

INSTITUUTITALOUSTIETEEN PERUSTEET

www.ace-economics.fi/mvihanto

LUKU 13

SOSIAALINEN PÄÄOMA, LUOTTAMUS JA MORAALI

Martti Vihanto

Luku perustuu julkaisuihin ”Tunteiden ja sosiaalisen pääoman murtautuminen taloustieteeseen” kirjassa *Luottamus, sosiaalinen pääoma, historia*, toim. Jarkko Keskinen & Kari Teräs. Sarja Historia mirabilis 5. Turun Historiallinen Yhdistys, Turku 2008, s. 55–75 sekä ”Vastuullinen liiketoiminta taloustieteessä” julkaisussa *Vastuullinen liiketoiminta. Peruskysymyksiä ja esimerkkejä*, toim. Tomi J. Kallio & Piia Nurmi. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja Keskustelua ja raportteja 10:2005, Turku 2005, s. 15–29. – Päivitetty 23.9.2011.

Pääoma jakautuu fyysiseen, aineettomaan, henkiseen ja sosiaaliseen. Fyysistä ja henkistä pääomaa voidaan käyttää yksin muista ihmisistä riippumatta, mutta sosiaalinen pääoma liittyy ihmisten välisiin suhteisiin ja verkostoihin. Ihmisyhteisöissä kehittyvät verkostot voivat olla erittäin suuria ja monimutkaisilla tavoilla sisäkkäisiä. Verkostojen ja niihin kertyneen sosiaalisen pääoman hyödyllisyys johtuu usein siitä, että ne luovat edellytyksiä luottamuksen syntymiselle ihmisten välillä. Tässä luvussa sosiaalisen pääoman luonnetta ja merkitystä tarkastellaan erityisesti luottamuksen vahvistajana, ja esimerkkinä käytetään pankin ja laina-asiakkaan välistä luottosuhdetta.

1. Johdanto

Kansantaloustieteen perusoppikirjoissa tavanomainen esimerkki kuluttajan päätöksenteosta on tilanne, jossa tällä on valittavanaan kahta hyödykettä, kuten perunoita ja lihaa. Ihminen pystyy tyydyttämään ruuan tarpeensa monilla vaihtoehtoisilla tavoilla. Hän voi käydä kaverinsa luona syömässä tai mennä ravintolaan, jonka mainoskilpi toivottaa ravintolavieraat tervetulleiksi ruokailemaan. Ruoka saattaa olla molemmissa paikoissa täysin samaa, ja vaihtoehtojen välillä on myös muuten paljon yhtäläisyyksiä. Yhtenä erona on pääoma, jota esimerkin henkilö tarvitsee. Ravintolan omistaja haluaa rahaa vastineeksi palveluistaan. Kaveri taas odottaa, että ruokavieras on mieluista seurata, jättää pöytähopeat varastamatta ja ymmärtää kutsua hänet myöhemmin vastavierailulle. Kaverin luona syöminen tietysti vaatii, että on joku jonka tuntee ja joka haluaa kutsua kotiinsa.

Yhteiskunnan toimivuus edellyttää, että otamme toimissamme huomioon myös muiden ihmisten edut. Esimerkiksi tehokkaat pankkiluottomarkkinat jäävät syntymättä, jos velalliset etsivät kaiken aikaa tilaisuuksia jättää velvoitteensa hoitamatta, eivätkä pankit voi luottaa asiakkaisiinsa. Ihmisten halua ja taipumusta ottaa huomioon muut yhteisönsä jäsenet, osallistua yhteisiin hankkeisiin ja yleensä ajatella asioita laajemmasta kuin vain omasta kapeasta näkökulmastaan, on tapana kutsua sosiaalseksi pääomaksi.

Sosiaalisesta pääomasta on helpompi antaa esimerkkejä kuin täsmällistä ja yleispätevää määritelmää. Kun yhteisössä on runsaasti sosiaalista pääomaa, sen jäsenet auttavat avun tarpeessa olevia, osallistuvat maanpuolustustyöhön ja tekevät talkootöitä yhdistyksissä. Sosiaalinen pääoma ilmenee ihmisten välisissä suhteissa ja verkostoissa, ja ihmisten käyttäytyminen on ikään kuin juurtunut ympäröivään yhteisöön. Taloustieteellinen ajattelutapa noudattelee metodologista individualismia, ja sosiaalinen pääoma katsotaan fyysisen, aineettoman ja henkisen pääoman tapaan yksilöjen hallussa olevaksi niukaksi resurssiksi. Sosiaalisen pääoman suhteen varakkaalle yhteisölle on ominaista suurempi keskinäinen luottamus kuin köyhemmälle, ja usein puhutaan luottamuspääomasta. Tässä luvussa rajoitutaan luottamuksen tarkasteluun, ja esimerkkinä käytetään luottamuksen syntymistä pankin ja laina-asiakkaan välille.

Pankkiluotossa on kysymys sananmukaisesti luotosta. Kun pankki antaa rahaa lainanhakijalle, sen täytyy luottaa siihen, että raha maksetaan aikanaan takaisin sovitun lyhennysohjelman mukaisesti. Luottamuksella tarkoitetaan tilannetta, jossa pankilla on aihetta odottaa velallisen käyttäytyvän toivomallaan tavalla, mutta odotukseen liittyy epävarmuutta. Luottamusta ei tarvittaisi, jos täydellinen varmuus vallitsisi.

Luottamuksen ja luotettavuuden käsittely riippuu ratkaisevasti siitä, miten varmuus ja epävarmuus halutaan määritellä. Taloustieteen ortodoksisessa oppisuunnassa oletetaan, että ihmisillä on joko täydellinen tai jäsentyneet tietämys kaikista päätöksiinsä vaikuttavista asioista, ja että heidän kognitiiviset kykynsä tiedon käsittelyssä ovat täydellisiä. Tunteista oletetaan, että ne eivät aiheuta häiriöitä päätöksenteossa tai ainakin, että niiden vaikutuksia voidaan pitää eksogeenisinä ja annettuina. Luottamuksen luonteen perinpohjainen ymmärtäminen edellyttää toisenlaista lähestymistapaa. Tässä luvussa tarkastellaan erityisesti tunteiden merkitystä ja pyritään selvittämään, millaisilla keinoilla pankki pystyy lisäämään ja ylläpitämään laina-asiakkaidensa luotettavuutta ja siten vahvistamaan näiden taipumusta pitää lupauksensa ja maksaa laina takaisin sovitulla tavalla. Samalla kosketellaan moraalituntojen vaikutusta luottamuksen syntymiseen.

2. Valinnan logiikasta päätösten sisältöön

Kansantaloustieteen tunnusomainen piirre on oletus kuluttajien, poliitikkojen ja kaikkien muiden ihmisten rationaalisuudesta. Tieteenalan ortodoksiassa rationaalisuus määritellään siten, että ihmisten käyttäytymistä päästään tarkastelemaan optimointina. Kun esimerkiksi kuluttaja tekee ostopäätöksensä optimoimalla, hän valitsee tavannoimaisessa kuluttajan teorian mallissa omien tavoitteidensa kannalta parhaan annetuista vaihtoehtoista oletettujen rajoitteiden puitteissa. Optimoijalla on kulloinkin vain mallin antama toimintatapa valittavanaan ja yksi ainoa mahdollinen rationaalinen ulospääsy päätöstilanteestaan. Hän ei siis ole sellainen vapaatahtoinen toimija, kuin todellisuuden elävät ihmiset.

