

Huippuasiantuntijoita vai asiantuntijoita hierarkian huipulla?

Uskottavuuden rakentuminen suomalaisen talouspolitiikan uutisoinnissa

Sosiaalitieteiden
kandidaatintutkielma

Laatija:
Elsa Työläjärvi

15.5.2025
Turku

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

Kandidaatintutkielma

Oppiaine: Sosiaalitieteet

Tekijä: Elsa Työläjärvi

Otsikko: Huippuasiantuntijoita vai asiantuntijoita hierarkian huipulla? Uskottavuuden rakentuminen suomalaisen talouspolitiikan uutisoinnissa

Ohjaaja: VTT Emma Lamberg

Sivumäärä: 25 sivua (1 liites.)

Päivämäärä: 15.5.2025

Talusasiantuntijat käyttävät uutismediassa merkittävää valtaa, jota voidaan pitää asiantuntijavallan muotona. Asiantuntijavalta jakautuu kuitenkin epätasaisesti, muodostaen uskottavuuden hierarkian talusasiantuntijoiden välille. Tässä tutkielmassa tarkastelen uskottavuuden rakentumista talusasiantuntijuudesta käytävässä kamppailussa suomalaisen talouspolitiikan uutisoinnissa. Vaikka aiemmassa tutkimuksessa on havaittu, ettei talusasiantuntijoiden mediajulkisuus perustu vain tieteellisiin meriitteihin, aihetta on tutkittu vasta vähän. Asiantuntijavalta ja poliittinen ulottuvuus jäävätkin usein taka-alalle talousdiskursseissa, minkä vuoksi on tärkeää lisätä ymmärrystä siitä, minkälaista talusasiantuntijuutta pidetään mediassa uskottavana.

Tein teoriaohjaavan sisällönanalyysin Ylen vuoden 2025 helmikuun talouspoliittisesta uutisoinnista, minkä perusteella erotin kolme keskeistä tapaa asiantuntijavallan ilmentämiseen ja uskottavuuden rakentamiseen. Näitä olivat kvantitatiiviseen evidenssiin pohjaaminen, viestien korostaminen promootiokulttuurin avulla ja huolen käyttäminen retorisenä keinona. Tämä tarkoittaa sitä, että kamppailussa asiantuntijavallasta pärjäävät etenkin sellaiset asiantuntijat, jotka osaavat markkinoida itseään houkuttelevasti, tarjoavat numeroevidenssiä argumenttiensa tueksi ja onnistuvat kiinnittämään huolen avulla erityistä huomiota omaan agendaansa.

Kamppailua asiantuntijuudesta käytiin aineistossa sen kautta, kuinka realistisina eri tavoitteita pidettiin ja millaisia talousvaikutuksia niillä ajateltiin olevan. Uskottavuuta puolestaan rakennettiin näissä kamppailuissa puhumalla ideologioiden sijaan talouden väitetyistä määrällisistä realiteeteista. Taustalla vaikuttavat lisäksi laajemmat yhteiskunnalliset ideologiat ja ajankohtaiset diskurssit, kuten evidenssiperustaisen päätöksenteon suosiminen, tiedeviestinnän mediatisaatio ja talouskuripolitiikan valtavirtaistuminen.

Avainsanat: talouspolitiikka, talusasiantuntijuus, uskottavuuden hierarkia, asiantuntijavalta

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Talousasiantuntijoiden valta ja asiantuntijuuden hierarkiat	3
2.1	Talousasiantuntijat mediassa	3
2.2	Talousasiantuntijoiden asiantuntijavalta	5
2.3	Uskottavuuden hierarkia ja kamppailu talousasiantuntijuudesta	7
3	Tutkimusasetelma	9
3.1	Tutkielman tavoitteet ja tutkimuskysymykset	9
3.2	Aineisto	9
3.3	Tutkimusmenetelmät	10
4	Tulokset	11
4.1	Kvantitatiiviseen evidenssiin pohjaaminen	11
4.2	Promootiokulttuurin hyödyntäminen viestien korostamiseksi	15
4.3	Huolen hyödyntäminen retorisenä keinona	18
5	Johtopäätökset	21
	Lähdeluettelo	24
	Liitteet	26
	Liite 1. Aineisto	26

1 Johdanto

Vaikka asiantuntijoilla ja tutkimustiedolla on keskeinen rooli päätöksenteossa, kyse ei ole vain neutraalista päättelystä (Väliverronen 2021, 122–123). Arvojen ja ideologioiden vaikutus tulee ilmi esimerkiksi sen kautta, minkälaisia argumentteja pidetään uskottavina. Muutamia vuosia sitten 16-vuotias ilmastoaktivisti Greta Thunberg julisti maailman päättäjille: “We are in the beginning of a mass extinction and all you can talk about is money and fairy tales of eternal economic growth - how dare you!” (Guardian News 2019). Paljon näkyvyyttä saaneessa puheessaan Thunberg nosti esille ristiriidan nykyisen talouspolitiikan ja tutkimustiedon välillä, joka osoittaa maapallon kantokyvyn olevan äärirajoillaan. Nopeasti tapahtuman jälkeen internet kuitenkin täyttyi meemeistä, joissa naureskeltiin Thunbergin tunnepurkaukselle – häntä ei pidetty uskottavana tutkimustietoon vetoamisesta huolimatta.

Minkälainen taloustieto sitten on uskottavaa ja kenen esittämänä? Kysymys talousasiantuntijuudesta on keskeinen, koska talousasiantuntijat käyttävät erityistä valtaa. Esimerkiksi eurokriisin aikaan ekonomistien havaittiin toimineen suomalaislehdissä “poikkeuksellisena eliittien ulkopuolisena vaikuttajaryhmänä, joka käytti merkittävää määrittelyvaltaa ilman muodollista päätöksentekovaltaa” (Harjuniemi, Herkman & Ojala 2015, 14). Talousasiantuntijoiden käyttämää valtaa voidaan pitää asiantuntijavallan muotona, jonka erityispiirteenä on talousdiskurssin vaikeaselkoinen luonne ja usein takalalle jäävä poliittinen ulottuvuus. Talousasiantuntijoiden käyttämä valta ja siitä käytävä kamppailu jäävätkin monesti piiloon verrattuna eliittien tai poliitikkojen käyttämään valtaan (esim. Elomäki & Marttinen 2021). Siksi taustalla vaikuttavia prosesseja on tärkeää tuoda esiin tutkimuksen keinoin.

Kamppailu uskottavasta talousasiantuntijuudesta on käytännössä kamppailua tiedosta ja vallasta, joista taistellaan eri areenoilla. Yhtenä tällaisena areenana voidaan pitää uutismediaa, jossa asiantuntijat pääsevät sekä vahvistamaan omia näkemyksiään että sulkemaan keskustelusta muita vaihtoehtoja (Harjuniemi ym. 2015, 12). Talousasiantuntijoiden käymä kamppailu ei kuitenkaan perustu vain tieteellisiin meriitteihin, vaan uskottavuuden rakentumiseen vaikuttavat muutkin tekijät. Aiemmassa tutkimuksessa on havaittu, että medianäkyvyyteen vaikuttavat esimerkiksi

institutionaalinen tausta, itsevarmuus, retoriset keinot ja kyky tarjota käytännöllisiä ratkaisuehdotuksia (Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017; Fourçade, Ollion & Algan 2015; Harjuniemi 2021).

Toimittajilla on keskeinen rooli medianäkyvyyden säätelyssä ja heidän onkin havaittu asettavan talousasiantuntijat hierarkkiseen järjestykseen uskottavuuden perusteella. Uskottavuus on puolestaan sidoksissa erilaisiin taustatekijöihin, kuten siihen, millaisia yhteiskunnallisia instituutioita arvostetaan. (Harjuniemi 2021.) Talousasiantuntijoiden mediaroleista ja journalistisesta näkyvyydestä on kuitenkin tehty vain vähän tutkimusta, vaikka aiheen tutkimustarve on tunnistettu (Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017, 92; Harjuniemi 2024, 240–241). Siksi on tärkeää lisätä ymmärrystä uskottavuuden rakentumisesta ja siitä, minkälaisia asiantuntijoita nostetaan esille mediassa talouspolitiikan asiantuntijoina.

Tässä tutkielmassa tarkastelen, miten uskottavaa asiantuntijuutta rakennetaan suomalaisen median talouspoliittisessa uutisoinnissa. Käytän kahta käsitettä, joita ovat asiantuntijavalta ja uskottavuuden hierarkia. Asiantuntijavallan (esim. Esmark 2017) avulla voidaan hahmottaa talousasiantuntijoiden erityistä asemaa ja käyttämää valtaa, joita tarkastelen tässä työssä uutismedian kontekstissa. Uskottavuuden hierarkian käsite puolestaan kuvaa asiantuntijavallan epätasaista jakautumista ja siitä käytävää kamppailua talousasiantuntijoiden kesken (Becker 1967; Harjuniemi 2021). Käytän aineistona Ylen vuoden 2025 helmikuun talouspolitiikan uutisointia, josta tein teoriaohjaavan sisällönanalyysin.

Analyysissa tarkastelin, miten talousasiantuntijoiden asiantuntijavalta ilmenee aineistossa ja miten uskottava asiantuntijuus rakentuu talousasiantuntijoiden välisessä kamppailussa. Luokittelin aineiston ensin näiden kahden aiheen kautta, minkä jälkeen muodostin alaluokista kolme keskeistä yhdistävää teemaa. Esitän analyysin perusteella, että aineistossa uskottavuutta rakennetaan pohjaamalla kvantitatiiviseen evidenssiin, hyödyntämällä promootiokulttuuria viestien korostamiseksi ja käyttämällä huolta retorisenä keinona. Näiden keinojen taustalla vaikuttavat lisäksi laajemmat yhteiskunnalliset ideologiat ja ajankohtaiset diskurssit, kuten evidenssiperustaisen päätöksenteon suosiminen, tiedeviestinnän mediatisaatio ja talouskuripolitiikan valtavirtaistuminen.

