

## Protestanttista etiikkaa, sosiaalista pääomaa ja luottamusta

Klaus Helkama (2015). Suomalaisten arvot. Mikä meille on oikeasti tärkeää?  
SKS. 252 s. ISBN 978-952-222-550-4

KEVÄÄN 2015 eduskuntavaalien äänet on laskettu ja tulevan hallitusyhteistyön arvopohjaa arikoidaan. Arvoja ja arvoeroja ei elämässä pääse muutoinkaan paikenemaan.

Poliittisten arvoerojen lisäksi olemme pakotettuja aika ajoin puntaroimaan omia valintojamme, ihmettelemään lähipiirin valintoja ja totuttelemaan kulttuurien välisiin arvostuseroihin.

Sosiaalipsykologisen arvotutkimusten lähtökohtana oletetaan, että lintuperspektiivistä tarkasteltuna kaikilla ihmisillä, maailman mailla ja yhteisöillä on samanlaiset tarpeet ja toiminnalliset vaatimukset, ja arvot heijastavat niitä omalla tavallaan.

Haasteisiin, vaihteluun ja aistinautintoihin liittyvien virikkeisyys- ja mielihyväarvojen taustalta löytyvät biologiset tarpeet. Yhteisöjen toiminta vastaavasti

edellyttää universalismin ja hyväntahtoisuuden kaltaisia arvoja ja yhteiselämän sujuvuus ja jatkuvuus perinteiden ja turvallisuuden arvostusta. Yhteiskuntien hierarkisuus sekä ihmisluonnon ja -ryhmien hallinta tuottavat valtaan ja suoriutumiseen liittyviä arvoja ja yhteisöjen uudistuminen edellyttää innovaatioiden perustana olevia luovuuden ja vapauden kaltaisia arvoja.

### LUKIJALTA VAADITAAN TARKKUUUTTA

Suomalaisten arvot -teos on rakennettu tarkastelemaan arvoja kolmella tavalla: suomalaisia yhdistävien arvojen, arvojen yksilöllisten erojen ja arvojen ja toiminnan suhteiden näkökulmista. Helkama murtaa kuivaa tieteellisen kirjoittamisen tapaa yhdistämällä empiiristä arvotutkimusta ja käsitetarkasteluja milloin kau-

nokirjallisuuden kansainvälisiin ja kansallisiin klassikkoihin, populaarimusiikin sanoituksiin tai omakohtaisiin kulttuurien välisten erojen havainnoiteihin.

Kirjoittamisen tapa tuo hyvin esille kirjoittajan laaja-alaisen liikkuvuuden erilaisten yhteiskunnallisten ja kulttuuristen kysymysten alueilla ja samalla havainnollistaa, selkiinnyttää ja keventää lukukokemusta.

Teos antaa ”matkanjohtajasta” ja kirjoittamisen tavasta johtuen näennäisenkin helpon tai selkeän vaikutelman. Kuitenkin tekstin ollessa kooste erilaisista tutkimuksista, käsiterajauksista ja tulosten kuvauksista yksityiskohtia on valtavasti. Tämä vaatii myös lukijalta tarkkuutta sen ymmärtämisessä, mitä oikeastaan sanotaan ja millä perusteella.

## KANSALLISET STEREOTYPIAT

Arvotutkimusten ymmärtämisen lähtökohdaksi tehdään kaksi käsitteellistä erontekoa.

Ensimmäinen liittyy persoonallisuuden, arvojen ja normien tarkasteluun. Lähtökohdaksi persoonallisuuden piirteet määritellään biologispohjaisiksi ja ihmisten välisten persoonallisuuserojen oletetaan säilyvän läpi elämän. Arvot nähdään tietoisemmin valituiksi ja niiden oletetaan voivan myös muuttua ihmisen iän ja kokemusten karttuessa. Arvot kuvastavat ja perustelevat toimintaamme ohjaavia normeja, jotka ovat muodostuneet ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa.

Toinen eronteko liittyy kansallisen omakuvan ja kansanluonteen käsitteisiin. Tarkastelulla pohjustetaan kansallisuuksia yhdistävien arvojen ja kulttuurien välisten arvoerojen tarkastelua. Katavien empiiristen tutkimusten perusteella lukijaa vakuutetaan siitä, että sosiaalista identiteettiä kuvaava kansallinen omakuva näyttää kulttuurisesta kontekstista riippumatta säilyvän ajan myötä suhteellisen vakaana, kun taas kuvamme muista on altis muuttamaan suhteellisen nopeastikin myönteisemmäksi tai kielteisemmäksi.