Taloustieteen niin kuin yleensä yhteiskuntatieteiden tehtävä on selittää ihmisten valintojen vaikutuksia ja erityisesti tahattomia seurauksia koko yhteiskunnan tasolla. Yksittäisiä valintoja ja niiden syntymistä on aihetta tarkastella vain siltä osin, kuin tämä auttaa lopulliseen tavoitteeseen pääsemisessä. Käyttäytymisen tarkastelu optimointina on aiheuttanut sen, että taloustieteen piirissä valintojen sisältöä ei juurikaan tarkastella, edes tässä välineellisessä tarkoituksessa. Kun ihmisten päätösten oletetaan olevan ennalta mallin määräämiä, niiden syiden ja sisällön selvittelyssä on talouden toiminnan ymmärtämisen kannalta vain vähän kiinnostavaa, ja preferenssit on luontevaa olettaa annetuiksi. Jos joku pitää esimerkiksi perunoita parempina kuin lihaa ja joku toinen päinvastoin, erot mauissa vain todetaan ja otetaan malleihin eksogeenisinä tekijöinä.

Optimointioletuksen myötä taloustieteestä on tullut korostuneesti oppi valinnan logiikasta. Taloustieteen kehitysprosessin kuluessa valikoitunut oletus ihmisistä ja heidän käyttäytymisestään on ollut joissain suhteissa hedelmällinen. Se on tuottanut ylivoimaisen johdonmukaisen ajatusrakennelman, jonka avulla voidaan selittää minkä tahansa yhteiskunnallisten ilmiöiden aspekteja aina kauppatorin kaupankäynnistä ja suhdannevaihteluista perheen lastenhankintaan ja terroristien itsemurhaiskuihin. Valinnalla on ollut myös varjopuolensa. Se aiheuttaa monien taloudellisten ilmiöiden rajautumisen ainakin joiltain osin selittämisen ulkopuolelle. Sosiaalinen pääoma on tällaisista ilmiöistä tärkeä esimerkki.

Oletus preferenssien eksogeenisuudesta voidaan nähdä joko empiirisenä hypoteesina tai teoreettisena aksiomana. Edellisessä tapauksessa oletusta koetellaan tieteen tavanomaisilla menettelytavoilla. Hypoteesi ei läpäise tällaista testiä, eikä testauksella olisi paljon mitään tarkoitustakaan. Oletus preferenssien eksogeenisuudesta on aksioma, jonka varaan rakentuvalla odotetun hyödyn teorialla ei ole sinänsä tekemistä talouden todellisuuden kanssa.

Ortodoksisen taloustieteen malleissa pankin laina-asiakas hoitaa velvoitteensa, kun se on hänen oletettujen tavoitteidensa mukaista. Hän koettaa välttää luottohäiriöitä esimerkiksi sen vuoksi, että ne johtavat luottokortin irtisanomiseen, asunnon pakko-huutokauppaan tai muuhun hankaluuteen. Malleista johdetut keinot ehkäistä luottotappioita noudattelevat samaa ajattelutapaa. Tavanomainen neuvo pankeille on vaatia lainanhakijalta turvaavaa vakuutta, joka toimii uskottavana lupauksena maksaa laina

takaisin. Laina-asiakas on tässä samassa asemassa kuin valtiovalta, joka kieltäytyy korvaamasta alankoalueelle rakentavien tulvavahinkoja ja sitoo kätensä säättämällä alueelle rakentamisen laittomaksi. Jos rakentaminen on kansantalouden edun vastaista, sen salliminen johtaisi todennäköisesti huonompaan tulokseen, ja valtiovallan toiminta olisi epäjohtonmukaista ja epärationaalista.

Tavanomaisessa kielenkäytössä pankin laina-asiakas ei ole luotettava, jos pankki uskoo tämän toimivan sovitulla tavalla pelkästään oman laskelmoidun etunsa vuoksi. Asiakas ansaitsee aidolla tavalla luottamuksen vasta, kun lupauksen pitäminen on hänelle arvo sinänsä, eivätkä itsekkäät tarkoitukset pyhitä hänen keinojaan. Luottamuksesta sanan varsinaisessa merkityksessä on kysymys, kun henkilö on toisesta riippuvainen mutta uskoo, että tämä ei käytä tilaisuutta hyväkseen heti kun silmä välttää. Luotettu ihminen on tällaisessa tapauksessa luottamuksen arvoinen, sillä hänen toimiaan ohjaavat myös muut kuin ulkoiset kannustimet. Kysymys on sisäisestä motivaatiosta, joka saa ihmisen tekemään asioita niiden itsensä vuoksi ilman mitään erityistä palkkiota tai muuta välineellistä syytä.

Aidon luottamussuhteen syntyminen edellyttää, että osapuolet välittävät oikeasti toisistaan, osoittavat myönteisiä tunteita toisiaan kohtaan, eivätkä pidä keskinäistä suhdetta pelkkänä välikappaleena omien etujen edistämiseksi. Pettymyksen mahdollisuus on aina olemassa. Luottamuksen toiseen ei tarvitse olla yhtä voimakas kaikissa asioissa ja kaikissa tilanteissa, eikä se myöskään edellytä sinisilmäistä tai sokeaa uskomusta kanssaihminen moraaliseen rikkumattomuuteen.

Aitoa luottamusta esiintyy todellisuuden olosuhteissa riittävästi, jotta se on aihetta sisällyttää myös taloustieteen analyyseihin. Ristiriitaa empiiristen havaintojen ja taloustieteen ortodoksisen luottamuskäsityksen välillä kutsutaan luottamusparadoksiksi. Samanlainen käsitteiden eroavuus taloustieteen ja arkikielen välillä ilmenee muiden hyveiden kuin luotettavuuden kohdalla. Tällaisia ovat esimerkiksi rehellisyys ja vastuullisuus. Pankin liiketoimintaa pidetään tuskin oikeasti vastuullisena, jos se harjoittaa viherpesua ja ottaa ympäristönäkökohdat huomioon luototuksessa vain omien voittojensa turvaamiseksi. Finanssipalvelukonserni Nordea kertoo verkkosivuillaan, että sen ”arvot perustuvat pohjoismaisen vapauden kunnioittamiseen, yhdenvertaisuuteen ja ympäristöstä huolehtimiseen. Toimimme kunnan kansalaisina eettisesti,

rehellisesti ja vilpittömästi” (www.nordea.com, haettu 25.8.2008). Tämäntapaiset lupaukset eivät yksin ole uskottavia, eivätkä ne vielä täytä aidosti vastuullisen liiketoiminnan edellytyksiä.

Ennen kuin havaittu käyttäytyminen tulkitaan taloustieteessä paradoksiksi tai anomaliaksi, viisas menettely on ensin tarkistaa, ettei se ole omituinen vain näennäisesti. Esimerkiksi pankin luottavaisuus ja laina-asiakkaan luotettavuus sen taustalla saattavat selittyä tarkemmin ulkoisella motivaatiolla. Samoin kutsumukselta tai muuten sisäisesti motivoituneelta näyttävä työnteko voi hyvinkin johtua työsuhteen jatkumisen varmistelusta, työkaverien painostuksesta tai muusta vastaavasta syystä.

Jos luottavaisuutta selittää selvästi epärationaalinen käyttäytyminen, syyn lähempi tarkastelu kuuluu taloustieteen tutkimuskohteen ulkopuolelle. Henkilö saattaa lainata kaverilleen koston illan päätteeksi suuren summan rahaa, ja katu päätöstään heti aamulla herätessään ankeaan todellisuuteen. Lainasopimusten toisella puolella samanlaista epärationaalisuutta esiintyy, kun humalainen huomaa rahojensa loppuvan kesken remakkaa ravintolailtaa ja tilaa tekstiviestillä pikalainaa pankkitililleen. Molemmissa tapauksissa on muistettava, että ihminen voi pyrkiä olemaan järkävä, vaikka näyttää ulkopuolisen silmissä toimivan tyhmästi.