2 Talousasiantuntijoiden valta ja asiantuntijuuden hierarkiat

Tässä osiossa käsittelen ensin talousasiantuntijoiden asemaa mediassa, minkä jälkeen avaan asiantuntijavallan ja uskottavuuden hierarkian käsitteet. Asiantuntijavallan käsite tarjoaa työkalun talousasiantuntijoiden käyttämän vallan ymmärtämiseen, kun taas uskottavuuden hierarkian avulla voidaan hahmottaa tämän vallan epätasaista jakautumista ja siitä käytävää kamppailua asiantuntijoiden välillä. Lisäksi yhdistän käsitteet tämän tutkielman kannalta merkityksellisiin yhteiskunnallisiin trendeihin, koska ne vaikuttavat keskeisesti siihen, mitkä tekijät vaikuttavat uskottavan asiantuntijuuden muodostumiseen. Näitä trendejä ovat tietopohjaisen päätöksenteon ihanne, numeroevidenssin ja datan roolin korostuminen, promootiokulttuurin valtavirtaistuminen, sekä välttämättömyyden retoriikka osana talouskuripolitiikkaa.

2.1 Talousasiantuntijat mediassa

Perinteisen median ohelle on noussut uusia viestintäkanavia, mutta uutismedialla on edelleen merkittävä asema julkisen keskustelun ohjaamisessa ja tiedon tuottamisessa (Väliaverron 2021, 117–118). Toimittajien oman äänen kuulumista ei pidetä uutisoinnissa suotavana, joten journalistinen media kääntyy usein asiantuntijoiden puoleen (Albæk 2011, 337–338). Aiemmassa tutkimuksessa on havaittu, että asiantuntijoiden puoleen käännytään erityisesti silloin, kun halutaan lisätä argumenttien uskottavuutta (Dimitrova & Strömbäck 2011, 87). Toisaalta toimittajat kääntyvät asiantuntijoiden puoleen myös oman tietämyksen rajallisuuden vuoksi. Etenkin talouspolitiikan kaltaisissa aiheissa, joiden ymmärtäminen vaatii laajaa perehtyneisyyttä, toimittajien osaaminen voi osoittautua puutteelliseksi (Harjuniemi 2020, 76). Media siis tarvitsee asiantuntijoita, koska ne ovat toimittajille tärkeitä tietolähteitä.

Median ja asiantuntijoiden välinen yhteistyö ei kuitenkaan ole yksipuolista, vaan kyseessä on vastavuoroinen prosessi. Median merkityksen kasvun myötä viestinnästä on tullut aiempaa keskeisempi osa asiantuntijuuden legitimointia, joten myös asiantuntijat tarvitsevat mediaa (Väliaverron 2021, 112). Yhteiskunnan tasolla voidaan puhua mediatisaatiosta, jolla viitataan median roolin korostumiseen kommunikaation välineenä. Yhtenä merkittävimmistä mediatisaation edistäjistä voidaan pitää teknologista kehitystä,

joka on mahdollistanut esimerkiksi internetin ja sosiaalisen median. Näistä on tullut laajalti erottamaton osa päivittäistä viestintää, vaikuttaen myös tiedeyhteisöön.

Pelkän “medialogiikan” sijaan voidaan kuitenkin puhua laajemmin promootiokulttuurin (*engl. promotional culture*) vahvistumisesta, jossa mediatisaatio nähdään osana muita yhteiskunnallisia kehityskulkuja, kuten kaupallistumista ja yksilöllistymistä. Promootiokulttuurissa hyödynnetään monipuolisesti markkinoinnin ja tiedotuksen keinoja, joita käytetään muun muassa suhteiden ylläpitoon, hankintaan ja mainontaan. (Väliverronen 2008, 3, 10.) Kohteena ei tarvitse olla mikään konkreettinen tuote, vaan esimerkiksi tiedeviestinnän yhteydessä promootiokulttuurilla tarkoitetaan tutkimuksen ja tutkijoiden näkyvyyden edistämistä markkinoinnin keinoin (Väliverronen 2021, 119). Promootiota voidaan hyödyntää myös tietyn idean tai ideologian edistämiseen. Esimerkiksi uusklassisen taloustieteen koulukunnan on havaittu edistävän ja puolustavan agendaansa aktiivisesti median eri alustoilla (Harjuniemi 2024; Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017).

Promootiokulttuurin vahvistuminen tiedeviestinnässä vaikuttaa myös siihen, miten asiantuntijat viestivät. Se on yhteydessä yleisempään kehitykseen, jossa median rooli ja toimintalogiikka on korostunut ja levittäytynyt laajasti yhteiskunnan eri osa-alueille. Tämä koskee myös yliopistoja, tiedettä ja tutkimusta, joiden on havaittu omaksuneen medialle tyypillisiä markkinoinnin piirteitä. Tunnistamme perinteisen mainonnan usein hyvin ja osaamme suhtautua siihen kriittisesti, mutta uudet promootiokulttuurin muodot vaikuttavat hienovaraisemmin, esimerkiksi uutisoinnin kautta. (Väliverronen 2008.) Hienovarainen markkinointi, kuten poliittisten ideologioiden edistäminen talouskysymysten kautta, voi vaikuttaa myös toimittajien tekemiin valintoihin ja muodostamiin mielikuviin. Vaikka toimittajat suhtautuvat kriittisesti ajatukseen neutraalista taloustiedosta, uskottavuuden vaikutelmalla on suuri merkitys asiantuntijälähteiden valinnassa. Etenkin arvostetuissa instituutioissa, kuten tutkimuslaitoksissa, työskentelevät asiantuntijat nähdään hyvin luotettavina mahdollisista taustaintresseistä huolimatta. (Harjuniemi 2021.)

2.2 Talousasiantuntijoiden asiantuntijavalta

Asiantuntijavalta eli teknokratia viittaa nimensä mukaisesti, asiantuntijoiden korostuneeseen valta-asemaan päätöksenteossa. Keskeistä on tiettyihin asiakysymyksiin erikoistuneiden asiantuntijoiden näkemysten suosiminen demokraattisten päätöksentekotapojen sijaan. Käsite voidaan yhdistää laajemmin hallintomalliin, jossa suositaan teknisen osaamisen perusteella valittuja asiantuntijoita kansan tahdon sijaan. Asiantuntijavalta yhdistettynä byrokratian käsitteeseen auttaa ymmärtämään hallinnollisia prosesseja postmodernissa ajassa. (Esmark 2017.) Ideologioiden ja preferenssien karttamisesta päätöksenteossa voidaan puhua pyrkimyksenä asioiden depolitisointiin eli politiikasta eristämiseen, mutta on kuitenkin tärkeää huomioida, että kyseessä ei ole poliittisen ulottuvuuden *poistaminen* vaan *kiistäminen* (Burnham 2001; Flinders & Wood 2014, ks. Ylöstalo 2020, 129).

Asiantuntijavaltaa on vahvistanut etenkin evidenssiperustaisen päätöksenteon ja numeerisen evidenssin eli kvantifioidun tiedon suosiminen päätöksenteossa (Ylöstalo, Koskinen, Poutanen & Lepistö 2023, 4). Trendin syntymiseen on vaikuttanut merkittävästi sen mahdollistanut suurien tietoaisteistojen eli “Big Datan” teknologinen harppaus, jonka ajatellaan tarjoavan puolueettoman kannan (Rieder & Simon 2016, 1–2). Taustalla on ajatus tieteen ja lukujen objektiivisuudesta, joka asetetaan ideologioiden ja intressien näkyvän kamppailun edelle. Teknokratiaa perustellaan myös tehokkaana hallintomuotona, sillä se keskittyy usein käytännön ongelmien ratkaisuun. (Brint 1990, 365–366.) Ajatus arvovapaasta asiantuntijuudesta on kuitenkin ongelmallinen, koska täysin ideologioista vapaa tiede ei ole mahdollista, eikä tiede voi kertoa, miten asioiden pitäisi olla (Ylikoski 2021, 143–144).

Dataan pohjautuva päätöksenteko on osa laajempaa yhteiskunnallista muutosta, joka pohjaa teknistieteelliseen kehitykseen (Mayer-Schönberger & Cukier 2013, ks. Rieder & Simon 2016, 1). Tämä trendi ei kuitenkaan kasvata asiantuntijavaltaa tasaisesti, vaan suosii kvantifioituun tietoon pohjaavaa asiantuntijuutta. Talousasiantuntijoista erityisesti taloustieteilijät hyödyntävät määrälliseen, objektiivisena pidettyyn dataan perustuvia menetelmiä, mikä on edistänyt heidän vaikutusvaltaansa (Fourcade ym. 2015, 92). Asiantuntijuudelle ei olekaan tiettyä vakiintunutta määritelmää, vaan määritelmä joustaa vaihtelevien käsitysten mukaan tiedon ja totuuden luonteesta (Goldman 2018).

Tämä on asiantuntijavallasta käytävän kamppailun ytimessä, sillä uskottavuus perustuu vallitseviin arvoihin ja ideologioihin. Asiantuntijuuden joustava määrittely mahdollistaa tilannekohtaisen muutoksen siinä, kuka nähdään asiantuntijana ja millaista tietoa pidetään arvokkaana. Nämä prosessit vaikuttavat siihen, mitä yhteiskunnassa arvostetaan ja kenen puoleen käännetään hakemaan neuvoja.

