MAASEUDUN TULEVAISUUS
Maa- ja metsätaloustuottajajärjestön äänenkannattaja – Perustettu 1916

Päätoimittaja
Mikael Pentikäinen
Toimituspäälliköt
Jussi Martikainen
Tiina Taipale

Jos ideologinen liima on puuttunut kaikilta 2011 jälkeen istuneilta hallituksilta, voi kysyä, onko Suomella varaa vielä uuteen riitelevään hallitukseen.
POHJALAISEN PÄÄKIRJOITUKSESTA

Ruuan arvolla ei pidä leikitellä

On hyvä, että Suomessa voidaan keskustella ruuan hinnasta sen sijaan, että pitäisi olla tosissaan huolissaan ruuan riittävyydestä. Kaikkialla maailmassa tilanne ei ole näin hyvin.

Menneiden vuosikymmenten kokemukset ovat opettaneet suomalaisille, että ruokaa pitää arvostaa. Tässä suhteessa kehitys on mennyt viime vuosina huonompaan suuntaan. Tämä näkyy muun muassa siinä, että ruokaa heitetään paljon roskiin.

Suomessa heitetään syömäkelpoista ruokaa roskiin 120–160 miljoonaa kiloa vuodessa. Haaskatun ruuan hinta on noin 500 miljoonaa euroa vuodessa.

Huolimatta siitä, että ruokaa haaskataan paljon ja ruuan osuus kotitalouksien menosta on keskimäärin 12 prosenttia, käydään ruokakeskustelua kuluttajahintojen kautta. Laadusta tai tuontiruuan tuotantotavoista ei paljoa puhuta.

Osa elintarvikeketjun toimijoista näyttää haluavan pitää yhä yllä mielikuvaa kalliista ruuasta.

S-ryhmä aloitti alkuvuodesta tehokkaan markkinointikampanjan. Ketju ilmoitti alentavansa Prismoissa 400:n ja S-marketeissa noin sadan ruokatuotteen hintoja. Kampanjan kärkenä on termi ”halpuuttaminen”.

S-ryhmän kampanjan alku ja sen ajoitus olivat malliesimerkkejä onnistuneesta markkinoinnista. Tämä näkyi myös asiakasvirroissa ja peitti alleen muun muassa K-ryhmän aikaisemmin aloitetun hintojen alentamisen ja Lidlin vaikutuksen.

Tuottajien piirissä pelättiin kuitenkin, että he joutuvat halpuuttamisen maksumiehiksi. SOK:n pääjohtaja Taavi Heikkilä vakuuttaa, ettei näin käy, vaan alennuksen kustannukset katetaan kaupan omaa toimintaa tehostamalla. (MT 6.3.)

Heikkilän mukaan esimerkiksi kotimaisten juustojen osuus on kampanjan aikana kasvanut. Kysymys ei ole kuitenkaan pelkästään määrästä vaan myös tuottajien ja juustoloiden saamasta hinnasta.

Varaa ruuan hintojen laskuun kaupalla luulisi olevan, koska kaupan osuus ruuan hinnasta on jo pitkään kasvanut. Erittäin nopeaa kaupan osuuden kasvu oli 2000-luvun alussa.

Kehityksessä näkyy keskittyneen kaupan vahva neuvotteluvoima tuottajien ja elintarviketeollisuuden suuntaan. Hinnat eivät missään tapauksessa saisi olla ilmoitusasioita vahvemman osapuolen taholta.

Tuottajat epäilevät joutuvansa ruoka-alen maksajiksi.

Jos oli S-ryhmän kampanja alku kuin suoraan markkinoinnin oppikirjasta, ei jatko ole sujunut yhtä hyvin.

S-ryhmän televisiossa pyörivä mainoskampanja, jossa päivitellään ruuan, erityisesti maidon ja juuston kalleutta Suomessa, on epäonnistunut. Juustoon on mainosten luoman vaikutelman mukaan varaa vain miljonääreillä ja maitolitralla saisi omakotitalon. Harkinta on selkeästi pettänyt.