Ortodoksisessa taloustieteessä luonnollinen tapa käsitellä aitoa luottamusta on pitää sitä eksogeenisena tekijänä. Jos pankki tietää lainanhakijan saavan mielihyvän tunteita siitä, että huolehtii velvoitteistaan vaikka pääsisi luikertelemaan niistä helpolla irti, pankki ottaa asiakkaan taipumuksen tietysti päätöksenteossa huomioon. Ortodoksialle ratkaisut ovat annettuja asioita, eikä se myöskään pohdi syitä asiakkaan herkkään omaantuntoon tai tämän haluun muuttaa preferenssejään.

Tässä luvussa katsotaan, että tunteiden rajaaminen taloustieteellisen selittämisen ulkopuolelle on epätydyttävää, tai ainakin, että rajausta on harkittava kriittisesti tapaus tapaukselta. Tavoitteena on löytää uudenlainen rajaus, jonka yksityiskohdat muotoutuvat vähittäisen koettelun kautta tieteen evoluutioprosesseissa. Käyttäytymisen tutkiminen merkitsee, että taloustieteilijä pyrkii saamaan käsitystä valintojen sisällöstä eikä vain niiden logiikasta, ja taloustieteestä tulee näin empiirinen tiede. Selitykseksi tietylle

valinnalle ei silloin riitä tautologinen toteamus, että laina-asiakas maksimoi hyötyään, vaan valinnasta on oltava käytössä ihan oikeaa tietoa.

3. Tunteiden vaikutus käyttäytymiseen

Tunteilla tarkoitetaan seuraavassa mitä tahansa emootioita, jotka aiheuttavat ihmisessä mielihyvää tai mielihäpä. Äärimmillään ne ovat tunnekuohuja eli affekteja ja menevät ohi yhtä nopeasti kuin ovat syntyneet. Tunnetiloille on ominaista, että ne ilmaantuvat pääosin spontaanisti ilman tietoista kontrollia tai valintaa, tulkinta tapahtuu ihmis-mielessä nopeasti, ja reaktiot noudattavat melko säännömukaista kaavaa.

Tunteet voidaan jakaa kuuteen ryhmään. Suuttumus, viha, syyllisyys, häpeä, ylpeys ja ihailu ovat ihmisten välisiin suhteisiin liittyviä tunteita. Katumuksen, riemun ja pettymyksen tunteet liittyvät ajatuksiin siitä, mitä olisi voinut tapahtua mutta ei tapahtunut. Pelon ja toivon tunteita aiheuttavat ajatukset siitä, mitä voisi tapahtua. Ilon tunne syntyy mieluisista ja surun tunne ikävistä tapahtumista. Muiden ihmisten omaisuuksien ajattelemisen synnyttää kateuden, vahingonilon, närkästymisen ja mustasukkaisuuden tunteita. Viimeisessä ryhmässä on sekalaisia tunteita kuten halveksinta, inho ja rakastuminen sekä yllättyminen, kyllästymisen ja turhautuminen. Tässä lueteltujen lisäksi ovat vielä kivun ja nälän kaltaiset vaistoihin perustuvat tunteet.

Monia hyödykkeitä ostetaan markkinoilla pääasiassa tai pelkästään mielihyvän tunteiden saamiseksi ja mielihäpän tunteiden välttämiseksi. Isä tuo tuliaisia työmatkalta niiden tunteiden vuoksi, joita saamisen ilo synnyttää lapsissa ja tästä aiheutuva antamisen ilo hänessä itsessään. Ortodoksinen taloustiede ei kiellä tai poissulje sinänsä millään tavoin tunteiden vaikutusta kuluttajan käyttäytymiseen. Tunteet otetaan kuitenkin annettuina niin kuin säätilan muutokset, uusien virustautien syntyminen ja muut ”ei-taloudelliset” seikat. Jos joku ostaa ulkomaan lentokentältä rasian suklaata, hän paljastaa tällä tavoin preferenssinsä, eikä taloustieteilijän ole tarpeen tietää tai sanoa asiasta sen enempää. Seuraavassa tarkastellaan, mitä tapahtuu kun tämä preferenssien *black box* avataan, ja valintojen syitä ja sisältöä ryhdytään tutkimaan tarkemmin.

Mallissa on miespuolinen kuluttaja, jolla on kaksi tavoitetta. Hän haluaa hankkia auton voidakseen ajaa työmatkat nopeammin kuin polkupyörällä, ja hän haluaa herättää ihailua muissa ihmisissä. Valittavana oletetaan olevan kaksi vaihtoehtoa. Mies voi joko ostaa oman auton tai liittyä autokerhoon, jonka jäsenet korjailevat talkoilla vanhoja autonromuja katsastuskuntoon. Valinnan rajoitteina ovat käytettävissä oleva raha, jäsenyyden edellyttämät sosiaaliset taidot ja muu pääoma.

Henkilöauto on ensisijassa kulkuneuvo, mutta se voi olla omistajalleen myös keino saada osakseen ihailua ja sen aiheuttamaa mielihyvää. Auton ostaminen selittyy silloin osittain menestymisen, paremmuuden tai jopa ylemmyyden tunteilla. Auton tuottama hyöty syntyy tässä kuvitteellisessa tilanteessa kahdesta osatekijästä tai ominaisuudesta, ja kuluttajan ajatellaan ostavan erilaisten ominaisuuksien kimppuja eikä hyödykkeitä sinänsä. Työpaikalle pääsee myös ilman autoa, ja ihailua voi herättää monella muulla tavalla kuin autonostolla. Vastaavasti kuluttaja saattaa ostaa reilun kaupan banaaneja, koska ne ovat sekä kätevää retkievästä että antavat tunteen vastuullisesta ostopäätöksestä. Hedonisissa malleissa arvioidaan tilastollisin menetelmin, missä suhteessa esimerkiksi asunnosta maksettu hinta jakautuu eri ominaisuuksiin. Kun kuluttaja harkitsee mielessään varaushintaa, jonka hän on enintään valmis maksamaan autosta, banaanista tai asunnosta, hän tavallaan hajottaa hyödykkeen osiin ja hinnoittelee jokaisen osan erikseen.

Kun edellä olevaa ajatuskulkua jatketaan vähänkään pidemmälle, monet perinteisesti eksogeenisina pidetyt kuluttajien preferensseihin vaikuttavat tekijät osoittautuvat endogeenisiksi. Hinta on tällainen muuttuja. Jos työmatkojen ajaminen olisi auton ostamisen ainoa syy, rationaalinen kuluttaja preferoisi kahdesta samanlaisesta autosta halvempaa. Mutta jos mies ostaa auton osaksi sen perusteella, mitä muut ajattelevat hänestä ja hänen autostaan, halpa voi olla huonompi vaihtoehto. Kun tällaisen auton hinta alenee, sen kysyntä saattaa vähentyä, ja markkinoilla esiintyy niin sanottu Veblen-vaikutus. Hieno auto soveltuu samaan tapaan kuin kallis hajuvesi tai harvinaisen turkiseläimen nahka kerskakulutukseen, koska kaikkia käytetään ulkosalla eri paikoissa ja muut näkevät käyttäjän kulutustyylin. Ympäristöaktiivisuuden yleistyminen muuttaa preferenssejä, ja esimerkiksi bensasyöppö kaupunkimaasturi saattaa aiheuttaa enemmän häpeää kuin ylpeyttä, kun öljylähteet ehtyvät ja ilmasto lämpenee.