Asiantuntijavalta on erityisen merkittävää talousasiantuntijoiden kohdalla, koska heidän asemaansa vahvistavat talouden keskeinen yhteiskunnallinen rooli ja talouskysymysten poliittisen ulottuvuuden neutralisointi. Voidaankin puhua yhteiskunnan taloudellistumisesta, eli prosessista, jossa yhteiskunnallisia instituutioita ja ilmiöitä ryhdytään käsittelemään ensisijaisesti talouden viitekehyksessä (Çalışkan & Callon 2009, 370). Kun yhteiskunnalliset kysymykset nähdään lähtökohtaisesti talouskysymyksinä, myös ratkaisuja haetaan talouden parista. Tästä voidaan puhua ekonomismina, jossa talous erotellaan politiikan ulkopuoliseksi aiheeksi, jolloin talouskysymyksissä suositaan teknisenä pidettyä osaamista demokraattisen päätöksenteon sijaan (Teivainen 2016). Talouskysymysten tulkitseminen poliittisesti neutraaleina puolestaan edistää teknokraattista hallintaa, eli painottaa talousasiantuntijoiden valtaa entisestään.

Esimerkiksi Elomäki ja Marttinen (2021) ovat tarkastelleet Euroopan unionin talouspoliittista ohjausta Suomessa ja havainneet taloudellistuneen ajattelutavan keskeisyyden politiikkasuosituksissa. Heidän mukaansa talouspoliittiset toimijat käyttävät niissä merkittävää valtaa ja kannan muodostuksessa korostuvat virkamiesvetoiset byrokraattiset prosessit, joissa priorisoidaan talousasiantuntijuutta. Nordström (2021) on puolestaan esittänyt, että erilaiset ajatuspajat voivat käyttää talouspoliittista valtaa ja ohjata keskustelua mediassa tiedon tuottamisen kautta. Lisäksi vaikeat ja epävarmat ajat, kuten lamat ja taluskriisit vaikuttavat vahvistavan talousasiantuntijoiden asemaa ja lisäävän kysyntää heidän osaamiselleen (Fourcade ym. 2015, 110; Harjuniemi ym. 2015, 14). Kriiseissä luottamus asiantuntijoihin voi jopa lievittää kokemusta riskien vakavuudesta, vaikka sokea luottamus on kuitenkin demokratian kannalta ongelmallista (Väliveronen 2021, 116).

2.3 Uskottavuuden hierarkia ja kamppailu talousasiantuntijuudesta

Asiantuntijavallan epätasaista jakautumista ja siitä käytävää kamppailua voidaan tarkastella uskottavuuden hierarkian käsitteellä (Becker 1967; Harjuniemi 2021). Käytän uskottavuuden hierarkian käsitettä ensisijaisesti talousasiantuntijoiden välisen järjestyksen tarkasteluun, mutta sen avulla voitaisiin vertailla myös esimerkiksi (talous)asiantuntijoiden asemaa muihin mediassa esiintyviin henkilöihin. Uskottavuuden hierarkian ohella on kirjoitettu muun muassa evidenssihierarkiasta, jolla viitataan empiirisen näytön uskottavuuteen poliittisessa päätöksenteossa (Ylöstalo 2020, 129).

Uskottavuuden hierarkian käsitteen on alkujaan esitellyt yhdysvaltalainen sosiologi Howard Becker, jonka mukaan henkilöt voidaan asettaa hierarkkiseen järjestykseen uskottavuuden perusteella. Hän käyttää käsitettä selittääkseen, miksi osan näkemyksiä kuullaan ja arvostetaan enemmän kuin toisten. Järjestystä perustellaan Beckerin mukaan sillä, että ylempänä hierarkiassa olevat tietävät enemmän ja ovat siksi oikeutettuja asemaansa. Huipulta onkin niin sanotusti “parhaimmat näkymät”, eli korkea asema tarjoaa selkeimmän kokonaiskuvan asioista. Siten alempien esittämää kritiikkiä paheksutaan, koska sen ajatellaan kumpuavan vain tiedon puutteesta. (Becker 1967, 239–242.) Sovellettuna tämän tutkielman ja asiantuntijavallan kontekstissa tämä tarkoittaa sitä, että hierarkian huipulla olevat talousasiantuntijat pääsevät määrittelemään keskustelua.

Tiedon ja arvovallan lisäksi uskottavuuden hierarkiassa keskeistä on sen suhde politiikkaan ja tutkimukseen. Uskottavuuden hierarkia on sitä avoimempi muutoksille, mitä selkeämmin tilanne mielletään poliittiseksi. (Becker 1967.) Talousasiantuntijoiden käymän kamppailun näkyväksi tekeminen siis rajoittaa heidän asiantuntijavaltaansa, koska se tekee talouskysymysten poliittisen ulottuvuuden näkyväksi. Poliittisten vaihtoehtojen esittely onkin yksi uutismedian keskeisistä tehtävistä (Harjuniemi ym. 2015, 2). Mahdollisuus muutoksille uskottavuuden hierarkiassa myös estää vallan keskittymistä. Jos asiantuntijavalta tiivistyy aina samalle joukolle, se voi johtaa sokeaan luottamukseen maineen perusteella, mitä ei pidetä erityisen pätevänä lähtökohtana asiantuntijuuden määrittelyssä (Goldman 2018, 3–4).

Uskottavuuden hierarkian käsitettä on käytetty myös aiemmassa talousasiantuntijoiden ja median suhdetta käsittelevässä tutkimuksessa, jossa toimittajien on havaittu asettavan heidät hierarkkiseen järjestykseen uskottavuuden perusteella (Harjuniemi 2021). Lisäksi on käynyt ilmi, että taloustieteilijöillä on erityisasema suhteessa muihin asiantuntijoihin. “Huippuekonomisti” onkin yleinen taloustieteilijöistä käytetty ilmaus suomalaisessa uutisoinnissa (Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017, 98). Ilmausta voidaan oivallisesti tulkita uskottavuuden hierarkian käsitteen kautta aiemman tutkimuksen valossa, jolloin ilmaus toimii kuvauksena taloustieteilijöiden asemasta uskottavuuden hierarkiassa. Asiantuntijoiden vaikutusvaltaa tutkittaessa heitä ei tulisi käsitellä yhtenäisenä joukkona, vaan institutionaalisten taustojen vaikutus asiantuntijoiden erilaisiin asemiin on tärkeää ottaa huomioon (Brint 1990). Uskottavuuden hierarkiaa voidaan siksi pitää hedelmällisenä työkaluna asiantuntijoiden välisen kamppailun tarkasteluun.

Kamppailussa ajankohtaisilla trendeillä, ideologioilla ja diskursseilla on olennainen vaikutus siihen, millaista tietoa arvostetaan, eli mikä nähdään uskottavana. Siten vakuuttamiseen toimivat keinot ovat riippuvaisia yhteiskunnallisesta kontekstista. Talouspoliittista keskustelua käydään Suomessa tällä hetkellä pitkälti talouskuridiskurssin pohjalta, jossa keskeistä on etenkin huoli talouden tilasta. Talouskuripolitiikalla tähdätään talouden sopeuttamiseen ja kilpailukyvyyn parantamiseen alentamalla niin hintoja kuin kustannuksia. Talouskurin kannattajien mukaan leikkaukset muun muassa velasta, palkoista, hinnoista ja julkisista menoista ovat paras keino kustannuksien hillintään. (Blyth 2017, 20, ks. Autto 2023.)

Talouskuripolitiikkaan kuuluvasta huolesta voidaan puolestaan viestiä käyttämällä välttämättömyyden retoriikkaa. Talouskurin juuret ovat pitkät, mutta se on ollut jälleen pinnalla etenkin vuoden 2007 finanssikriisin jälkeen, jolloin valtiot kärsivät taloudellisesti yrittäessään estää pankkien kaatumisen. Seuraavaa vuosikymmentä hallitsi välttämättömyyden retoriikka, jossa velkaantumisen torjuminen nähtiin kansakunnan yhteisenä ponnistuksena (esim. Clarke & Newman 2012, ks. Autto 2023.) Välttämättömyyden retoriikan nojalla voidaan myös pyrkiä esiintymään enemmän “oikeana” talousasiantuntijana (Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017, 110). Huolen herättäminen saakin uskottavuutta talouskuridiskurssin ja talouskriisien jälkeisen ajan yhteiskunnallisessa kontekstissa.

3 Tutkimusasetelma

3.1 Tutkielman tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tutkielman tavoitteena on selvittää, miten uskottavaa talousasiantuntijuutta rakennetaan suomalaisen talouspolitiikan uutisoinnissa ja siten lisätä tietoa talousasiantuntijavallan taustalla vaikuttavista prosesseista. Tarkastelen sitä, millaisia keinoja uskottavuuden rakentamiseen käytetään ja miten nämä keinot ilmentävät asiantuntijavaltaa. Teen tämän kahden tutkimuskysymyksen avulla, joita ovat:

- 1. Miten talousasiantuntijoiden asiantuntijavalta ilmenee?*
- 2. Mistä uskottava asiantuntijuus rakentuu talousasiantuntijoiden välisessä kamppailussa?*

Ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena on keskittyä siihen, millaisena talousasiantuntijoiden valta-asema näyttäytyy talouspolitiikan uutisoinnissa. Tarkastelen, millaisia rooleja eri talousasiantuntijoille annetaan ja miten nämä ovat yhteydessä asiantuntijoiden taustoihin. Toisen kysymyksen avulla syvennyn tarkemmin niihin keinoihin, joilla uskottavuuden vaikutelma luodaan ja miten ne ilmenevät kamppailussa asiantuntijavallasta.