Ei ole ihme, että tuottajien piirissä mainoskampanjaa pidetään loukkaavana ja jopa syyllistävänä. Lisää taakkaa ei tarvita tilanteessa, joissa tuottajat ovat jo muutenkin taloudellisesti erittäin ahtaalla.

Ruuan kalleudella ilkkuminen ei kohdistu pelkästään tuottajiin, vaan myös muihin elintarvikeketjun yrittäjiin ja työntekijöihin. Suurin osa ruuan hinnasta syntyy kaupan lisäksi esimerkiksi jalostuksessa ja kuljetuksessa. Lisäksi verojen osuus ruuan hinnassa on Suomessa monia muita EU-maita korkeampi.

Markkinointi ja mainonta ovat suurelta osin mielikuvien rakentamista. Harhaanjohtavan hintamielikuvan rakentaminen ruuan suhteen ei kuitenkaan palvele edes kaupan omia tavoitteita. Ruuan arvostuksen kanssa sillä ei ainakaan ole mitään tekemistä.

Sanonnan mukaan asia on niin, miltä se näyttää. Meneillään oleva S-ryhmän mainoskampanja näyttää tosi pahalta tuottajien kannalta. Se on harmi, koska S-ryhmä on suurin kotimaisen ruuan myyjä.

S-ryhmän mainoskampanja näyttää tosi pahalta.

VIERASYLIÖ

Suomalainen vaalikampanjointi on pääosin verrattain asiallista

Suomessa poliittinen kampanjointi yleensä ja vaalikampanjointi erikseen on verrattain puhdasta verrattuna varsinkin yhdysvaltalaiseen vaalikilpailuun, jossa kullakin kampanjatiimillä tyypillisesti on jopa oma likaisten temppujen osastonsa, vaalikieroiluun erikoistunut ryhmänsä.

Kehittymättömimmissä poliittisissa järjestelmissä sivistyneet käytöstavat ovat paljolti tauolla vaalikampanjan aikaan. Joissakin maissa ehdokkaat kampanjoivat kirjaimellisesti henkensä kaupalla.

Yhdysvalloissa negatiivisen kampanjoinnin ammattilaisia on ollut jo ainakin 1960-luvulta. Kielteisessä kampanjoinnissa päähuomio on kilpailevan ehdokkaan tai puolueen negatiivisten ominaisuuksien esiin nostamisessa eikä suinkaan oman ehdokkaan tai puolueen myönteisten ominaisuuksien korostamisessa.

Mudanheitto on amerikkalaisen poliittisen sanonnan mukaan yhtä amerikkalaista kuin Mississippi-joen muta.

Ala kehittänyt omia termejä

Esimerkiksi termillä rat fucking viitataan vastustajan häiriköintiin aina käytännöllisestä pilasta suoranaiseen sabotaasiin saakka.

Termi juontuu Yhdysvaltain armeijan valmisruoka-annoksista, joita on pakattu 12 yhteen laatikkoon. Rat fucking on paketin laitonta avaamista ja mieluisten ruoka-aineiden, yleensä suklaan, noukkimista siitä. Rat ei siis viittaa rottaan, vaan annokseen (ration).

Vaalikampanjan aikana voidaan vuotaa kilpailevista ehdokkaista epäedullisia tietoja lehdistölle siinä tarkoituksessa, että kilpailijoiden maine kärsii.

Oppoksi (opposition research) kutsutaan menettelyä, jossa kaivetaan esiin ehdokkaan taustasta hänen vaali-imagonsa kanssa ristiriidassa olevia tietoja koskivatpa nämä sitten ehdokkaan henkilöhistoriaa, oikeudellisia, lääketieteellisiä, koulutuksellisia tai taloudellisia näkökohtia tai hänen äänestyskäyttäytymistään aiemmilla vaalikausilla tai hänen taannoisia haastattelulausuntojaan.

