa ovat mahdollisia. (...)

Lukija ymmärtänee nyt, miksi en ole k-tietoinen. K-tiedotomuuttani vahvisti lehden toinen tutkimus, H. Bin, E. Leeperin ja C. Leithin ’Uncertain Fiscal Consolidations’. Siinä tutkijat tarkastelevat, miten julkisen talouden velkaisuutta rajoittavaan politiikkaan liittyvät epävarmuudet vaikuttavat politiikan vaikutuksiin. Heidän päätöksensä on, että politiikan tulokset riippuvat politiikan painotuksista (kuinka paljon leikataan menoja, kuinka paljon nostetaan veroja), velkaisuutta alentavan politiikan kestosta, julkisen velkaantumisen tasosta, rahapolitiikasta ja yksityisen sektorin odotuksista. Yksi heidän keskeisistä tuloksistaan on se, että yksistään julkisten menojen karsintaan perustuva politiikka ei luo kasvua. Tämä tietysti on päinvastoin kuin terveeseen järkeen nojautuvat poliittiset Suomessa väittävät.

Minä joka tapauksessa aion mennä tänäänkin nukkumaan katumatta pätkääkään k-tiedotomuuttani. Teen näin, vaikka aivan varmasti näistäkin esittelemistäni tutkimuksista löytyy paljon huomautettavaa. Niissä on kuitenkin yritetty tehdä jotakin, jolle järkevä päätöksenteko voidaan rakentaa.”

(Professori **Pertti Haaparanta** Akateemisessa talousblogissa 26.9.2013)



Koripalloa on luonnehdittu pitkien ihmisten älykkääksi peliksi. Suomen tavatonta EM-mestystä näin isossa globaalissa joukkuelajissa on analysoitu koripalloonentusiastien piirissä: yksi analyttinen linja näkee ”Susissa” kylmän älyn lisäksi itämaistyypistä mielen- ja kehonhallintaa ja jopa rakkauden voimaa. Linjan peruskiven muuras **Saska Saarikoski** HS:ssä (1.9.2013) kirjoittamalla ”Laukaa johtaa zeniläisellä otteella Henrik Dettmann, jolle voitto on vain sivutuote”. Jutun otsikko oli: ”Henrik Dettmann on filosofi suden vaatteissa.”

Samassa hengessä jatkoi toimittaja **Juha Kanerva** Ylen Aamu-tv:ssä: ”Koripalloomajoukkueen voitto Venäjästä ja jatko paikan varmistaminen todella kovasta EM-alkulohkosta maistui Aamu-tv:n Jälkihien raadille vielä aamuaikaisellakin. (...) Juha Kanerva näki Suomen pelaamisessa konkreettisesti henkistymistä. Urheilusanomien toimittaja oli keksinyt Susijengin pelitavallekin oman nimityksensä.

”Kutsuisin Suomen pelitapaa Kama Sutra -koripalloksi. Jo aiemmin Dettmann ja hänen apuvalmentajansa ovat saaneet tekniikan, asennot ja liikeradat kuntoon. Nyt, aivan viime aikoina, on saatu tunne mukaan.

Kama Sutrana mukaanhan rakkauden teot ovat pyhiä sakraaleja, jossa on henkinen ulottuvuus mukana. Venäjää vastaan Suomen pelistä ei olisi tullut mitään ellei sydän, usko ja tunne olisi ollut mukana.”

(Toimittaja **Jaakko Parkkinen** yle.fi:ssä 9.9.2013)



”Dataa syntyy joka puolella yhä enemmän. Dataa on erittäin helppo tuottaa, jos ei kannuolta siitä, mitä se kuvaa. Mistä tahansa datasta – todellisuutta kuvaavasta tai mielivaltaisesta – voi tuottaa jakaumia, keskiarvoja yms. tunnuslukuja eli näennäisesti tietoa.

Tieto, erityisesti tilastotieto, on kuitenkin hyödyllistä vain, jos tiedetään, mitä se kuvaa.

Tilastotieteen termin: on tunnettava perusjoukko, jota datasta johdetut tunnusluvut kuvaavat. Jos perusjoukko tunnetaan ylimalkaisesti tai määritellään väärin niin kuin verkkokyselyissä usein käy, tuotetaan väärää tietoa.