Myös miehen varallisuus tällä hetkellä, aikaisemmin sekä suhteessa muiden varoihin vaikuttaa hänen preferensseihinsä. Pienipalkkaiselle miehelle auto voi olla paljon tärkeämpi snobbailuväline kuin suuren pörssiyhtiön optiomiljonäärille. Jälkimmäisen ei tarvitse todistaa muille menestymistään ostamalla autoja, sillä se on jo tiedossa. Näyttämisenhalu ilmenee ehkä niin, että miljonääri hankkii tuloja yli kaikkien tarpeidensa, ja lahjoittaa koko ajan toisesta päästä rahaa kirkon diakoniatyöhön ja milloin mihinkin hyväntekeväisyyteen. Aikaisempi varallisuustaso saattaa vaikuttaa niin, että jos kaverit ovat tottuneet näkemään miehen kalliin urheiluauton ratissa, tämä pyrkii ylläpitämään julkikuvaansa, vaikkei siihen olisi enää varaa. Näin voi odottaa käyvän erityisesti silloin, kun kavereiden varallisuus kasvaa, nämä siirtyvät kalliimpiin autoihin ja mies uhkaa tipahtaa kulutuskilvan rattailta.

Auton hankkiminen autokaupasta tai autokerhosta vaatii rahapääomaa ja sosiaalista pääomaa eri suhteissa. Autokauppias odottaa saavansa asiakkaaltaan vain riittävän määrän rahaa, mutta kerholaiset edellyttävät mukavaa juttuseuraa, luotettavuutta ja vastavuoroisuutta. Ihmisillä on näitä ominaisuuksia vaihtelevassa määrin, ja tämä rajoittaa valintoja niin kuin budjettirajoite perinteisessä kuluttajan valinnan mallissa. Rahapääoma ja sosiaalinen pääoma korvaavat toisiaan johonkin rajaan asti. Ne myös täydentävät toisiaan, kun autokerhossa jäsenenä toimiva pankin luottopäällikkö järjestää toiselle jäsenelle edullisen asuntolainan. Pankki voi hyväksyä tällaisen suhteiden käytön, sillä luottohäiriö vaarantaa luottamuksen myös autokerhossa ja toimii tämän vuoksi vahvempana pelotteena. Toisaalta sosiaalista pääomaa voidaan käyttää väärin niin kuin kaikkea muutakin pääomaa. Hyvä veli -verkostot helpottavat esimerkiksi haitallisten kilpailunrajoitusten syntymistä.

Ihmisen taipumus kokea tunteita ja toimia niiden mukaan perustuu perimään ja juontaa juurensa lajin kehitykseen. Syntymän jälkeisillä tapahtumilla, sosiaalisella ympäristöllä ja monilla muilla asioilla kuten koulutuksella on tunne-elämän kehitykseen ratkaiseva vaikutus. Jos mies on ostamassa ensimmäistä autoaan, hänellä ei voi olla omakohtaista kokemusta auton omistamisesta. Hän perustaa ostopäätöksensä esimerkiksi niihin tunteisiin, joita hänellä on ollut ajaessaan isänsä autoa tai ihaillessaan kavereiden menopelejä. Tai hän muistelee tunteita, joita ensimmäisen polkupyörän saaminen pikkupoikana hänessä aiheutti.

Kun mies oivaltaa auton edut ajaessaan sillä työmatkat, hän saattaa ryhtyä tekemään myös viikonlopun kauppareissut omalla autolla. Muutos voi tapahtua jo siinä vaiheessa, kun auto on hänellä vasta koekäytössä. Kauppiaan tavoitteena ehkä juuri onkin tarjota autottomille asiakkaille tilaisuus oppia tuntemaan todelliset preferenssinsä ja käyttämään autoa. Ostosten siirtäminen pienestä lähikaupasta suureen automarkettiin altistaa miehen edelleen uusille vaikutteille. Polkupyörällä ajon vähentyessä kunto heikkenee ja mies huomaa muutaman kerran kuntosalilla käytyään, että liikunta antaa iltaisin paljon suuremman mielihyvän kuin pari tuopillista olutta. Spontaani oppimisprosessi jatkuu, ja sitä ohjaavat kuluttajan valppaus havaita uusia mahdollisuuksia, suunnitelmallinen tiedon etsintä sekä myös sattuma.

Autoon ja siitä saatuihin tuntemuksiin tottuminen saattaa johtaa siihen, että mies ryhtyy käyttämään markkinoita laajemmin myönteisten tunteiden kokemisen välineenä. Hän esimerkiksi ehdottaa autokerhon jäsenille, että perjantai-iltaisin käydään syömässä ulkona eikä entiseen tapaan vuorotellen kunkin kotona. Kun vieraantuminen ihmisuhteista ja yhteisöllisyydestä jatkuu, muutkin päätöstilanteet mielletään markkinavaihdannaksi. Jos mies on lääkäri, hän alkaa kutsua potilaita asiakkaiksi ja potilastyötä myynniksi. Seurustelukumppania etsiessään hän puhuu avioliittomarkkinoista ja lasta tehdessään siitä, mitä investointi jälkikasvuun maksaa rahassa. Ortodoksisen taloustieteen edustajille tällainen kehystäminen (engl. *framing*) ei ole vaikeaa, ja jotkut saattavat laskea vakavissaan kohdunvuokrauksen tai elinluovutuksen optimaalista hinnoittelua. Yhä useammalla asialla on hinta, ja kaikesta uhkaa tulla kauppatavaraa.

Kun mies tarvitsee aikaisempaa enemmän rahaa saadakseen haluamiaan asioita, hän alkaa tehdä ylitöitä ja vaatia työpaikallaan tulospalkkaukseen siirtymistä. Aika ei enää riitä autokerhossa käymiseen, ulkoisen motivaation merkitys kasvaa, ja ammattiyhdyksen tunteet jäävät ahneuden jalkoihin. Palkkausjärjestelmän muutos yksistään voi syrjäyttää sisäistä motivaatiota. Päästyään tulospalkkioiden makuun mies havittelee niitä vielä lisää ehdottamalla, että siivouksen kaltaiset toissijaiset toiminnot pitää ulkoistaa, ja työterveyshuolto ja lopulta myös asiakasneuvonta olisi ostettava muilta yrityksiltä. Perusteluna ulkoistamiselle ja kilpailuttamiselle hän esittää, että työntekijöistä pääsee tarvittaessa helpommin eroon, kun nämä tekevät työtään markkinavaihdannan kautta eivätkä organisaation jäseninä.

Auton ostamisella ja sen käynnistämällä dynaamisella oppimisprosessilla on siis monitahoisia vaikutuksia sosiaaliseen pääomaan. Siirtyminen käyttämään markkinoita vähentää tarvetta ja motivaatiota hankkia ja ylläpitää sosiaalista pääomaa. Myös luontaiset tilaisuudet tähän vähenevät. Käyttämättä jäädessään sosiaalinen pääoma kuluu helposti ja poikkeaa tässä suhteessa fyysisestä pääomasta, jota esimerkiksi autotehdas käyttää autokorien valmistuslinjalla. Markkinavaihdannalle ovat ominaisia ostajan ja myyjän välisen suhteen etäisyys, anonymiteetti ja kasvottomuus sekä kanssakäymisen välineellisyys. Markkinoiden persoonattomissa yhteistyösuhteissa tarvitaan sosiaalisen pääoman sijaan rahaa, jonka hankkimisessa bisnestaidoista, itsekkyydestä ja jonkinasteisesta häikäilemättömyydestä on etua. Tällaisten ominaisuuksien palkitseminen aiheuttaa edelleen sosiaalisen pääoman rappeutumista ja onnettoman kierteen kiihtymistä.