3.2 Aineisto

Käytin aineistona Ylen talouspoliittista uutisointia vuoden 2025 helmikuulta, jota rajasin seuraavassa kappaleessa esittelemieni kriteerien mukaisesti. Valitsin keskittyä Yleen, koska sillä on Suomessa hyvin vakiintunut ja arvostettu asema. Yle on tutkimusten mukaan selkeästi luotetuin uutismedia kaikissa ikäryhmissä ja yli puolet suomalaisista pitää Yleä “uutistoimijoiden ykkösenä” (Sanz & Müller 2024, 2). Vuosina 2019–2024 Yleä piti luotettavana 82% suomalaisista, mikä oli lähes kaksikymmentä prosenttiyksikköä enemmän kuin Helsingin Sanomia (66%) ja MTV Uutisia (63%) (Sanz & Müller 2024, 11). Valitsin keskittyä pelkästään Ylen talouspoliittiseen uutisointiin sen selkeästi muita korkeamman luottamuksen vuoksi. Korkea luottamus oli keskeinen valintakriteeri siksi, että asiantuntijavalta korostuu luottamuksen seurauksena.

Tarkastelin Ylen uutisista kuukauden mittaista jaksoa, joka ajoittui vuoden 2025 helmikuuhun. Käyttämäni hakusana “talous” tuotti 615 tulosta, minkä jälkeen valikoin näistä tutkielman rajauksen kannalta relevantit artikkelit. Valitsin vain kotimaista talouspolitiikkaa käsittelevät uutiset, joissa painottui kansantalouden näkökulma. Sisällytin työtaisteluihin liittyvät uutiset, sillä työllisyystoimet ovat erottamaton osa talouspolitiikkaa, mutta otin aineistoon sosiaali- ja terveystoimia käsittelevät uutiset vain, jos niissä käsiteltiin aihetta selkeästi talouspoliittisesta näkökulmasta. Päätin määritellä asiantuntijuuden mahdollisimman laajasti, jotta välttäisin mahdollisia vinoumia ja ennako-oletuksia. Siksi en myöskään käyttänyt asiantuntija-sanaa hakuterminä, vaan valikoin uutiset manuaalisesti. Luokittelin asiantuntijoiksi kaikki taloutta kommentoivat ulkopuoliset tietolähteet, joilla ei ollut ilmeistä puoluepoliittista agenda. Lopulliseen aineistoon valikoitui rajauksen jälkeen 15 artikkelia, jotka on lueteltu liitteessä 1. Viittaan artikkeleihin tuloksissa muodossa YLE n , jossa n edustaa artikkelin numeroa liitteessä.

3.3 Tutkimusmenetelmät

Tein aineistosta teoriaohjaavan sisällönanalyysin, eli sisällönanalyysin, jossa lähdin lukemaan aineistoa ensisijaisesti teorian valossa. Sisällönanalyysin tavoitteena on esittää aineisto tiivistetyssä muodossa (Vanhanen & Kyngäs 1999, ks. Elo, Kajula, Tohmola & Kääriäinen 2022, 216). Tämä tapahtuu yleensä luokittelun kautta, minkä tarkoituksena on tarkasteltavan ilmiön kuvaaminen (Elo & Kyngäs 2008, ks. Elo ym. 2022, 216). Aineiston tarkastelu teorian kautta puolestaan auttaa hahmottamaan tutkimuksen kannalta olennaiset tekijät ja selittämään niiden välisiä yhteyksiä (Ruppar 2024). Luokittelin aineiston ensin tutkimuskysymysten avulla kohtiin, jotka ilmensivät asiantuntijavaltaa ja kohtiin, jotka edustivat uskottavuuden rakentamista asiantuntijoiden välisessä kamppailussa. Tämän jälkeen koostin näistä teorian valossa kolme keskeistä keinoa, joilla aineistossa rakennettiin uskottavaa talousasiantuntijuutta.

4 Tulokset

Tässä osiossa esittelen, millaisista tekijöistä uskottavuus rakentuu ja minkälaisena kamppailu asiantuntijuudesta näyttäytyy asiantuntijoiden välillä. Avaan kolme keskeistä tunnistamaani keinoa, joilla aineistossa rakennettiin uskottavuutta ja ilmennettiin asiantuntijavaltaa. Näitä olivat kvantitatiiviseen evidenssiin pohjaaminen, promootiokulttuurin hyödyntäminen viestien korostamiseksi ja huolen käyttäminen retorisenä keinona. Aineistossa yhdistävänä tekijänä voidaan pitää asiantuntijoiden keskeistä asemaa talouspoliittisen keskustelun määrittäjänä, mikä ilmentää asiantuntijavaltaa. Toisaalta vallan hierarkkinen jakautuminen näyttäytyy eri taustoista tulevien asiantuntijoiden vastakkainasetteluna, mikä kertoo talousasiantuntijuudesta käytävästä kamppailusta.

4.1 Kvantitatiiviseen evidenssiin pohjaaminen

Ensimmäinen aineistosta erottamani keino oli kvantitatiiviseen evidenssiin pohjaaminen. Tällä viitataan siihen, että asiantuntijat vetosivat numeroihin ja tilastoihin argumenttiensa vahvistamiseksi. Lisäksi vaikutusta usein vahvistettiin vielä journalismin keinoin esittämällä numeroevidenssi graafisessa muodossa. Kvantifioitun tiedon käyttö journalismissa voidaan nähdä vallan käytön muotona, jossa todisteiden kautta luodaan keskustelua ohjaavia ymmärryksen tapoja (Ylöstalo ym. 2023, 3). Aineistossa määriteltiin merkitykselliset tekijät ja tulkinnat kiinnittämällä lukujen avulla huomiota toivottuihin aiheisiin. Näitä olivat etenkin työllisyystilanne, verotus, ostovoima ja taloussuhdanteet.

Esimerkiksi Elinkeinoelämän tutkimuslaitos Etlan toimitusjohtaja Aki Kangasharju sekä Työn ja talouden tutkimuslaitos Laboren johtaja Mika Maliranta esittivät, että kasvutilastojen valossa muutaman vuoden päästä Suomessa voi olla jopa työvoimapula:

Suomen työllisyydessä on jo tapahtunut käänne parempaan, arvioivat asiantuntijat Ylen aamussa. [--] Laboren johtaja Mika Maliranta sanoo, että tuotannon kasvussa on nähty jo pidempään positiivista kehitystä. "Työllisyys seuraa noin puolen vuoden viiveellä", hän sanoo. "Työllisyyden tilanne on nyt huonompi kuin vuosi sitten, mutta kulmakerroin on kuitenkin nyt kohoamassa.

Mielestäni on hyvät perusteet odottaa, että työllisyys lähtee merkittävään parannukseen”, Maliranta sanoo. [--] Ylen aamun asiantuntijat jakavat optimistisen kuvan tulevaisuudesta. Maliranta povaa, että Suomessa nähdään muutaman vuoden päästä suorastaan työvoimapula. “Täytyy ehkä katsoa parin, kolmen vuoden päähän, mutta jos tämä noususuhdanne jatkuu, niin se on positiivinen skenaario, joka on ihan mahdollinen”, Maliranta sanoo. Samaa mieltä on Etlan Kangasharju. (YLE 9.)

Kangasharjun ja Malirannan edustamat Etlä ja Labore ovat tutkimuslaitoksia, jotka keskittyvät talouden tutkimiseen työ- ja elinkeinoelämän näkökulmasta. Aiemman tutkimuksen perusteella toimittajat kokevat Etlän ja Laboren “ammattimaisiksi asiantuntijaorganisaatioiksi”, mikä vahvistaa niiden asemaa uskottavuuden hierarkiassa (Harjuniemi 2021, 40). Vaikka ne ovat itsenäisiä tutkimuslaitoksia, niiden taustat ovat kuitenkin työmarkkinajärjestöjen toiminnassa. Siten työelämä on keskeinen ulottuvuus, joka halutaan nostaa talouspoliittiseen keskusteluun. Uskottavuutta rakennetaan vetoamalla kvantitatiiviseen evidenssiin muun muassa puhumalla työllisyystilanteen “kulmaketoimen kohoamisesta”. Tiedon kvantifioinnin kautta työllisyys saadaan myös liitettyä osaksi talouskeskustelua, esimerkiksi peilaamalla sitä tuotannon kasvuun.

Määrällisten todisteiden eli kvantifioidun tiedon keskeisyys on yhteydessä näyttöön perustuvan politiikan suosimiseen. Ilmiö linkittyy olennaisesti teknokratian ihanteeseen, eli pyrkimykseen hyödyntää päätöksenteossa ensisijaisesti tieteellistä tietoa. (Ylöstalo ym. 2023, 4.) Taustalla on ajatus kiistanalaisten kysymysten lähestymisestä rationaalisesti asiantuntijoiden hallinnan kautta, jotta välttyttäisiin poliittiselta väännöltä ja saataisiin aikaan puolueettomia ratkaisuja (Triantafillou 2017; Rose 1991, ks. Ylöstalo ym. 2023, 4). Esimerkiksi tutkimuslaitos Laboren johtava tutkija Merja Kauhanen esitti hallituksen työllisyystavoitteen olevan karkaamassa ja rakensi väitteilleen uskottavuutta lukujen avulla:

“Hallituksen pääseminen 100 000 uuden työllisen tavoitteeseen tulee olemaan vaikeaa”, sanoo tutkimuslaitos Laboren johtava tutkija Merja Kauhanen STT:lle. Kauhasen mukaan työttömiä on tällä hetkellä noin 40 000 enemmän kuin hallituskauden alkaessa toissa vuoden kesäkuussa. Työllisyystavoitteen

saavuttamiseksi tarvittaisiin siksi 140 000 uutta työllistä. Tilastokeskuksen mukaan työttömyysasteen trendiluku oli tammikuussa 8,9 prosenttia. (YLE 10.)