Sosiaalipsykologisesti ilmiötä selitetään taipumuksilla muodostaa ja ylläpitää käsityksiä sisä- ja ulkoryhmistä. Ihmisillä on yleisesti vallitsevia kansallisia stereotyyppiä eri kansallisuuksista. Suomessa esimerkiksi voidaan ajatella, että suomalaiset ovat rehellisiä, slaavilaiset ovat melankolisia, ranskalai-

set ovat itsetietoisia ja ruotsalaiset omahyväisiä.

## MIKÄ ON SUOMALAISILLE TÄRKEÄÄ?

Tutkimusten mukaan vain harvan kansan omakuva on pelkästään positiivinen. Kuitenkin, mitä myönteisemmin näkee oman maansa kansalaiset sitä voimakkaammin samaistuu maahansa. Tämä samaistuminen omaan sisäryhmään on isänmaallisuuden kokemuksen ydintä.

Nationalismin taustalta puolestaan löytyy essentialistinen lähestymistapa ulkoryhmiin: ”ryssä on ryssä vaikka voissa paistaisi”. Sitkeistä stereotyypioista huolimatta persoonallisuuden kaltaista kansanluonnetta ei ole empiirisesti löydetty. Edellisestä huolimatta kansan omakuva ja naapurikansan stereotyyppiä lankeavat usein yhteen. Esimerkiksi suomalaisten ruotsalaiskuvaan sisältyvä omahyväisyys sisältyy myös ruotsalaisten itsekriittiseen omakuvaan. Sosiaalipsykologisen selityksen mukaan naapurimaiden asukkailla saattaa olla tarve erottautua toisistaan liioittelemalla niitä pieniä eroja, joita on olemassa.

Kansallisen omakuvan havaittua vakautta puolestaan selitetään kansallisia arvoja ja omakuvaa tukevilla tarinoilla ja oheiskertomuksilla, joita muun muassa taide tehokkaasti välittää. Suomalaisille Seitsemän Veljeksien kautta välittyneet kardinaalilyveet (Juhanin rohkeus, Eeron viisauts, Aapon oikeudenmukaisuus, Laurin itsehillintä, Simeonin usko, Timon toivo, Tuomaksen rakkaus) ovat

arvoja, jotka juontuvat sekä protestanttisesta etiikasta että eurooppalaisen keskiajan traditiosta ja aina Tuomas Akvinolaisesta.

Helkaman teos kohdentuu ensimmäisellä tasollaan tähän ydinkysymykseen: mikä meille suomalaisille on tärkeää ja ovatko suomalaisten arvot niin herkkiä muuttumaan ajassa kuin usein esitetään? Kirjan keskeinen teema on, että meillä on taipumus ylikorostaa arvomuutosta ja aliarvioida arvojen pysyvyys.

## 40 PERUSARVOA

Teoksessa esitellään sosiaalipsykologisen arvotutkimuksen vaiheita ja viime vuosikymmenten arvotutkimuksia, jolloin esitellyiksi tulevat Rokeachin, Inglehartsin ja Hoefsteden klassikoiksi muodostuneet tutkimushankkeet. Lukija perehdytetään näiden yhteiskunnallisten erojen tutkimukseen tähänneiden hankkeiden lähtökohtiin, taustoihin ja haasteisiin.

Uusimpien arvotutkimusten esittelystä nojaututaan Shalom Schwartzin kehittämään arvomalliin, joka kuvaa arvojen järjestelmälunnetta. Mallissa 40 perusarvoa ryhmittyvät 10 arvotyyppiä (valta, suoriutuminen, mielihyvä, virikkeisyys, itseohjautuvuus, universalismi, hyväntahtoisuus, perinteet, yhdenmukaisuus, turvallisuus). Malli sisältää vain universaalisti esiintyviä motivaatiolta puhtaita arvoja, ja näin siitä puuttuu esimerkiksi uskontojen mukaan vaihtelevat uskonnolliset arvot. Järjestelmälunnetta näkyvä mallissa arvojen muutoksessa: kun yksi arvo tulee tärkeämmäk-

si, vahvistuvat myös Schwartzin kehämallissa sitä lähellä olevat arvot. Samalla kehän vastakkaisella puolella olevien arvojen tärkeys heikkenee.

Schwartzin tutkimusten mukaan 40 perusarvoa ryhmittyvät erilaisiksi järjestelmiksi myös sen mukaan, tarkastellaanko yksilöllisiä vai kulttuurisia arvoja. Yksilöille tärkeiden arvojen vaihtelua voidaan kuvata kehämallin kahdella ulottuvuudella: itsensä korostaminen-itsensä ylittäminen ja säilyttäminen- muutosvalmius. Yhteisötason ulottuvuuksia ovat hierakkaa-tasa-arvo, yhteisö-yksilökeskeisyys ja harmonia-hallinta. Teorian mukaan kulttuuriset arvot eivät ole palautettavissa yksilöllisten arvojen keskiarvoiksi.