Venäjän kielessä sana kompromat tarkoittaa henkilöstä ajan oloon kerättyä raskauttavaa aineistoa, jolla häntä voidaan kiristää tai jonka julkistaminen ajoitetaan henkilölle mahdollisimman epäedulliseen ajankohtaan. Tällainen kielteinen raskauttava aineisto voi koskea mitä tahansa asiaa henkilöön liittyen.

Luonnemurhaksi (character assassination) puolestaan kutsutaan hyökkäystä, jonka tarkoituksena on tuhota jonkun toimijan maine tai uskottavuus, henkilön ominaisuuksiin keskittyvä murska-arvostelu.

Luonnemurha voidaan toteuttaa puolitotuuksia venyttämällä, yksityiskohtia liioittelemalla tai niitä suoranaisesti manipuloimalla siinä tarkoituksessa, että saadaan aikaiseksi epätosi mutta taatusti vastenmielinen kuvaus uhrista.

Poliittisia ehdokkaita on syytetty kaikista mahdollisista ja jopa mahdottomista rikoksista ja synneistä aina arvostelukyvyn pettämisestä, ulkomaalaisten hyysäämisestä, monikulttuurisuuden edistämisestä, lahjusten otosta, moniavioisuudesta, huumeiden käytöstä, höllästä sukupuolimoraalista, aviopuolison väkivaltaisesta kohtelusta, pedofiliasta, tyhmyydestä ja jopa nudismin tai tuulivoiman kannattamisesta.

Sairaita ehdokkaita, keksittyjä vappupuheita

Mutta osataan sitä meilläkin. Ei ole tavatonta, että kilpailija, vihollinen, veriviholliset, puoluetoveri -maksiimin hengessä oman vaalipiirin ja oman puolueen ehdokasta yritetään kampittaa vaalikampanjan tihentyessä loppuaan kohden. Selkään puukotus ei ole aivan vierasta Suomenkaan vaaleissa.

Eräs kristillisen liiton pyrkyri ylsi vaalitilaisuuksissa oman puolueensa istuvan kansanedustajan maineen tahrauksessa jopa niin mauttomaksi, että muisti aina järjestää esirukouksen tämän puolesta, ”kun tämä on niin kovin huonona”.

Presidentinvaalin yhteydessä Tarja Halosta mustamaalattiin kertomalla luottamuksellisesti Halosen vappupuheesta vuonna 1976 Hakaniemen torilla, jossa tämä muka olisi ehdottanut Suomen liittämistä Neuvostoliittoon. Koko tarina oli tietysti täyttä puppua.

Lähdekritiikki ei saa olla tauolla vaalikampanjan aikana.

Tämä esimerkki kuvaa mudanheiton perusfilosofiaa hyvin. Ajatuksenahan on, että kun mutaa heitetään, aina siitä jokin tarttuu.

Sosiaalinen media voi kielteistää kampanjointia

Yleisesti ottaen menettelytavat ovat meillä kuitenkin verrattain siistit, varsinkin verrattuna demokratiaa vasta kokeileviin maihin. Mitään takeita ei kuitenkaan ole siitä, että nykyinen suhteellisen asiallinen tapa kampanjoida tulee säilymään. Ainakaan se ei tee sitä automaattisesti.

Kampanjoinnin asiallisuutta on kaikkien syytä vaalia. Vastuussa ovat niin ehdokkaat kuin puolueet ja media, mutta myös yksittäisillä kansalaisilla on vastuunsa siinä, ettei vaalikampanjointi tasoltaan alene mauttomaksi.

Sosiaalinen media tullee kuitenkin helpottamaan negatiivista kampanjointia, koska sen avulla on kätevää varsin pienillä kustannuksilla levittää kielteistä informaatiota suurille joukoille, vieläpä anonyymisti, vailla kiinni jäämisen pelkoa. Näin sabotoija ei itse joudu vastuuseen väitteistään eikä uhrilla ole kunnollista mahdollisuutta puolustautua.