Lukujen taustalla on kuitenkin talouspoliittinen ulottuvuus, joka ilmentää kamppailua asiantuntijuudesta. Kyse on siitä, kuka pääsee määrittelemään niin sanotusti oikean, kohtuullisen tai parhaan työllisyystavoitteen. Laboren tausta on työntekijäpuolta edustavissa keskusjärjestöissä, jotka suhtautuvat kriittisesti työnantajapuolta suosivan oikeistohallituksen tavoitteisiin. Kamppailua asiantuntijuudesta käytiin aineistossa sen kautta, kuinka realistisina eri tavoitteita pidettiin ja millaisia talousvaikutuksia niillä ajateltiin olevan. Uskottavuutta puolestaan rakennettiin näissä kamppailuissa puhumalla ideologioiden sijaan talouden väitetyistä määrällisistä realiteeteista, eli omaa agenda tukevista kvantitatiivisista todisteista. Väätöä käytiin muun muassa inflaation ja ostovoiman ennusteiden kautta:

Työntekijät vaativat seuraavan kahden vuoden aikana yhteensä kymmenen prosentin palkankorotusta, koska hintojen nousu eli inflaatio on syönyt kaupoissa työskentelevien ostovoimaa. Työnantajia edustavan Kaupan liiton mukaan myyjien ostovoima paranee ilman vaaditun suuruisia palkankorotuksia. Kysyimme Suomen Pankin ekonomisteilta, pitävätkö väitteet paikkaansa. [--] Asia ei ole aivan yksiselitteinen. Suomen Pankin ennustetoimiston vanhempi ekonomisti Petri Mäki-Fränti sanoo, että viime joulukuussa julkaistun ennusteen mukaan inflaatioksi arvioitiin tälle vuodelle mainittu 0,8 prosenttia. [--] Videolla Lähi-Tapiolan pääekonomisti Hannu Nummiaro arvioi, että noin viiden prosentin palkankorotukset voisivat nostaa palkansaajat palkkakuopasta 2–3 vuodessa. (YLE 13.)

Numeroiden keskeisyys kumpuaa pyrkimyksestä objektiivisuuteen ja varmuuteen, joka on vapaa mahdollisista inhimillisistä virheistä, vinoumista ja taustaoletuksista. Määrällisen datan korostumisen taustalla on etenkin teknologinen kehitys, mutta myös sodat ja taloudelliset kriisit ovat ajaneet kasvavaan näytön vaatimiseen. Objektiivisuuden ajatellaan tarjoavan reilun ja oikeudenmukaisen pohjan päätöksenteolle ilman poliittisia intressejä. (Rieder & Simon 2016, 4.) Käytännössä lupaus puolueettomuudesta kuitenkin vain toiveeksi, sillä myös kvantifioitu tieto pitää sisällään teoreettisia valintoja ja oletuksia todellisuuden luonteesta (D'Ignazio & Klein 2020, ks. Ylöstalo ym. 2023, 4).

Teoreettiset oletukset ilmenevät muun muassa tavoissa, joilla kvantitatiivista evidenssiä tulkitaan ja toisaalta siinä, mitkä lähtökohdat asetetaan kyseenalaistamattomiksi tavoitteiksi. Evidenssiperustaisessa päätöksenteossa korostuu ajatus siitä, että “numerot puhuvat puolestaan” (Rieder & Simon 2016, 4), mutta numerot eivät itsessään kerro mitään, vaan niistä tehdään aina tulkintoja. Aineistossa tämä ilmeni esimerkiksi kamppailuna siitä, onko Suomi lamassa vai ei:

Työ- ja elinkeinoministeriön alivaltiosihteeri Elina Pyökkänen mielestä Suomi on vajonnut taantumasta osittain lamaan. Muut asiantuntijat näkevät tilanteen toisin. [--] Ylen jutussa Pyökkänen tarkensi lama-määritelmäänsä: “Mielestäni voimme puhua joidenkin alojen kohdalla lamasta, esimerkiksi rakennusalalla ja työttömien kohdalla konkreettisesta ja painostavasta arkikokemuksesta”, hän sanoo. [--] Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen Etlan toimitusjohtaja Aki Kangasharju ja tutkimuslaitos Laboren johtaja, Turun yliopiston taloustieteen professori Mika Maliranta näkevät Suomen taloustilanteen osin eri tavoin. “Lama ei ole oikea ilmaisu taloustilanteeseemme. Laskusuhdanne tai taantuma on kuvaavampi”, Maliranta toteaa. “Emme ole lamassa missään nimessä, emme edes taantumassa. Bruttokansantuote (bkt) kasvaa ja työllisyyskin on kääntynyt kasvuun”, Kangasharju huomauttaa. (YLE 4.)

Aiheeseen perehtymättömän voi olla vaikeaa asettaa talouspoliittisia tulkintoja kontekstiin, etenkin kun asiantuntijatkaan eivät ole yksimielisiä, mikä korostaa asiantuntijoiden määrittelyvaltaa. Merkityksellisten erojen tunnistaminen vaatii asiantuntemusta, eikä tilastojen taustalla tehdyt valinnat aina välity lukijalle (Ylöstalo ym. 2023, 5). Toisaalta lamaa koskevista tulkinnallisista eroista huolimatta sekä Pyökkänen, Kangasharju että Maliranta asettivat keskustelussa talouskasvun ja sen mittaamisen bruttokansantuotteen avulla kyseenalaistamattomaksi tavoitteeksi. Tämä on osoitus siitä, miten uskottava talousasiantuntijuus pohjaa kvantitatiivisiin, talouden hyvinvoinnin keskiöön asettaviin mittareihin.

4.2 Promootiokulttuurin hyödyntäminen viestien korostamiseksi

Toinen aineistosta erottamani keino uskottavuuden rakentamiseen oli promootiokulttuurin hyödyntäminen viestien korostamisessa. Promootiokulttuurissa otetaan markkinoinnista tuttuja keinoja, joita hyödynnetään perinteistä mainontaa hienovaraisemmin kaikenlaisten sisältöjen mainostamiseen (Väliverronen 2008, 11). Aineistossa tämä ilmeni esimerkiksi talousasiantuntijoiden esittäminä voimakkaina ilmaisuina, huomiota herättävänä otsikointina ja henkilöbrändien luomisena, mitkä eivät ole tyypillisiä perinteiselle tiedeviestinnälle. Promootiokulttuurin keinot ilmensivät myös asiantuntijoiden välistä hierarkkista kamppailua siten, että niillä pyrittiin markkinoimaan omaa sisältöä muita uskottavammin.

Asiantuntijat esittivät aineistossa ytimekkäitä ja jopa kärkkäitä väitteitä, jotka oli usein nostettu otsikoihin. Otsikot olivat asiantuntijoille keskeinen promootion väylä, jossa voitiin tuoda ytimekkäästi esille mieleenpainuvia kiteytyksiä. Vaikka toimittajat tekevätkin lopullisen päätöksen otsikoinnista, käytännössä asiantuntijat todennäköisesti tiedostavat toimittajien tarttuvan herkemmin kärkkäisiin ilmaisiin ja siksi suosivat niitä mediahaastatteluissa. Otsikoilla on uutismediassa hyvin keskeinen rooli, sillä niiden avulla kilpaillaan lukijoiden huomiosta ja pohjustetaan näkökulma, josta käsin uutista lähdetään lukemaan. Koska otsikot ovat tärkeitä, voidaan olettaa, että niihin nostettujen talousasiantuntijoiden näkemyksiä pidetään ainakin jokseenkin uskottavina. Otsikoihin pääsivät aineistossa etenkin sellaiset asiantuntijat, jotka väittivät tietävänsä muita paremmin ja tarjosivat konkreettisia ratkaisuehdotuksia:

Suomessa on yli 320 000 työtöntä – heidän psyykensä on koetuksella, sanoo asiantuntija ja kertoo, mikä avuksi (YLE 11)

Risto Murto avaa, mikä Suomen taloudessa on vikana (YLE 6)

Esimerkkien mukaiset otsikot ovat tyypillisiä mainonnassa, jossa tuotetta tai ideaa pyritään markkinoimaan tunnistamalla ongelma ja tarjoamalla siihen ratkaisu. Talousasiantuntijoiden kontekstissa ratkaisu on tieto, toimintatapa tai ideologia, joka esitetään muita parempana vaihtoehtona. Siten kamppailua uskottavuudesta käydään ehdotettujen ratkaisujen kautta, joilla on usein poliittinen ulottuvuus. Ensimmäisessä

esimerkissä Helsingin yliopiston sosiologian dosentti Sari Näre ja Työttömien keskusjärjestön toiminnanjohtaja Jukka Haapakoski katsoivat ongelman olevan työvoimapolitiikassa, jota tehtiin ihmisten sijaan talous edellä:

Näreen mukaan työvoimapolitiikassa on ristiriita aktivoinnin ja passivoinnin välillä eikä sitä ole korjattu. Käytännössä tilanne on johtanut monissa tapauksissa siihen, että ihmistä rangaistaan, mikäli hän aktivoituu systeemin kannalta “väärällä tavalla”. [--] Myös Haapakoski kokee, että työttömien kannalta sanktiot ja velvoitteet eivät tuota parasta lopputulosta. Paremminkin virkamiesmäinen byrokratia heijastuu ihmisen mielenmaisemaan. “Karenssit ja sanktiot eivät auta työtöntä työllistymään. Päinvastoin se lamaannuttaa taloudellisesti ja kaikilla muilla tavoin.” [--] “Kansalaisten ostovoima ei parane, jos ihmisiltä viedään kaikki tulot”, Näre sanoo. (YLE 11.)

Kyseessä on käytännössä kritiikki nykyistä työvoimapolitiikkaa kohtaan, joka muotoillaan ekonomismin myötä neutraaliksi mielletyksi talouskysymykseksi vetoamalla kansalaisten ostovoiman heikkenemiseen. Ratkaisuksi tarjotaan “ristiriidan” korjaamista aktivoinnin ja passivoinnin välillä, joka ei rankaise työttömiä “väärällä tavalla”. Näiden kärkkäiden ilmaisujen avulla muut vaihtoehdot esitetään toimimattomina ja tarjotaan vaihtoehdoksi omaa ratkaisua.