Arvot, jotka yhdistävät meitä kansallisesti eivät siis välttämättä ole arvoja, jotka ovat meille yksilöinä omassa arkielämässämme tärkeitä. Schwartzin järjestelmäkuvaus on saanut vuosikymmenten saatossa vahvaa empiiristä tukea laajoista vertailevista tutkimuksista, joihin suomalaisetkin ovat keskeisesti osallistuneet.

## **ARVOSOPUSOINTU RUOKKII HYVINVOINTIA**

Globalisaation ja uusliberalististen kehitystrendien aikakaudella yhteiskunnalliset kiistat ja keskustelut hyvinvoinnin ja kilpailukyvyyn ympärillä ovat arkipäivää. Myös vertaileva arvotutkimus on kytkeyty osaksi tätä keskustelua. Hyvinvoinnin osalta tulokseksi on saatu, että arvojen osalta vahvin ja johdonmukaisin hyvinvointia selittävä tekijä on ihmisen ja hänen

ympäristönsä arvojen yhteensovitus. Ihminen voi hyvin silloin kun hänen arvonsa ovat sopusoinnussa hänen ympäristönsä arvojen kanssa – olivatpa nuo arvot itsessään mitä hyvänsä.

On myös tutkittu, miten arvoilla voidaan selittää ja ennustaa kansallisia eroja kilpailukyvyssä. Rakenteelliselle kilpailukyvyllä on kehitetty erilaisia makrotaloudellisia indikaattoreita, joiden on todettu OECD-maissa ennustavan talouskasvua. Monitieteisissä ja laajoissa, parhaimmillaan 64 maata kattavissa tutkimushankkeissa on selvitetty kansallisten arvojen yhteyttä kilpailukykyyn. Olisi luontevaa olettaa, että arvoina itseohjautuvuus ja muutosvalmius olisivat yhteydessä taloudelliseen kilpailukykyyn. Selkeitä yhteyksiä arvojen suhteen ei ole kuitenkaan löytynyt, ja OECD:n pitkälle kehittyneissä teollisuusmaissa mikään arvomaailman piirre ei ole ollut yhteydessä kilpailukykyyn.

Tästä huolimatta on kuitenkin löytynyt kiistatonta näyttöä taloudellisen kilpailukyvyyn erojen selitykselle. Helkama nostaa oman tieteellisen uransa yllättävimmiksi ja vahvimmiksi tutkimustuloksiksi havainnot, joiden mukaan - toisin kuin yksittäiset arvot - maiden erot sosiaalisessa pääomassa ovat kiinteästi ja selkeästi yhteydessä maiden kilpailukykyyn.

## **SOSIAALINEN PÄÄOMA, KILPAILUKYKY JA USKONTO**

Eri maissa toteutetuissa *World Value Survey* -tutkimuksissa sosiaalista pääomaa on mitattu ihmisten välisellä luottamuksella ja yh-

distystoimintaan osallistumisella. OECD-maat asettuvat kauniin lineaarisesti jokseenkin samaan järjestykseen sekä sosiaalisen pääoman että taloudellisen kilpailukyvyyn suhteen. Mitä enemmän sosiaalista pääomaa, sitä parempi kilpailukyky. Tuloksissa Suomi on saanut suurimpia pisteitä sekä sosiaalisessa pääomassa että kilpailukyvyssä. ”Tuhannen taalan” kysymykseksi teoksessa nostetaan sen pohtiminen miten sosiaalinen pääoma linkittyy kilpailukykyyn.

Eri maiden välisissä vertailuisissa on kerta toisensa jälkeen todettu, että talous on tärkein arvoihin vaikuttava tekijä. Talouskasvu laajentaa ihmisten valinnan mahdollisuuksia, ja arvomaailma muuttuu yksilökeskeisempien arvojen suuntaan. Arvotutkimuksin kerrotaan meille myös, että mitä kehittyneempi talous, sitä suurempi arvoyhenteisyys.

Myös uskonnon on todettu olevan yhteydessä arvoihin taloudesta riippumatta. Valtioiden rajoja laajempiin Euroopan alueisiin kohdistuneessa tutkimuksessa todettiin, että yhtä vauraiden protestanttisten ja katolisten alueiden välillä on arvoeroja Schwartzin pääulottuvuuksilla siten, että protestantit kannattivat vähemmän säilyttämiseen ja itsensä korostamiseen liittyviä arvoja.