Jos perusjoukkoa ei tunneta tai määritellä, tuotetaan informaation rikkakasvustoa, kuten tietoa HS-raadin mielipiteiden kirjosta jossakin erityisessä asiassa. Informaation rikkakasvit peittävät alleen luotettavan tiedon – vähän niin kuin rikkakasvit kasvimaalla.”

(**Jussi Melkas** Tieto & trendit -blogissa 4.10.2013)



”Ensimmäinen suomalainen, joka tuli tähän maahan, oli ulkomaalainen. Suomessa ei ole asunut mikään ylivertainen heimo, joka olisi pärjännyt omillaan. Suomen kehitykseen ovat vahvasti vaikuttaneet monet maat ja maahanmuuttajat. (...)

Kotoutuminen on kaksisuuntainen prosessi. Maahanmuuttajat eivät voi kotoutua tänne, jos suomalaiset eivät samalla kotoudu monimuotoisempaan Suomeen.”

(**Risto Laakkonen** Etelä-Suomen Sanomissa 9.10.2013)



Guggenheim pyrkii taas Helsinkiin, ja jo kerran käyty keskustelu käynnistyy uudelleen. **Veikko Eranti** ei näe tarvetta uusille argumenteille, vaan julkaisi uudelleen ajatuksensa ensimmäiseltä kierrokselta:

”Helsingissä on siis ymmärretty, että rahaa tehdään tulevaisuudessa kulttuurilla. Sääli vaan, että koko G-projekti perustuu aivan liian alkeelliselle ymmärrykselle siitä, miten rahaa tehdään kulttuurilla. Turismi on 1900-luvulla (massamittassa) keksitty ilmiö, jonka soisi myös sinne jäävän. Miksi helvetissä Helsinki haluaisi lisää turisteja? Turistit tulevat vyöläukuineen, kameroineen ja olkihattuineen ja muuttavat kaiken aidon ja kiinnostavan muoviseksi ja banaaliksi.

Ei. Mikäli tavoitteena on tehdä rahaa kuvataiteella ja kaupunkikulttuurilla, turistien sijaan on houkuteltava maahanmuuttajia. Ja nimenomaan sellaisia maahanmuuttajia, joita täytyy houkutella. Yrittäjiä. Taidemesenaatteja. Nuoria urbaaneja ammattilaisia. Globaalia, boheemia luovaa luokkaa. Ei käymään eksotiikan toivossa pikaisella museovisiitillä vaan asumaan, tekemään duunia, yrittämään, lisääntymään.

Kuten vanha urbaani sananlasku sanoo: ’Kutsu turisti käymään ja myy sille tikkari. Kutsu juppi asumaan ja myy sille omakotitalo ja 50 prosentin tulovero.’

Niinpä Helsingin tavoitteen pitäisikin olla tehdä kaupungista Berliinin pohjoispuolen kiinnostavin ja paras paikka asua. Tehdä Helsingistä sellainen paikka, jonne muutetaan Pietarista. Sellainen paikka, jon-

ne muutetaan Tukholmasta ja Kööpenhamista, koska ’kaikki on nyt Helsingissä’. Paikka, jonne rikkaat kiinalaiset lähettävät lapsensa kouluihin. ’Euroopan sillanpääasema’, jos sallitte.

Tähän ei yksi Guggenheim riitä.(...)

Tarvitsemme kaksi Guggenheimia. Yhden seisomaan ylväänä kaupungin silhuetin päällä, pontevana ja mahtavana, symbolisena. Ja toisen, sen tärkeemmän, tasaisesti levitettyinä kaupungin kaduille, joka kolkkaan ja porttikongiiin.”

(Lastuja, sirpaleita, fragmentteja -blogi 2.2.2012; uusintajulkaisu 24.9.2013)



Mistä on talven media tehty? Talouskriisistä, kaukaloväkivaldasta, Sini Saarelasta, Syyriasta, sote-uudistuksesta? Niistäkö on median talvi tehty?

Ajatusten Tonava ottaa vastaan tuoreita ja nasevia otoksia ajan ilmiöistä osoitteeseen yhteiskuntapolitiikka@thl.fi.