Promootiokulttuuri mahdollistaa myös henkilöbrändien luomisen, mikä voi johtaa asiantuntijavalikoiman yksipuolistumiseen. Aineistossa esiintyikin useita kertoja samoja asiantuntijoita, mikä johtaa asiantuntijavallan tiivistymiseen. Esimerkiksi Elinkeinoelämän tutkimuslaitos Etlan toimitusjohtaja Aki Kangasharju ja Turun yliopiston taloustieteen professori Mika Maliranta esiintyivät molemmat kolmessa eri artikkelissa (YLE 4, YLE 7 ja YLE 9). Aineistosta erottuivat myös perinteiset instituutiot, kuten tutkimuslaitokset, yliopistot ja pankit. Tämä tukee aiempaa tutkimusta, jossa on havaittu, että perinteisistä instituutioista tulevia talousasiantuntijoita pidetään mediassa luotettavina lähteinä (Harjuniemi 2021). Yliopistoista edustettuina olivat kuitenkin vain Helsingin ja Turun yliopistot, joista erityisesti Helsingin yliopiston asiantuntijat saivat näkyvyyttä.

Asiantuntijavalta voi tiivistyä yksittäisten henkilöiden tai instituutioiden ohella myös tietyille ryhmille. Aineistossa tällaiseksi ryhmäksi erottuivat taloustieteilijät, eli ekonomistit. Taloustieteilijöiden erityisasemaa voidaan selittää sillä, että promootiokulttuurin on havaittu olevan erityisen vahvaa heidän joukossaan. Harjuniemi (2024, 240) viittaa tähän taloustieteen mediatisaationa ja on tunnistanut taloustieteilijöiden käyttävän mediaa taloudellisten ja poliittisten intressien ajamiseen. Aineistossa näin teki esimerkiksi Eläkeyhtiö Varman toimitusjohtaja ja kansantaloustieteen tohtori Risto Murto, joka hyödynsi mediaa vetämänsä työryhmän poliittisten tavoitteiden edistämiseen:

Risto Murto avaa, mikä Suomen taloudessa on vikana. [--] Varman toimitusjohtaja Risto Murto luovuttaa vetämänsä työryhmän raportin pääministeri Petteri Orpolle iltapäivästä. Ennen sitä Murto on lupautunut kertomaan Ylen haastattelussa Suomen talouden haasteista ja asioista, joihin poliittisten johtajien tulisi keskittyä jatkossa. (YLE 6.)

Taloustieteilijöiden onkin havaittu nousseen viimeisten vuosikymmenten aikana muiden yhteiskuntatieteilijöiden ohi tyypillisiksi kommentoijiksi yhteiskuntapoliittisessa keskustelussa (Kaidesoja 2016, ks. Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017, 92). Taloustieteen on myös huomattu olevan erityisen eristäytynyt muista tieteenaloista ja viittaavan lähinnä oman alan tutkimuksiin (Fourcade ym. 2015, 92–93). Aineistosta oli havaittavissa vaikutteita myös perinteisen median ulkopuolelta, sillä promootiokulttuuri on vahvaa etenkin sosiaalisessa mediassa. Yhdessä uutisessa oli otettu viestipalvelu X:stä kommentti, jota käytettiin lähteenä:

Danske Bankin pääekonomisti sanoo viestipalvelu X:ssä, että tilastolukemat kertovat työmarkkinoiden asteittaisesta käänteestä parempaan suuntaan. (YLE 2.)

Eskelinen & Jonker-Hoffrén (2017) ovat tulkinneet valtavirran taloustieteilijöiden, eli uusklassisen taloustieteen näkemyksiä kannattavien muodostavan eristäytyneen episteemisen yhteisön, joka puolustaa itseään sosiaalisessa mediassa. Kuoppamäen kommentin nosto viestipalvelu X:stä tukee Eskelisen ja Jonker-Hoffrénin (2017, 109) tulkintaa some-keskusteluista talousasiantuntijuuden puolustamisen “lattiatasona”, joka

luo pohjan perinteisemmälle julkiselle keskustelulle. Asiantuntijuuden piirin laajentumisen myötä kysyntää on etenkin selkeästi, itsevarmasti ja jopa yksinkertaistetusti esiintyville asiantuntijoille (Väliverronen 2021). Näin viestivät etenkin taloustieteilijät, jotka ovat valjastaneet promootiokulttuurin erityisen hyvin haltuunsa. Promootiokulttuurin yhteiskunnallinen vahvistuminen puolestaan saa mainonnan keinoja tehokkaasti hyödyntävät asiantuntijat vaikuttamaan uskottavilta ja antaa heille etulyöntiaseman kamppailussa talousasiantuntijuudesta.

Asiantuntijavallan keskittyminen tietyille ryhmälle on kuitenkin ongelmallista, koska se voi yksipuolistaa näkemyksiä ja jättää olennaisia ulottuvuuksia talouskeskustelun ulkopuolelle. Taloustieteilijät muun muassa usein asettavat tehokkuuden tärkeimmäksi kriteeriksi teoreettisissa malleissaan (Fourçade ym. 2015, 107–108), mikä voi johtaa muiden tekijöiden sivuuttamiseen. Esimerkiksi feministisen talouskeskustelun parissa on nostettu esiin usein talouden ulkopuoliseksi mielletyn sosiaalisen uusintamisen merkitys taloudellisen toiminnan ehtona. Sosiaalisella uusintamisella tarkoitetaan sekä luonnon että ihmisten tekemää, usein palkatonta, elämää ja yhteisöjä ylläpitävää toimintaa. Tähän lukeutuvat muun muassa erilaiset biologiset prosessit, hoiva, kasvatus ja kotityöt, joita ei pidetä osana ”tuottavaa” tai arvoa luovaa taloutta. (Ylöstalo, Kinnunnen, Lamberg & Perheentupa 2024, 38–44.)

4.3 Huolen hyödyntäminen retorisenä keinona

Kolmas eli viimeinen tunnistamani tapa uskottavuuden rakentamiseen oli huolen hyödyntäminen retorisenä keinona. Huolen avulla pyrittiin korostamaan oman aiheen ensisijaisuutta ja nostamaan se keskustelun ytimeen. Keskeiset erot asiantuntijoiden välillä syntyivät huolta herättäviin ongelmiin ratkaisuksi ehdotetuista talouspoliittisista toimenpiteistä, joista käytiin kamppailua. Eskelinen & Jonker-Hoffrén (2017) ovat havainneet muiden asiantuntijuuden delegitimointia käytetään retorisenä keinona talousasiantuntijoiden välisessä mediakamppailussa. Esitän, että aineistossani esiintyvä huoli voidaankin tulkita eräänlaiseksi pyrkimykseksi muiden asiantuntijoiden delegitimointiin, ja siten uskottavan asiantuntijuuden rakentamiseen korostamalla oman huolenaiheen merkitystä ylitse muiden.

Aineistossa esiintyi kaksi keskeistä huolen kohdetta, joita olivat talouskasvu sekä työttömien asema. Huolta talouskasvusta kantoivat etenkin suomalaisen elinkeinoelämän etuja ajavan Elinkeinoelämän Keskusliiton edustajat Aaro Cantell ja Jyrki Häkämies, jotka puhuivat talouskasvua edistävien tekijöiden puolesta:

Yrityksiä edustava Elinkeinoelämän keskusliitto EK räväytti miljardien veroalehdotuksensa julkisuuteen tänä keskiviikkona. Yhteensä 3,5 miljardin euron veroalen tarkoitus olisi käynnistää Suomen hiipunut talous taas kasvuun. EK:lla on kolme veroja laskevaa ehdotusta ja yksi veroja yksinkertaistava toive. Talouskasvun reseptiään esitellety EK:n johto kuulutti, että Suomi tarvitsee nyt vuosisadan verouudistuksen. (YLE 1.)

Etujärjestön ajamille talouspoliittisille toimille haettiin uskottavuutta olemalla huolissaan Suomen talouskasvusta, johon tarjottiin ratkaisuksi “talouskasvun reseptiä”. Toimia arvioivat Julkistalouden professori Jukka Pirttilä Helsingin yliopistosta ja Valtion taloudellisen tutkimuslaitoksen johtava tutkija Seppo Kari, jotka suhtautuivat maltillisen varautuneesti veroalennusten vaikutuksiin, mutta jakoivat huolen Suomen talouskasvusta ja kotimaisten yritysten investointikannusteista:

Julkistalouden professori Jukka Pirttilä Helsingin yliopistosta kiittelee pyrkimystä saada aikaan talouden kasvua. Sen sijaan hän suhtautuu varautuneesti siihen, kääntyisivätkö veroalet koskaan verotuloiksi. [--] Johtava tutkija Seppo Kari Valtion taloudellisesta tutkimuslaitoksesta Vatt:sta taas näkee ainakin yhteisöverojen laskulla olevan vaikutusta yritysten investointeihin. “Esitys vahvistaisi investointikannusteita kotimaisten yritysten osalta ja parantaisi myös Suomen houkuttelevuutta ulkomaisten investointien kohdemaana”, Seppo Kari sanoo. (YLE 1.)

Verotukseen liittyvistä näkemyseroista huolimatta talouskasvun tavoittelua ja investointia yrityksiin pidettiin kyseenalaistamattomana välttämättömyytenä, joiden merkitystä korostettiin huolen avulla. Tätä voidaan tulkita Suomessa tällä hetkellä hegemonista talousdiskurssia määrittävän talouskurin kontekstissa, jossa velkataakasta eroon pyrkimistä talouskasvun ja kilpailukyvyn edistämisen kautta pidetään niin moraalisenä velvollisuutena kuin koko kansakunnan edun mukaisena (Autto 2023).