## **KONSENSUS-SUOMI VOI HYVIN**

Helkama toteaa, että vaikka Länsi-Euroopassa on onnistuttu suhteellisesti parhaiten yhdistämään vapaus ja tasa-arvo, erottuu Länsi-Euroopan sisällä vielä protestanttinen Eurooppa omaksi alueekseen,

jolle on luonteenomaista vahva universalismi ja hyväntahtoisuus. Suomi, Ruotsi, Norja, Tanska ja Hollanti eivät eroa vauraudeltaan katolisen Länsi-Euroopan maista. Nämä viisi maata ovat kuitenkin ainoat maailman maat, joissa enemmistö väestöstä on sitä mieltä, että toisiin ihmisiin voi luottaa.

Teoksessa pohditaan, mikä on se mekanismi, jonka kautta ihmisten välinen luottamus johtaa kilpailukykyyn. On ilmeistä, että suuremman ihmisten välisen luottamuksen takana on tasa-arvo eri muodoissaan. Protestanttisuuteen liittyvät arvot, kuten tasa-arvo, työ ja rehellisyys ovat meillä Suomessa vahvoilla.

Kansainvälisissä arvovertailuissa suomalaiset erottuvat EU:n jäsenmaista erityisesti kahden seikan suhteen. Ensinnäkin suomalaisille sellaiset universalismiarvot kuin kaikkien ihmisten hyvinvointi ja suvaitsevaisuus ovat olleet keskimäärin tärkeämpiä kuin muille. Toinen arvotyyppi on yhdenmukaisuus. Konsensus-Suomi on siis ollut enemmän kuin pelkkä myytti.

## ARVOTKIN MUODOSTAVAT JÄRJESTELMÄN

Arvotutkimusta tehdään sekä määrällisin että laadullisin tutkimusottein. Määrällisen arvotutkimuksen näkemykset tiedosta, tiedon tuottamisen tavoista ja tiedon varmuudesta herättävät väkivoimalla pohdintaa. Tulee kysyneeksi, mitä kannanotot sanaluetteloihin ja keskiarvoksi taivutettu arvoilmaus tavoittaa arvojen kaltaisista monimutkaisista ilmiöistä.

*Suomalaisten arvot* -teosta luukiessa ei kuitenkaan ole vaikea havaita kvantitatiivisen lähestymistavan etuja arvotutkimuksessa. Yksilöiden ja ryhmien arvoja muuttavia tekijöitä on paljon, ja niiden vaikutukset ovat pääosin vaikeasti todennettavia. Arvomutokset ovat hitaita prosesseja. Yhteyksien ja ilmiöiden välisten, usein ennakoimattomien, tendenssien havaitseminen ja näkyväksi saaminen edellyttää isoja aineistoja ja ristiin validoivia mittauksia.

Monimuotoisten analyysien tutkimustuloksina esitetyt päätelmät muodossa ”mitä kehittyneempi talous, sitä suurempi arvoyhtenäisyys” tai ”mitä enemmän sosiaalista pääomaa, sitä parempi kilpailukyky” saavat päästään pyörällä olevan lukijan kiittämään: lisää näitä yksinkertaistuksia! Helkama itse korostaa, että on hyvä pitää mielessä arvotutkimuksen suhteellisuus. Tulokset riippuvat vahvasti siitä arvojen joukosta, jota kulloinkin arvioidaan sekä siitä, miten arvo sanallisesti määritellään. Arvomutoksista puhuttaessa on siis hyvä katsastaa ja verrata erilaisia mittaustapoja.

Suomalaisten arvot -teoksen ehdoton ansio on vuosikymmenten kuluessa monipuolisin menetelmin, erilaisiin kohderyhmiin, kansallisiin ja kansainvälisiin aineistoihin perustuvan kumuloituneen arvoihin liittyvän tutkimustiedon kokoaminen ja näkökulmallistaminen.

Siinä missä talous ja politiikka ovat järjestelmiä, näyttävät arvotkin muodostavan selkeämmän

järjestelmän kuin aikaisemmin kuviteltiin. Lukijan ei ole vaikea vakuuttua perusteellisen taustoituksen ja käsitteellisesti monimuotoisten meta-analyyysien ansiosta. Teos muodostaa inspiroivan ja jännittävän kudelma, jossa lukijaa kuljetetaan läpi erilaisten historiallisten juonteiden, yhteiskunnallisten kysymysten ja kulttuuristen ilmiöiden. Päämääränä on erilaisten arvoitusten ratkaiseminen.

Teoksen läpikulkevan jännitysnäytelmän mielenkiintoisimmat näytökset käsittelevät kansallisesti ja yhteiskunnallisesti keskeisiin arvoihin liittyviä aatehistoriallisia juonteita. Näiden juonteiden, ja niihin liittyvien arvotutkimusten, tunteminen tarjoaa yhteiskunnalliselle aikuiskasvatustieteellekin uusia oivalluksia, näkökulmia ja tieteidenvälisiä oppimisen paikkoja.

Merja Ikonen-Varila  
yliopistonlehtori, dosentti  
Helsingin yliopisto