Edellä esitetty tarina on siinä tavanomaisessa mielessä taloustieteellinen, että mallin mies tekee tai ainakin pyrkii tekemään kaikki päätöksensä rationaalisesti. Tarkastelu poikkeaa taloustieteen ortodoksisesta kuluttajan teoriasta siinä, että miehen preferenssien muotoutuminen otetaan tutkimuksen kohteeksi, ja erityisesti tunteita käsitellään endogeenisena tekijänä. Kaikkia tunteita ei ole tarpeen avata, ja esimerkiksi aurinkoisen sään vaikutuksia autonostoon voitaneen pitää turvallisesti annettuina. Tunteiden endogenisointi mutkistaa päättelyä ja vähentää päätelmien yleistettävyyttä, mutta se auttaa löytämään keinoja, joilla voidaan vaikuttaa tunteisiin ja niiden kautta taloudellisiin päätöksiin. Tämän luvun kannalta kiinnostavinta on saada viitteitä siitä, millaisilla keinoilla pankki pystyy vaikuttamaan luottoasiakkaidensa luotettavuuteen ja mahdollisuuksien mukaan lisäämään sitä. Tällaiset pehmeät keinot luottotappioiden ennalta ehkäisyssä ovat luvun loppuosan teemana.

4. Aidon luotettavuuden lisääminen

Seuraavassa tarkastelussa on lähtökohtana, että pankki on myöntänyt lainanhakijalle lainan. Kysymyksessä on ehkä muutaman kuukauden kulutusluotto opiskelijalle tai pitkäaikainen investointiluotto autotehtaalle. Kun laina on myönnetty, pankin on

järkevää pyrkiä ylläpitämään ja vahvistamaan laina-asiakkaidensa luotettavuutta. Taito huolehtia luotettavuudesta on toimialalla niin keskeinen osa liiketoimintaosaamista, että se voi olla kilpailussa menestymisen tärkein kyvykkyys. Jotta pankki pystyisi säilyttämään kyvykkyuden ja kehittämään vielä paremmaksi, sen olisi tunnettava luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä mahdollisimman hyvin. Lopuksi otetaan esille joitakin tällaisia tekijöitä ja tarkastellaan pankkien käytössä olevia keinoja vahvistaa luotettavuutta asiakaskunnassa. Samalla saadaan viitteitä mahdollisuuksista, joita lainsäätäjällä on luoda suotuisia olosuhteita keinojen käytölle. Onnistuessaan pankkien ja julkisen vallan toimenpiteet yhdessä ylläpitävät ja vahvistavat yhteiskunnan sosiaalista pääomaa.

Luottamus määriteltiin edellä tilanteeksi, jossa ihminen on toisesta riippuvainen, mutta hänellä on perusteita odottaa toiselta ennakoitavaa käyttäytymistä. Jos esimerkiksi pankki luottaa velalliseen, suhteeseen liittyy aina epävarmuutta, ja pankki asettaa siis itsensä jollain tavoin haavoittuvaan asemaan. Aito luottamus edellyttää syntyäkseen, että luotettu toimii sovitulla tai muuten toivotulla tavalla ilman selvää ulkoista syytä kuten rahallista palkkiota. Tällaisen käyttäytymisen taustalla ovat sisäiset motivaatiotekijät, jotka saavat esimerkiksi velallisen hoitamaan velvoitteensa, koska se tuntuu hänestä oikealta tai muuten hyvältä. Käyttäytymistä voi selittää myös toisin päin niin, että luottamuksen arvoinen velallinen pyrkii torjumaan lupauksen pettämisestä itselleen aiheutuvaa mielipahaa.

Yksilöiden välillä on suuria eroja kyvyssä tuntea mielihyvää tai mielipahaa, ja pankin etujen mukaista on koettaa ottaa selvää kunkin tunneprofiilista jo ennen lainan myöntämistä. Viitteitä lainanhakijan odotettavissa olevasta luotettavuudesta laina-ajan aikana on saatavissa tarkastelemalla tämän käyttäytymistä vastaavissa aikaisemmissa tilanteissa. *Credit scoring* eli luottopisteytys on yksi muun muassa tätä tarkoitusta varten kehitetty menetelmä. Esimerkiksi luottohäiriöiden voidaan katsoa kertovan lainanhakijan tyypillisistä käyttäytymistavoista, ja ne vaikeuttavat tämän vuoksi lainansaantia. Ajatusleikkinä voidaan esittää, että ankara omantunto saattaisi olla erittäin kannattava hankinta itsekkäälle tai muuten tunnottomalle ihmiselle.

Ortodoksisessa pankkiteoriassa maine ja sen tuomat taloudelliset edut korostuvat luotettavuutta lisäävinä tekijöinä. Kun velallinen hoitaa velvoitteensa,

hänellä on perusteita odottaa, että hän saa pankilta lainaa tarvittaessa myös myöhemmin. Mekanismin toimivuus edellyttää, että markkinoiden osapuolet tekevät sopimuksia keskenään toistuvasti. Silloin heidän välilleen syntyy vastavuoroisuus, jossa ensin pankki antaa asiakkaalle lainan, asiakas maksaa lainan takaisin, pankki vastaa tähän myöntämällä toisen lainan, ja niin edelleen. Luottotietorekisterien kautta tieto velallisten luotettavuudesta leviää pankkien välillä ja vahvistaa edelleen kannustinta ylläpitää luotettavan miehen mainetta.

Kun tunteiden muotoutuminen lisätään tarkasteluun, velkojan ja velallisen välisestä suhteesta piirtyy paljon rikkaampi kuva. Oletetaan, että velallinen on muuttamassa tuntemattomaan paikkaan ulkomaille ja tietää pääsevänsä velvoitteistaan lopullisesti eroon. Hän saattaa käyttäytyä tästä huolimatta lupaamallaan tavalla, jos hän saa siitä mielihyvän tunteita. Asian voi ilmaista myös niin, että henkilö kieltäytyy muuntamasta itselleen arvottomaksi käyvää mainetta rahaksi, jos saatava rahasumma tuottaa hänelle vähemmän hyötyä kuin menetetty mielihyvä. Rahat voisi käyttää auton ostamiseen, mutta sillä kerskailu ei välttämättä kata aiheutuvaa kustannusta. Millaisilla keinoilla pankki pystyy vaikuttamaan siihen, että velallinen hoitaa velvoitteensa, vaikka luottamuksen pettäminen olisi taloudellisesti tuottoisaa?

Kokeellisen taloustieteen tutkimustulosten perusteella tiedetään, että ihmiset toimivat usein vastoin taloudellisia intressejään. He osallistuvat julkishyödykkeiden rahoitukseen, jakavat omaisuuttaan ja tekevät muita anomaalisia päätöksiä. Neurotaloustieteen menetelmillä saadaan jatkuvasti uutta tietoa valintoihin vaikuttavista tekijöistä. Yksi ajateltavissa oleva selitys epäitsekäälle käyttäytymiselle on päätöstilanteen samankaltaisuus sellaisen toistuvan kanssakäymisen kanssa, kuten perhepiirissä, jossa itsekkyyden kävisi oikeasti kalliiksi.

Evoluutiopsykologisen tutkimustiedon valossa näyttää siltä, että kyvyllä yhteistyöhön ja vastavuoroisuuteen sekä yleensä sosiaalisilla taidoilla on ollut ratkaiseva merkitys ihmislajin kehitykselle. Inhimillinen taipumus toimia vastavuoroisesti ja vastata *quid pro quo* aktivoituu esimerkiksi silloin, kun pankin asiakas käy luottoneuvottelun kasvokkain luottovirkailijan kanssa, lupaa erikseen painottaen maksaa lainan sovittuun lyhennysohjelman mukaan takaisin, ja puristaa vielä varmemmaksi vakuudeksi virkailijan kättä tilaisuuden päätteeksi. Verkkopankkitoiminnassa luottovirkailijan ei

ole tarpeen koskaan tavata asiakasta, ja osapuolet voivat tehdä oman osuutensa sopimuksessa jopa eri hetkellä. Tällainen informaatioteknologian mahdollistama virtuaalisuus ja joustavuus tuovat etuja, mutta ne aiheuttavat myös haittoja henkilökohtaisen kanssakäymisen puuttuessa.