Taloukskuria voidaan tarkastella myös kamppailuna, mikä antaa tilaa sitä vastustaville äänille (Autto 2023). Aineistossa esiintynyt toinen keskeinen huolenaihe oli työttömien asema, joka ilmeni jännitteisenä suhteessa taloukskuriin. Vuoden diakoniatyöntekijäksi valittu Tiina Heiskanen asettui vastustamaan leikkauksia:

“Etuuksista ei missään nimessä saa leikata enempää. On ollut todella järkyttävää huomata, minkälaisia leikkauksia viime aikoina on tehty ja edelleen aiotaan tehdä – Nykyäänkään ei pärjää näillä etuuksilla, saati jos niistä vielä leikataan. Siinä ajetaan ihmisiä todella järkyttäviin tilanteisiin.” (YLE 12.)

Tällaiset näkemykset jäivät kuitenkin aineistossa vähemmistöön ja usein keskustelut työttömyyden ongelmista ja palkoista asetettiin taloukskasvun kontekstiin. Esimerkiksi työ- ja elinkeinoministeriön alivaltiosihteeri oli huolissaan työttömyydestä, mutta huolen takana oli pelko lamaan ajautumisesta eli taloukskasvun sukeltamisesta:

“Työttömyys on pahentunut kahdessa vuodessa 60 000–70 000 henkilöllä. Se on erittäin huolestuttava luku”, sanoo alivaltiosihteeri Elina Pylkkänen. Luvut kertovat Pylkkäselle muutakin. Hänen mielestään Suomessa on ollut jo pitkä ajanjakso, vuoden 2022 lopulta lähtien, jolloin tuotanto ei ole kasvanut ja on itse asiassa useana kuukautena heikentynyt: “Ainakin olemme pitkittyneen taantumien tiellä, ja toivottavasti emme ajaudu lamaan”. (YLE 2.)

Aineistossa esiintyvät talousasiantuntijat asemoivat itsensä huolen kautta osaksi valtavirtaisia talouksdiskursseja, joiden avulla tuettiin omia argumentteja. Taloukskurin hegemonisen aseman vuoksi uskottavuutta rakennettiin pääosin asettamalla huolen kohteet osaksi huolta laajempaa huolta talouden hyvinvoinnista. Tätä haastoivat muutamat kriittiset äänet, mikä ilmensi kamppailua asiantuntijuuden hierarkioista.

5 Johtopäätökset

Tutkielmassani olen tarkastellut sitä, miten uskottavuutta rakennetaan suomalaisen talouspolitiikan uutisoinnissa. Käytin apuna asiantuntijavallan ja uskottavuuden hierarkian käsitteitä, jotka havainnollistavat talousasiantuntijoiden käyttämää valtaa ja sen epätasaista jakautumista mediassa. Tavoitteena oli muodostaa kokonaisvaltaisempi ymmärrys talousasiantuntijoiden mediassa käyttämästä vallasta ja asiantuntijuuden hierarkioista. Tein tämän selvittämällä teoriaohjaavasti aiemman tutkimuksen pohjalta, millaiset keinot ja prosessit muodostavat uskottavia asiantuntijoita talouspolitiikan uutisoinnissa. Toisin sanoen, keihin asiantuntijavalta kiinnittyy talouskysymyksissä ja minkä vuoksi.

Talouskysymyksissä nojataan vahvasti asiantuntijoiden näkemyksiin puolueettomuuden toivossa, jolloin poliittinen ulottuvuus saattaa jäädä taka-alalle. Tätä korostavat teknokraattinen ihanne tietopohjaisesta päätöksenteosta ja ekonomismi, jossa talouskysymykset mielletään politiikan ulkopuolisiksi teknistä osaamista vaativiksi tehtäviksi (Teivainen 2016). Siksi onkin tärkeää lisätä ymmärrystä siitä, millaiset prosessit vaikuttavat uskottavuuden rakentumisen taustalla. Vallasta käytävässä kamppailussa uskottavana esiintyminen on keskeistä, koska se edistää näkyvyyttä ja nostaa talousasiantuntijoiden asemaa hierarkiassa (Becker 1967; Harjuniemi 2021). Vaikka asiantuntijoiden näkemyksiä selkeästi arvostetaan, kaikki eivät kuitenkaan ole yhtä uskottavia, vaan valta keskittyy tietynlaiseen talousasiantuntijuuteen.

Tunnistin analyysiprosessissa kolme keskeistä keinoa uskottavuuden rakentumisen taustalla. Näitä olivat kvantitatiiviseen evidenssiin pohjaaminen, promootiokulttuurin hyödyntäminen viestien korostamiseksi ja huolen käyttäminen retorisenä keinona. Tämä tarkoittaa sitä, että kamppailussa asiantuntijavallasta pärjäävät etenkin sellaiset asiantuntijat, jotka osaavat markkinoida itseään houkuttelevasti, tarjoavat numeroevidenssiä argumenttiansa tueksi ja onnistuvat kiinnittämään huolen avulla erityistä huomiota omaan agendaansa. Kamppailua asiantuntijuudesta käytiin aineistossa sen kautta, kuinka realistisina eri tavoitteita pidettiin ja millaisia talousvaikutuksia niillä ajateltiin olevan. Uskottavuutta puolestaan rakennettiin näissä kamppailuissa puhumalla ideologioiden sijaan talouden väitetyistä määrällisistä realiteeteista.

Kamppailussa menestyvät aineiston perusteella etenkin taloustieteilijät ja muut perinteisiin instituutioihin, tieteeseen ja professioihin pohjaavat asiantuntijat, mikä tukee aiempaa tutkimusta (Harjuniemi 2021). Lisäksi tulokseni täydentävät kuvaa uskottavuutta rakentavista keinoista tuomalla yhteen aiemmin tunnistetut sosiaalisen median retoriset keinot (Eskelinen & Jonker-Hoffrén 2017), promootiokulttuurin (Väliverronen 2008) ja määrällisen tiedon merkityksen (Ylöstalo ym. 2023).

Uskottavuuteen ei siis riitä vain perinteiseen tiedeviestintään ja institutionaaliseen taustaan pohjaaminen, vaan lisäksi muuttuvassa mediaympäristössä pitää osata markkinoida itseään houkuttelevasti muun muassa olemalla huolissaan talouden tilasta ja tarjota määrällistä evidenssiä argumenttinsa tueksi. Esimerkiksi tutkijoilta odotetaan kykyä viestiä vaikuttavasti ja hallita vaikuttajaviestinälle ominaisia toimintatapoja, mikä osittain kumpuaa tarpeesta vastata tietopohjaisen politiikan trendiin. Vaikuttava tutkimus kuitenkin vaatii tasapainottelua ristiriitaisten odotusten kentällä, mihin voidaan viitata esimerkiksi rajatyön käsitteellä. (Mannevuori & Virtanen 2022, 19–20.)

Esittelemäni keinot toimivat uskottavuuden rakentamiseen, koska ne ovat yhteydessä laajempiin yhteiskunnallisiin trendeihin. Numerot ja tieteelliseen tietoon vetoaminen toimivat, koska niillä on korkea arvostus evidenssiperustaisen päätöksenteon ihanteen myötä. Toisaalta ilmiö korostaa myös asiantuntijavaltaa yleisesti, etenkin talouden kaltaisilla aloilla, jossa numerot ovat merkittävässä roolissa. Toinen keskeinen trendi on talouskuripolitiikan yleistymisen, minkä vuoksi huolipuhetta pidetään uskottavana. Siten kriittisyyden ja välttämättömyyden vetoaminen nähdään rehellisyytenä ja optimistiset kannat saavat osakseen enemmän epäilyä. Tähän vaikuttavat myös viimeisen parinkymmenen vuoden aikana jyllänneet (talous)kriisit, kuten vuoden 2007 finanssikriisi ja koronapandemia.

Kaikesta ei kuitenkaan ole yhtä uskottavaa olla huolissaan, vaan muun muassa huoli luonnosta, eläimistä ja ilmastosta loistivat poissaolollaan. Tämä kertoo siitä, ettei esimerkiksi feministisissä taloustiedon teorioissa esiin nostettua uusintavaa työtä mielletä osaksi talouden viitekehystä (Ylöstalo ym. 2024). Toisaalta perinteisen uutismedian rooli on heikentynyt uusien viestinnän muotojen vahvistuessa. Siten voi olla, että vaihtoehtoiset diskurssit nousevat esiin muilla alustoilla. Kiinnostava jatkotutkimuksen aihe voisikin olla, hyödynnetäänkö tunnistamiani keinoja muilla median alustoilla ja

näyttäytykö silloin erilainen talousasiantuntijuus uskottavana. Esimerkiksi monet aktivismin muodot mediassa hyödyntävät huoliretoriikkaa, markkinoinnin keinoja ja numeroevidenssiä agendansa ajamiseen. Muut alustat eroavat perinteisestä mediasta myös siinä, ettei toimittajien näkemyksillä uskottavuudesta ole samalla tavalla vaikutusta esitettävään sisältöön.

Tukeutumalla uskottavuuden rakentamisessa keinoihin, jotka pohjaavat valtavirtaisiin talousdiskursseihin, kuten talouskuriin, asiantuntijat saavat tuekseen niiden tarjoaman legitimitetin. Tätä voidaan vahvistaa vielä promootiokulttuurin myötä mainonnan keinoin, kuten mieleenpainuvilla kiteytyksillä ja huolipuheella. Numeroiden, iskulauseiden ja huolen taakse voidaan myös helpommin piilottaa poliittisia agendoja, etenkin kun taluskysymykset mielletään usein neutraaleina asiantuntijakysymyksinä. Epävarman ajan keskellä on uskottavaa olla huolissaan ja kvantifioitu tieto voi tuoda vakautta ja selkeyttä. Promootiokulttuuriin yhdistyvä, jopa populistisia piirteitä saava markkinointi, voi puolestaan tuntua helposti lähestyttävältä ja tarjota yksinkertaistettuja ratkaisuja monimutkaisiin ongelmiin.