Vaalikampanjan kuumetessa meilläkin on hyvä pitää mielessä vanha amerikkalainen viisaus: paper never refuse ink, paperi ei koskaan kieltäydy painomusteesta.

Sosiaalisessa mediassa maksiimi on erityisen tarpeen muistaa, sillä kenenkään näppäimistössä ei ole laatutaetta, sillä tuotetun sisällön suhteen näppäimistössä ei ole totuusvarmistusta.

Lähdekritiikki ei saa olla tauolla vaalikampanjan aikana.

Äänestäjien kannattaa oman etunsa tähden olla äänestämättä likaisia temppuja käyttäviä ehdokkaita. Jos ehdokas on vaaleissa kieroileva likaisiin temppuihin turvautuva huijari, on hän sitä mitä todennäköisimmin myös valituksi tultuaan. Kikkailijaehdokas on kikkailija päättäjänäkin. Poliitikotkaan eivät hevin vaihda perusolemustaan.

Epäasiallisia ehdokkaita ei pidä tukea, sillä he tuottavat epäasiallisia päätöksiä kansalaisten vahingoksi.

MATTI WIBERG
Kirjoittaja on valtio-opin professori Turun yliopistossa.

Toivoa tuotannosta

Talous on myös mielialakysymys. Siksi on tärkeää, että synkkyyden keskellä olisi myös merkkejä paremmasta.

Tuotannosta, työpaikoista, julkisesta taloudesta, Suomen kilpailukyvystä ja yhteisvaluutta eurosta on jo pitkän aikaa riittänyt lähinnä synkkää kerrottavaa. Onneksi poikkeuksiakin on.

Valonpilkahduksia on viime aikoina tarjonnut erityisesti metsäteollisuus. Moneen kertaan auringonlaskun alaksi tuomittu puunjalostus nähdään taas keskeisenä osana talouden tulevaa menestystä.

Vielä pari vuotta sitten moni alan asiantuntija väitti vakaasti, ettei Suomeen enää rakenneta yhtään sellu- tai paperitehdasta. Nyt näyttää, että sellutehtaita voi nousta lähivuosina useampikin.

Jo tiedettyjen Äänekosken ja Kuopion tehdashankkeiden rinnalle saatiin pari viikkoa sitten aikeet uudesta sellutehtaasta Kemijärvelle.

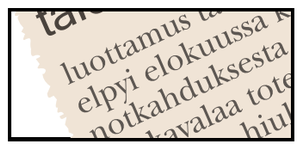
Teollisuuden investointiaikeilla on valtaisa merkitys paitsi tehdaspaikkakunnille, myös maakunnille niiden ympärillä. Hyvä esimerkki on juuri Kemijärvi, josta Stora Enso virhepäätöksellään sulki sellutehtaan kahdeksan vuotta sitten.

Metsäteollisuuden kohdalla kyse on tuotannosta, josta työpaikkojen lisäksi on luvassa kaivattuja vientituloja. Siksi investointiaikeilla on tulevaisuuden uskoa vahvistava vaikutus koko kansantaloudelle.

Suunnitelmista on vielä matkaa tehtaiden rakentamiseen. On syytä toivoa, että hankkeet toteutuvat. Puuta – kotimaista raaka-ainetta – Suomessa riittää.

RAHIKAINEN

LEHTIKATSAUS



Tasa-arvoiset oikeudet

Vammaisilla ja vanhuksilla on samat perustuslailliset oikeudet kuin muillakin, muistuttaa **Karjalainen**.

”YK:n yleissopimuksen ratifioinnin lykkääntyminen on ilman muuta osoitus yhteiskunnan arvostuksista. Suomi ei ole tässä suhteessa mikään tasa-arvon mallimaa.