Kun luottoneuvottelusta kuluu aikaa ja kokemus vähitellen unohtuu, lainaasiakkaan velvollisuuden tunteet todennäköisesti haalenevat. Pankin keino tämän estämiseksi on järjestää aika ajoin kohtaamisia velallisen kanssa tai pysyä jotenkin muuten hänen lähellä. Pienessä paikallispankissa luottamusilmapiirin ylläpito onnistuu helpommin kuin suuressa monikansallisessa liikepankissa ja saattaa olla sen tärkein kilpailuetu. Pankinjohtajan on helppo pistäytyä silloin tällöin yritysasiakkaan verstaalla, ja yrittäjä tapaa pankkinsa virkailijoita samalla kuin hoitaa päivittäisiä pankkiasioita.

Suurella pankilla on kiistattomia mittakaavaetuja esimerkiksi taseanalyysien kaltaisten teknisten valvontakeinojen kehittämisessä ja käytössä. Pienessä pankissa tällaisten keinojen tarve on alun alkaen vähäisempi. Esimerkiksi tieto avioriidoista ja alkoholismista leviää nopeasti sosiaalisissa verkostoissa ja lisää luottosuhteiden tehokkuutta. Pankin pysyminen ajan tasalla asiakkaansa taloudellisesta tilanteesta mahdollistaa samalla sen, että ongelmiin osataan puuttua ajoissa ja ratkaisuja päästään etsimään yhteistuumin alusta alkaen. Liian läheisiin suhteisiin liittyy myös riskinsä, sillä ne altistavat luottovirkailijan erilaisille psykologisille anomalioille ja pahimmassa tapauksessa vietellä hänet kavallukseen.

Kun pankki kehittää keinoja luottoasiakkaidensa luotettavuuden lisäämiseksi, se joutuu luonnollisesti toimimaan lainsäädännön asettamissa puitteissa. Taloustieteellisen tutkimustiedon keskeinen käyttökohde on avustaa tuon lainsäädännön suunnittelussa. Sääntelyn avulla pystytään vaikuttamaan pankkien toiminnan kautta pankkilainaa tarvitsevien käyttäytymiseen, ja tämä vaikutusmekanismi on luonnollisesti järkevää ottaa huomioon sääntelyn yksityiskohtia suunniteltaessa.

Kun edellä tarkasteltiin autoa hankkivan miehen valintakäyttäytymistä, auto-kaupassa todettiin tarvittavan enemmän rahaa ja vähemmän sosiaalista pääomaa kuin autokerhossa. Siirtyminen kasvottomaan ja välineelliseen kanssakäymiseen aiheuttaa myös rahan lainaamisessa pääomatarpeen muutosta. Jos pankki ei voi luottaa lainan-

hakijaan eikä pysty lisäämään luotettavuutta, se joutuu vaatimaan lisävakuuksia, nostamaan korkoja ja toimimaan ortodoksisen pankkiteorian oppien mukaan. Seurauksena on tehottomuutta ja hyvinvointitappioita. Yksi lainsäätäjän keino edistää luottamuksen syntymistä ja sosiaalisen pääoman karttumista on välttää suuren pankkikoon suosimista, ellei tähän ole riittävästi toiseen suuntaan painottavia syitä. Suuria pankkeja syntyy muun muassa sulautumien kautta, ja tiukka yrityskauppa-
valvonta on keino rajoittaa pankkikoon kasvua ja sosiaalisen pääoman rapautumista.

Pankki pystyy vahvistamaan vaikutelmaa luottosuhteen vastavuoroisuudesta ja samalla luottamusilmastoa myös muilla keinoilla kuin henkilökohtaisella vuorovaikutuksella. Yksi tällainen on tehdä jotain pyyteetöntä, tai pyyteettömältä vaikuttavaa, ja antaa jotain ikään kuin lahjaksi lainanhakijalle. Kun pankki antaa asiakkaalleen lainan alhaisella korolla tai ilman turvaavaa vakuutta, vaikka sillä olisi markkinavoimaa, asiakas tuntee todennäköisesti kiitollisuutta. Lainapäätökseen vastaaminen samalla mitalla lyhennyksistä tunnollisesti huolehtimalla tuottaa silloin mielihyvän tunteita. Pankki pystyy tällä tavoin käynnistämään vastavuoroisuuden prosessin, joka kestää parhaimmillaan asiakkaan koko elämän ajan ja jatkuu vielä tämän lapsissa. Vahva ja pitkäaikainen pankkisuhde kestää monenlaisia kolhuja, ja pankki uskaltaa katsoa tilapäisiä maksuhäiriöitä läpi sormien tai sallia järjestelemättömät luotot poikkeustilanteissa. Tällaiset toimet ovat omiaan edelleen vahvistamaan luottamussuhdetta.

Edellä sanotun perusteella on aihetta välttää toimia, joita laina-asiakkaat pitävät epäreiluina tai epäsolidaarisina. Närkästymisen tunteita saattaa syntyä esimerkiksi silloin, kun pankki nostaa korkoa kesken laina-ajan. Koronnoston syynä voi olla sovitun viitekoron kohoaminen, julkisen vallan harjoittaman korkosäännöstelyn lopettaminen tai muu hyväksyttävä syy, mutta silti asiakas kokee joutuneensa petetyksi. Jos selityksenä on väärinkäsitys asiakkaan puolelta, pankin kannattaa panostaa sopimusehtojen selittämiseen jo lainan myöntämisen hetkellä. Velkaantumisen riskeistä tulisi kertoa samoin kuin lainaturvavakuutuksen eduista. Neuvontatyöhön on erityistä aihetta sellaisten henkilöasiakkaiden kohdalla, joiden kognitiiviset kyvyt ja päätöksenteon rationaalisuus ovat rajoittuneita.

Velallisen negatiiviset tunteet koron nousun johdosta vaikuttavat hänen yhteistyöhaluunsa, ja moraalikato on pahimmillaan niiden seurauksena. Moraalikadolla

viitataan sellaiseen sopimuksen tai sopimuksenomaisen suhteen vastaiseen toimintaan, jota toinen ei pysty havaitsemaan, ja joka on siis jollain tavoin kätkössä tai salattua. Syyksi opportunistiseen käyttäytymiseen mainitaan perinteisesti sopimusten epätäydellisyys, joka tarjoaa kannustimia rikkoa sopimusehtoja. Todellisuuden oloissa selityksenä ei välttämättä ole opportunisti, vaan luontainen vastenmielisyys epäreiluja toimintatapoja kohtaan, tietämättömyys pankin motiiveista tai muu inhimillinen ominaisuus.

Asiakkaan ärtymyksen tunteet saattavat provosoida kostomieltä ja halua levitellä tuttavapiirissä pankkia vahingoittavia huhupuheita. Pankin ja asiakkaan välinen suhde lähtee silloin etenemään huonoon suuntaan päinvastoin kuin edellä lahjanvaihdossa, ja osapuolet antavat toisilleen silmä silmästä, hammas hampaasta (2. Moos. 21:24). Tuttavat saattavat unohtaa pankin nimen vähän ajan päästä, kuulla sen alun perin väärin tai sekoittaa muuten asioita niin, että kaikkia pankkeja aletaan pitää epäilyttävinä. Taloustieteessä tarkastellaan usein pankkien ja talletusasiakkaiden välisen tietämyksen epäsymmetriaa, joka lisää talletuspaon vaaraa ja pankkijärjestelmän epävakautta. Vastaavanlainen dominovaikutus syntyy myös lainapuolella, kun perusteettomat huhut lähtevät liikkeelle, tarttuvat velkojien joukossa ja aiheuttavat ulkoisia haittoja viattomille.