Lähdeluettelo

- Albæk, Erik (2011) The interaction between experts and journalists in news journalism. *Journalism* 12(3), 335–348. <https://doi-org.ezproxy.utu.fi/10.1177/1464884910392851>
- Autto, Janne (2023) Johdanto. Teoksessa Autto, Janne (toim.) *Talouskuri tuli Suomeen*. Tampere: Vastapaino, 7–30.
- Becker, Howard S. (1967) Whose Side Are We On? *Social Problems* 14(3), 239–247. <https://doi.org/10.2307/799147>
- Brint, Steven (1990) Rethinking the Policy Influence of Experts: From general Characterizations to Analysis of Variation. *Sociological Forum* 5(3), 361–385. <https://www.jstor.org/stable/684394>
- Çalışkan, Koray & Callon, Michel Callon (2009) Economization, part 1: shifting attention from the economy towards processes of economization. *Economy and Society* 38(3), 369–398. <https://doi-org.ezproxy.utu.fi/10.1080/03085140903020580>
- Dimitrova, Daniela V. & Strömbäck, Jesper (2011) Look who’s talking: Use of sources in newspaper coverage in Sweden and the United States. *Journalism Practice* 3(1), 75–91. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.592348>
- Elomäki, Anna & Marttinen, Anni (2021) Talouskuri ja byrokraattinen asiantuntijavalta: Eurooppalaisen ohjauksen toimeenpano ja merkitys Suomessa. *Poliittinen talous* 9(1), 41–71. <https://doi.org/10.51810/pt.99615>
- Elo, Satu & Kajula, Outi & Tohmola, Anniina & Kääriäinen, Maria (2022) Laadullisen sisällönanalyysin vaiheet. *Hoitotiede* 34(4), 215–225.
- Eskelinen, Teppo & Jonker-Hoffrén, Paul (2017) Taloustiede episteemisenä yhteisönä ja kamppailu asiantuntijuudesta. *Poliittinen talous* 5(1), 91–120. <https://doi.org/10.51810/pt.96125>
- Esmark, Anders (2017) Maybe It Is Time to Rediscover Technocracy? An Old Framework for a New Analysis of Administrative Reforms in the Governance Era. *Journal of Public Administration Research and Theory* 27(3), 501–516. <https://www.jstor.org/stable/44645909>
- Fourcade, Marion & Ollion, Etienne & Algan, Yann (2015) The Superiority of Economists. *Journal of Economic perspectives* 29(1), 89–114. <http://dx.doi.org/10.1257/jep.29.1.89>
- Goldman, Alvin I. (2018) Expertise. *Topoi* 37(1), 3–10. <https://doi.org/10.1007/s11245-016-9410-3>
- Guardian News (23.9.2019) Greta Thunberg to world leaders: ‘How dare you? You have stolen my dreams and my childhood’. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=TMrtLsQbaok> (luettu 8.5.2025).
- Harjuniemi, Timo & Herkman, Juha & Ojala, Markus (2015) Eurokriisin politisoituminen suomalaisissa sanomalehdissä. *Media & viestintä* 38(1), 1–22. <https://doi.org/10.23983/mv.62100>
- Harjuniemi, Timo (2020) *Asiantuntijoita vai asiansa ajajia? Suomalaisten toimittajien näkemyksiä talouspolitiikan asiantuntijuudesta*. Helsinki: Unigrafia.
- Harjuniemi, Timo (2021) Talouden asiantuntijoiden uskottavuuden hierarkia suomalaisten talous- ja politiikan toimittajien silmin. *Media & viestintä* 44(3), 30–51. <https://doi.org/10.23983/mv.111508>
- Harjuniemi, Timo (2024) The mediatization of the economist profession: How economists use the media to promote political and economic interests. *European*

- Journal of Communication* 39(3), 229–244. <https://doi-org.ezproxy.utu.fi/10.1177/02673231241228962>
- Manneuvo, Mona & Virtanen, Joonatan (2022) Vaikuttavaa viestintää: Tutkijat tiedevälittäjinä tietopohjaisessa politiikassa. *Kulttuurintutkimus* 39(4), 19–36.
- Nordström, Laura (2021) Ajatuspajat talouspoliittisina vallankäyttäjinä eurokriisissä: uusliberalismia vanhaan tapaan? *Poliittinen talous* 9(1), 6–40. <https://doi.org/10.51810/pt.99430>
- Rieder, Gernot & Simon, Judith (2016) Datatrust: Or, the political quest for numerical evidence and the epistemologies of Big Data. *Big Data & Society* 3(1), 1–6. <https://doi-org.ezproxy.utu.fi/10.1177/2053951716649398>
- Ruppar, Todd (2024) Theory-Guided Research. *Western Journal of Nursing Research* 46(12), 951. <https://doi.org/10.1177/01939459241300378>
- Sanz, Aune & Müller, Jenni (26.11.2024) *Uutisarvostukset 2024*. Asiakkuus ja sisältökehitys. Yle News Lab.
- Teivainen, Toivo (2016) Ekonomismi ja demokratian tulevaisuus. Teoksessa Kivistö, Sari & Philström, Sami & Tolonen, Mikko (toim.) *Talous ja Moraali*. Helsinki: Gaudeamus, 107–124.
- Väliverronen, Esa (2008) Chapter 8: Mediatisation of science and the rise of promotional culture. Teoksessa Bucchi, Massimiano & Trench, Brian (toim.) *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. Routledge: London, 129–146.
- Väliverronen, Esa (2021) Asiantuntijuuden murros ja luottamus instituutioihin koronakriisissä. Teoksessa Hetemäki, Ilari & Kuusisto, Anna-Kaisa & Lähteenmäki, Maria & Väliverronen, Esa (toim.) *Hyvä ja paha tieto*. Gaudeamus: Tallinna, 111–123.
- Ylikoski, Petri (2021) Ideologiat tieteellisessä tutkimuksessa. Teoksessa Hetemäki, Ilari & Kuusisto, Anna-Kaisa & Lähteenmäki, Maria & Väliverronen, Esa (toim.) *Hyvä ja paha tieto*. Gaudeamus: Tallinna, 141–152.
- Ylöstalo, Hanna (2020) Depoliticisation and Repoliticisation of Feminist Knowledge in a Nordic Knowledge Regime: The Case of Gender Budgeting in Finland. *Nordic Journal of Feminist and Gender Research* 28(2), 126–139. <https://doi.org/10.1080/08038740.2020.1727008>
- Ylöstalo, Hanna & Koskinen, Henri & Lepistö, Taru (2023) Ennakointia ja seuranta: Kvantifioidun tiedon käyttö ja katveet politiikkaa koskevassa journalismissa. *Media & Viestintä* 46(4), 1–22. <https://doi.org/10.23983/mv.127788>
- Ylöstalo, Hanna & Kinnunen, Heini & Lamberg, Emma & Perheentuma, Inna (2024) Feministisen taloustiedon teoriat ja käytännöt. Teoksessa Ylöstalo, Hanna & Kinnunen, Heini & Lamberg, Emma & Perheentuma, Inna (toim.) *Feminismiä talouteen: opas kriittiseen talouslukutaitoon*. Gaudeamus: Tallinna, 31–60.

Liitteet

Liite 1. Aineisto

YLE 1: Hukkanen, Virpi & Toivonen, Janne (5.2.2025) EK vaatii miljardien veroalea yrityksille – perusteluna talouskasvun käynnistäminen.

YLE 2: Pantzar, Minna & Hukkanen, Virpi (25.2.2025) Ministeriön asiantuntija: Suomi on vajonnut taantumasta osittain lamaan

YLE 3: Sullström, Heidi (28.2.2025) Professori kasvuraportista: ”Vähän epäilen, että taikaluotia ei ole keksitty”

YLE 4: Pantsu, Pekka (26.2.2025) Lama-puheet ihmetyttävät asiantuntijoita: ”Olemme nousukauden kynnyksellä”

YLE 5: Hukkanen, Virpi (24.2.2025) Palkka riittää entiseen malliin vasta parin vuoden kuluttua – ekonomisti: Palkkasopu palauttaa ostovoiman, hitaasti

YLE 6: Tikkala, Hannu (28.2.2025) Risto Murto avaa, mikä Suomen taloudessa on vikana

YLE 7: Happonen, Päivi (9.2.2025) ”Ei tullut isona yllätyksenä” – asiantuntijat kommentoivat teknologiateollisuuden tilannetta

YLE 8: Toivonen, Janne (8.2.2025) Analyysi: Suomi halutaan nyt Moldovan, Romanian ja Serbian kanssa samaan veroleiriin – yritysjohtajilla on laput silmillä

YLE 9: Kavander, Anni (26.2.2025) Kova väite: Suomessa on parin vuoden päästä työvoimapula – ”On ilman muuta selvää”

YLE 10: STT (25.2.2025) Tutkija: Hallituksen työllisyystavoite karkaamassa

YLE 11: Hirvonen, Saara (27.2.2025) Suomessa on yli 320 000 työtöntä – heidän psyykensä on koetuksella, sano asiantuntija ja kertoo, mikä avuksi

YLE 12: Keski-Korpela, Nina (6.2.2025) ”Järjestelmässä on jotain pahasti vialla”, lataa diakoni, joka näkee läheltä mihin ahdinkoon köyhiä nyt ajetaan

YLE 13: Moksus, Mika (20.2.2025) Lakkoilevat myyjät haluavat pois palkkakuopasta – kysyimme, pitävätkö perusteet paikkaansa

YLE 14: Paukkeri, Marica & Tikkala, Hannu (12.2.2025) Kilpailuviranomaiselta kova lausunto: Hallituksen halu julkistaa sote-palvelujen hintalaput voi käydä kalliiksi

YLE 15: Paukkeri, Marica (1.2.2025) EK:n Jyrki Häkämies: Palkankorotusvaatimukset ei tästä maailmasta