On hämmästyttävää, että vielä 2010-luvullakin joudutaan puhumaan siitä, että vammaisilla ihmisillä on samat perustuslailliset oikeudet kuin kaikilla muillakin.”

”Perustuslaki turvaa kaikille suomalaisille oikeuden valita vapaasti asuinpaikkansa. Paitsi vammaisilta myös hoitoa tarvitsevilta vanhuksilta kunnat ovat rajoittaneet tätä oikeutta häikäilemättömästi. Tilanne on pikku hiljaa korjautunut, mutta viime aikoina esiin on noussut toinen ongelma: pariskuntien oikeutta jatkaa yhteiselämää vammasta tai sairaudesta huolimatta ei aina kunnioiteta.

Kymmenien vuosien liiton jälkeenkin ihmiset voidaan pakottaa muuttamaan erilleen.”

Vaativaa ja riskialtista

Uuden teollisen tuotannon kehittäminen on vaativaa, kirjoittaa **Satakunnan Kansa**.

”Hyvinvointiyhteiskunnan ylläpito ja rahoittaminen vaatii taustalleen tuotannollista toimintaa, joka tuottaa myytävää lisäarvoa. Nähtyjen esimerkkien perusteella uuden teollisen tuotannon pystyttäminen ja investoinnit ovat vaativia sekä riskipitoisia.

Rohkaisevaa on, että metsäteollisuudessa on vireillä peräti kolme suomalaiseen puuraaka-aineeseen perustuvaa sellu- ja biotuoteteollisuushanketta. Kansantalouden näkökulmasta niiden onnistuminen on enemmän kuin suotavaa.

Vaalien alla on nostatettu kuin taikasanana biotaloutta tulevaisuuden talouselämämme lupauksena. Liiallisten odotusten hehkutusta on varottava. Veronmaksajien jatkuvan tuen varaan ei investointeja, eikä tuotantoa pidä laskea.”

KOLUMNI: EIJA MANSIKKAMÄKI

Meillä menee vielä liian hyvin

Vaalit ovat ovella ja teemat hiukan hukassa, ainakin perusäänestäjän mielestä.

Mikään ei oikein sytytä. Keskustan avaus keskikaljan laimennuksesta näytti lupaavalta, mutta päättyi lässähdykseen: laimennus siirtyy vähintäänkin vaalien jälkeen.

Eläkkeet, päivähoito, koulutus, pakkoruotsi, Kreikka-tuet – no jaa.

Vielä syksyllä kipinöiviksi vaaliteemoiksi veikattiin sotea ja Natoa.

Sosiaali- ja terveyspalvelu-uudistuksen syntymisestä ei ollut tietoa, mutta kansan arveltiin innostuvan jakautumaan sen suhteen, hoitaako palvelut julkinen vai yksityinen toimija.

Hankkeen vuolas vellominen johti kuitenkin kansan sote-uupumukseen. Ei kukaan lähde äänestämään kertoakseen, kenelle haluaa aukoa suutaan tai jalkoväliään, kenen antaa mitata verenpaineensa, antaa liuotushoitoa tai kiidättää synnytykseen.

Tärkeintä on päästä hoitoon, kun pitää. Kaikkialla maassa tämäkään ei ole itsestäänselvää.

Nato-jäsenyys oli toinen varma vaalinakki. Venäjän uhittelu Ukrainassa, rautaa rajalle -meininki, sotaharjoitukset, ilmatilaloukkaukset ja sukellusveneet johtivat ajattelemaan, ettemme pärjää yksin. Nato-vastustajien pelastukseksi tuli Ruotsi, jonka kanssa yhteistyöllä kumpikin voi saada lisäaikaa natottomuudelleen. Niinpä tämäkin teema lässähti.