Velallisen kielteiset tunteet voimistuvat, kun koron kohoaminen johtaa kohtuuttomiin hankaluuksiin. Esimerkiksi asuntolainan kuukausilyhennykset kasvavat niin suuriksi, että vakuutena oleva asunto joudutaan panemaan myyntiin. Oman kodin menettäminen aiheuttaa aina ahdistusta ja mielipahaa. Epämieluisat tuntemukset ovat erityisen voimakkaita, kun asuntojen hinnat ovat pohjalukemissa ja ”sikasykli” on huonoimmassa vaiheessaan, niin kuin korkeiden korkojen oloissa saattaa tapahtua. Sikasyklistä puhutaan, kun esimerkiksi korkojen alentuminen vahvistaa kysyntää asuntomarkkinoilla ja nostaa asuntojen hintoja, tarjonta kasvaa viiveellä, tämä alentaa aikanaan hintoja, ja tarjonta sopeutuu jälleen vasta ajan kuluessa. Termi tulee sikataloudesta, jossa on havaittu samanlaista vaihtelua sikojen hinnan ja niiden astutusten välillä.

Asunnon ostohinta on rationaalisesti ajatellen uponnut kustannus, mutta tappiokammosta johtuen tappion realisoitumista saatetaan silti katua. Tappiokammolla

tarkoitetaan taipumusta tuntea tappio voimakkaammin kuin samansuuruinen voitto. Maksuvaikeudet ovat saattaneet olla jo pitkään ilmeisiä, mutta velallinen on välttänyt virheen tunnustamisesta johtuvia mielipahan tunteita ja tulkinnut huonoja ennusmerkkejä omia toiveitaan tukevilla tavoilla. Todellisuuteen tai kuvitelmiin perustuvat käsitykset muiden asuntovelallisten paremmasta tilanteesta lisäävät vielä entisestään vaikeuksissa kamppailevan tuskaa ja heikentävät edelleen maksumoraalia.

Velkojan toimilla voi olla velallisten kokemien tunteiden vuoksi laajakantoisemmat vaikutukset rahoitusmarkkinoihin ja niiden vakauteen kuin ortodoksinen talousteoria antaa ymmärtää. Julkisen vallan keinoja estää haitallisia noidankehiä syntymästä ovat koronkiskonnan kieltäminen sekä pakottavat lainsäädännökset kohtuuttomien sopimusehtojen sovittelusta ja lainanantajan vastuusta. Velkajärjestelyn myöntäminen kestävässä tilanteessa oleville saattaa vähentää moraalikatoa, ja valtioiden välisissä velkasuhteissa moratorio tulee kysymykseen sodan tai muun vastaavan kriisin sattuessa. Tässä mainittujen sääntelytoimien laaja-alaisia ja välillisiä seurauksia on aika mahdotonta ymmärtää, jos tunteet niiden taustalla jätetään huomioon ottamatta. Myös lainsäädännön suunnittelu jää puolitiehen, jos tunteita pidetään tieteellisen tarkastelun ulkopuolelle kuuluvina eksogeenisinä tekijöinä.

Velallisten luotettavuus ja yleisemmin sosiaalinen pääoma ovat keskeinen osa toimivaa rahoituksenvälitystä. Sosiaalinen pääoma on yksi tuotannontekijä pankkien palvelutuotannossa, ja julkisen vallan tehtävä on turvata sen luonnille parhaat saavutettavissa olevat puitteet. Sosiaalinen pääoma on pankille huomattavasti muuta pääomaa vaikeampaa hankkia. Fyysistä pääomaa kuten tietokoneita tai toimitiloja voi ostaa milloin tahansa markkinoilta, ja henkistä pääomaa saa palkkaamalla ammattitaitoisia työntekijöitä. Molempiin tarvitaan rahapääomaa, jota kannattava pankki kerää osakeanneilla.

Sosiaalisen pääoman kartuttaminen saattaa olla pankille erittäin kannattava strategia. Pankin kannalta hyödyllinen sosiaalinen pääoma on luonteensa vuoksi sen asiakkaiden ja työntekijöiden välisiin suhteisiin ja laajemmin yhteiskunnallisiin verkostoihin juurtunutta. Organisaation kehittäminen toimivaksi vaatii paljon aikaa ja pitkäaikaisia työsuhteita, ja sivutuotteena syntyy runsaasti hiljaista tietoa. Kaiken

kaikkiaan tuloksena voi olla monimutkainen kokonaisuus, jonka kyvykkyys kilpailijoiden on toivotonta jäljitellä ainakaan nopeassa aikataulussa.

5. Moraali ja suuren yhteiskunnan ongelma

Aidon luottamuksen syntyminen on mahdotonta ilman moraalia. Moraaliperiaatteet ovat yhteiskunnan pelisääntöjä niin kuin oikeusperiaatteetkin, ja niillä on paljon yhteisiä piirteitä. Tärkein on yleistettävyys.

Kun laki on säädetty, sitä on voitava soveltaa yhtäläisesti kaikkiin ihmisiin ja kaikissa tapauksissa. Perustuslaillisessa monarkiassa vaatimus ilmenee niin, että hallitsija sitoutuu lain annettuaan noudattamaan itsekin lakia tulevissa ratkaisuisaan. Moraalinen velallinen ei maksa ottamaansa pankkilainaa takaisin yksinomaan tai edes ensisijassa sen perusteella, miten päätös vaikuttaa häneen itseensä tässä yksittäisessä tapauksessa. Hän kysyy sen sijaan mielessään, mitä tapahtuisi ajan kuluessa, jos hän ja muutkin velalliset toimisivat samalla tavalla kaikissa vastaavissa tapauksissa. Yksi voi rikkoa kerran lupauksensa, mutta entä jos kaikki tekisivät aina niin? Uuden Testamentin kultainen sääntö ilmaisee asian seuraavasti: kaikki, minkä tahdotte ihmisten tekevän teille, tehkää te heille (Matt. 7:12).

Moraalittomassa käyttäytymisessä on yhteiskunnan kannalta sisäinen ristiriita. Jos minä jätän lainani maksamatta ja kaikki muut ottavat minusta esimerkkiä, pankit eivät uskalla lainata enää kenellekään, ja koko lainamarkkinat tuhoutuvat. Tämä ei voi mitenkään olla sen paremmin minun kuin kenenkään muunkaan etujen mukaista.

Kun ihminen yleistää mielessään tekoa ja arvioi sitä laajemmasta kuin vain omasta näkökulmastaan, hän joutuu asettumaan muiden ihmisten asemaan. Kyky tällaiseen empatiaan helpottaa teon moraalisuuden arviointia sekä myös edistää moraalista käyttäytymistä itsessään. Velanmaksun laiminlyömistä suunnitteleva ajattelee tahtomattaankin, miltä pankinjohtajasta mahtaa tuntua, kun tämä saa tietää joutuneensa petoksen uhriksi. Tunne on tuttu, koska velallinen tietää, miltä hänestä itsestään on tuntunut tulla petetyksi. Adam Smith kirjoitti, että ihmisen kyky ottaa tällä tavoin etäisyyttä omasta näkökulmastaan on luontainen, ja hänen sisällään on ikään kuin puolueeton tarkkailija.

Tuohon sisäiseen ääneen vedotaan esimerkiksi virkavakuutuksessa, jonka kaavassa virkamies lupaa ja vakuuttaa kunniansa ja omantuntonsa kautta noudattaa virassaan lakeja sekä toimia yhteiskunnan parhaaksi. Suomen kielen omatunto on jossain määrin huono sana kuvaamaan moraalisen ihmisen tunteja, koska omia tärkeämpiä ovat muiden tunteukset. Latinan *conscientia* ja ruotsin *samvete* ovat tässä suhteessa osuvampia.