Neljä vuotta on riittävän pitkä aika hukata oikea hetki tai tarttua siihen.

eija.mansikkamaki@maaseuduntulevaisuus.fi

Vaaliteemaksi nouseekin niinkin kutkuttava ja lähiöbaareja koskettava aihe kuin talous. Lähiöbaareista on ennenkin yllätetty, esimerkiksi vuonna 2003. Kun kipaisin tällä viikolla Helsingin Itäkeskuksessa, ainoa vaaliteltta oli juuri tämän puolueen. Kansaan vedotaan muun muassa jalkaväkimiinoilla ja kielipolitiikalla, kun kokoomus ja keskusta yrittävät saadaan Suomea nousuun työllä ja taloudella.

Talous toki koskettaakin kaikkien kukkaroa, mutta on nyt melko tylsä aihe: ennusteet ovat yksimielisiä siitä, että matalapaine jatkuu. Työllisyys heikkenee tai ei ainakaan kohene, joten verotulot jurovat ja valtio velkaantuu. Kansalle se tietää työttömyysuhkaa ja sitä, että kunta ja valtio säästävät palveluistaan.

Lapsilisiä leikattiin jo, todella poikkeuksellisesti ja ihmeen pienellä huudolla. Siinä meni hyvä vaaliteema.

Ovatko seuraavaksi liipaisimella eläkkeet, hampaat ja asuntolainat?

Kansa pihistelee peloissaan jo nyt, joten rahan kierto hidastuu. Moni ei saa edes ensimmäistä työpaikkaansa. Jokainen puolue halunnee kuitenkin nuoret kouluun, työhön, naimisiin ja pankkilainaa ottamaan. Tämä toivomusketju tarkoittaa, että maassa on kattava kouluverkko, yritykset voivat työllistää, perheitä tuetaan ja asuntoja on. Talous pitää saada kuntoon ja jostakin myös leikata. Paljonko ja mistä? Listat tiskiin, kiitos, toivoo äänestäjä.

Äänestäjä haluaa tietää myös, miten kukin puolue pitäisi huolen Suomesta pidemmällä aikavälillä: mitkä ovat vahvuudet ja suunta? Mihin panostetaan: kansainvälisyyteen vai omavaraisuuteen, rakettitieteeseen vai luonnonvaroihin, laajaan sosiaaliturvaan vai omavastuuseen, pitkään koulutukseen vai työn kautta oppimiseen?

Politiikka on valintoja ihmisiä varten. Neljä vuotta on riittävän pitkä aika hukata Suomen kohtalonhetki tai tarttua siihen.

Miettiikö kansa tässä taloustilanteessa sotea tai Natoa?

Ei. Se miettii, kuinka selvitä. Yhä useammalla ikääntyvällä ei ole varaa muuttaa mökistään lähikaupungin kerrostaloyksiöön, tai jos on, ei ole pian varaa maksaa edes vastikkeita, kun yhtiöön tehdään putki-, julkisivu- ja kattoremontti. Elämäntyö valuu jonnekin. Tälle ei kai eduskunta voi mitään, tai jos voi, saa monta äänestäjää.

Ankeahko aika tarkoittanee hyvää maaperää pienillekin vaalilupauksille. Kymppejä ja satasia on helpompi ymmärtää kuin miljardeja. Saati sitten valtionvelkaa, kestävyysvajetta, huoltosuhdetta ja kriisinhallintaa.

Meillä menee ehkä vielä liian hyvin, jotta haluaisimme oikeasti kuulla säästö- ja leikkauslistoja.

Mutta on kansalle yksi miljardin taalan täkykin. Kun junaliikenne tyssäsi viime tiistaina Pasilan ja Helsingin välille aamuruuhkan aikaan, radalta katosivat sähköt.

Vai oliko se demarien juoni Pisara-radan puolesta? Nyt uusmaalaisen vaalikarjan toivotaan ymmärtävän, kuinka tärkeää on purkaa ratapihan ruuhkia miljardilla eurolla. Tai ehkä kuitenkin korjata nykyisiä kiskoja?