Perustavat moraalinormit ja ihmisten taipumukset noudattaa niitä ovat muovautuneet kauan aikaa sitten hyvin toisenlaisissa olosuhteissa kuin missä me elämme tänä päivänä. Muinaiset ihmisyhteisöt olivat pieniä, perhesuhteilla oli niissä suuri merkitys, ja ryhmien pysyvyyden vuoksi niiden jäsenet tunsivat toisensa. Melkein kaikki olivat enemmän tai vähemmän sukua toisilleen. Jokaisen päätöksen vaikutukset ryhmän muihin jäseniin olivat arvioitavissa, ja vaikutusten huomioon ottamista edellytettiin niin kuin me edellytämme sitä nykyään perheissä ja muissa pienissä ryhmissä. Suomen kielen vastuu on johdos vastata-verbistä ja on ajateltavissa, että sillä on aikoinaan tarkoitettu vastaamista samalla mitalla, vastavuoroisuutta ja muuta pienissä ryhmissä edellytettyä toimintaa.

Markkinatalouden oikeudenmukaisuusperiaatteisiin perustuva nykyaikainen yhteiskunta toimii täysin toisella tavalla. Sopimusosapuolet markkinoilla eivät yleensä tunne eikä heidän tarvitsekaan tuntea toisiaan. He eivät ole kiinnostuneita eivätkä edes pysty ottamaan selvää sopimusten välillisistä vaikutuksista. Tällaisen kasvottoman anonyymin yhteiskunnan jäsenet noudattavat, ikään kuin näkymättömän käden ohjaamina, sosiaalisen evoluution kuluessa hyviksi osoittautuneita abstrakteja periaatteita yrittämättäkään perustella niitä näköpiirissä olevilla konkreettisilla vaikutuksilla. Jos esimerkiksi sopimusvapauden periaate on hyväksytty yhteiskuntasopimuksessa, pankki saa vaatia sovituissa lyhennysohjelmassa pysymistä yhtä lailla työpaikkansa menettäneeltä perheenisältä kuin äveriäältä pörssikeinottelijalta.

Markkinatalouden oikeusperiaatteita ja niiden alaisuudessa syntynyttä hintajärjestelmää pidettäisiin varmaan ihmiskunnan nerokkaimpana keksintönä, elleivät ne olisi kehittyneet pitkän ajan kuluessa spontaanisti ilman kenenkään ennakkosuunnittelua. Friedrich Hayekin usein lainatussa esimerkissä yritys osaa ryhtyä käyttämään tinaa aikaisempaa säästeliäämmin pelkästään markkinahintoja seuraamalla tietämättä mitään siitä, että hinnannousu johtuu maapallon toisella puolella sijaitsevan tinakaivoksen

ehtymisestä. Virvoitusjuomia ostava kuluttaja osaa valita yhteiskunnan kannalta osapuulleen järkevästi kertakäyttötölkkien ja lasisten kierrätyspullojen välillä yksinkertaisesti vertaamalla niiden hintoja. Hyväntekeväisyyttä harjoittava kotirouva löytää parhaan tavan auttaa vähäosaisia, kun hän vertailee kerjuukirjeiden lähettämisen ja palkkatyöhön menemisen odotettavissa olevia tuottoja toisiinsa. Tämän perusteella on ymmärrettävää, miksei filantropiaa ole aihetta pitää vastuullisen liiketoiminnan arvoasteikossa korkeimmalla.

Ihmisten on rationaalisuuden rajoitteista johtuen usein vaikea ratkaista, milloin tulisi noudattaa suuren yhteiskunnan abstrakteja oikeudenmukaisuusperiaatteita, ja milloin taas konkreettiset vaikutukset olisi otettava huomioon. Juha Panulan esimerkissä poliisipäällikkö tuskailee, olisiko kaupungin uimaranta suljettava tappajahain hyökkäysten takia, vai pitäisikö turistiyrittäjien sallia liiketoimintansa jatkaminen.¹ ”Ei voi samanaikaisesti valita sekä rannan auki pitämistä että sen sulkemista.” Eettinen dilemma syntyy myös kaivon pudonneen vauvan pelastusoperaatiossa, jonka hinnalla voitaisiin estää kymmenien muiden samanikäisten varma kuolema. Rajanvedon ongelmat johtavat pahimmillaan siihen, että vain suuressa yhteiskunnassa muttei missään muualla käyvät periaatteet siirtyvät pieniin ryhmiin sekä päinvastoin, vuodot molempiin suuntiin yleistyvät, ja järjestys horjuu lopulta kaikilla tahoilla.

Itsekkyuden ja välinpitämättömyyden lisääntyminen läheisissä ihmissuhteissa on esimerkki suuren yhteiskunnan periaatteiden siirtymisestä väärään yhteyteen. Vuodoilla on ajan myötä haitalliset vaikutukset myös suureen yhteiskuntaan itsessään, sillä markkinoiden tehokas toiminta edellyttää luottamusta, rehellisyyttä ja vastuullisuutta. Adam Smith piti itsestään selvänä, että markkinoiden näkymätön käsi toimii vain tarkoituksenmukaisten moraali-instituutioiden alaisuudessa. Ajatus on himmennyt aikojen kuluessa, eikä siitä ole nykyisissä taloustieteen oppikirjoissa jäljellä kuin rippeet. Pahimmassa tapauksessa opettaja suorastaan korostaa omaneduntavoittelun ja itsekkyyden tärkeyttä talouden tehokkuudelle.

Moraalin jättäminen taloustieteen mallien ulkopuolelle ja sen käsitteleminen eksogeenisena tekijänä sisältää ennustettavia riskejä. Mallien perusteella saattaa syntyä

¹ *Moraalin ja talouden risteyksessä. Empiirinen tutkimus moraalista ja taloutta koskevien käsitteiden eriytyneisyydestä.* Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja A-10:1999, s. 17.

huomaamatta vaikutelma, että moraalit on annettu, muuttumaton ja kaikkialla sama myös todellisuuden talouksissa. Suositukset lakien muuttamiseksi menevät pieleen, ja pitkän tähtäyksen vaikutuksista tulee jotain muuta kuin halutaan. Venäjän ja muiden siirtymätalouksien ongelmat ovat esimerkki siitä, että markkinataloutta ei saa polkaistuksi käyntiin vain yksityistämällä valtion omaisuus ja poistamalla hintasäännöstely.

Sosiaalinen pääoma ei ole juuri ollut kiinnostuksen kohteena ortodoksisessa taloustieteessä. Sen luonteen, syntymisen ja luomisen selittämiseksi on välttämätöntä tuntee ihmisten tunteita, moraalit ja yleensä heidän valintojensa sisältöä. Taloustieteessä näitä asioita on ollut tapana käsitellä eksogeenisina tekijöinä, joiden tarkempi analyysi on rajattu muiden tieteiden kuten psykologian tehtäväksi. Tunteiden muodostuminen riippuu monista selkeästi taloudellisista tekijöistä. Tässä luvussa on tarkasteltu auton hinnan ja pankkilainan koron vaikutusta maksajan kokemiin tunteisiin. Samalla on saatu käyttökelpoista tietoa sosiaalisen pääoman muodostumisesta auto- ja luottomarkkinoilla, sekä keinoista vaikuttaa tuohon pääomanmuodostukseen. Tunteiden vaikutuksen käytännön merkitys ja tutkimisen tarve on viime kädessä empiirinen kysymys, ja siihen vastaaminen kuuluu jatkossa keskeisiin haasteisiin myös instituutitaloustieteen piirissä.