

MARKKINAT SOSIOLOGISESTI

**Patrik Aspers: Markets. Polity Press, Cambridge 2011. 202 s.
ISBN 978-0-7456-4578-0**

Aspersin tänä vuonna julkaistu teos *Markets* on niin ajankohtainen kuin voi olla ottaen huomioon tämän hetken markkinoiden turbulenssin. Lähinnä kirja on johdanto siihen, mitä markkinoilla tarkoitetaan sosiologisessa mielessä, miten ne toimivat ja minäkalaisia erilaisia markkinamuotoja on. Kirja perustuu Aspersin Max Planck Institut für Sozialforschungissa tekemään työhön, josta on myös syntynyt teos *The Worth of Goods* (2011) yhteistyössä Jens Beckertin kanssa. *Markets* on toista teosta teoreettisempi ja perustuu sosiologian klassikkoihin kuten Weberin, Simmelin ja Marxin, mutta myös Harrison Whiten ja Mark Granovetterin teoksiin. Kirja on kuitenkin enemmän kuin pelkkä synteesi ja rakentuu yhtä lailla Aspersin omiin kirjoitelmiin. *Markets*in tarkoituksena on antaa (talous)sosiologeille käyttöön uusia käsitteitä markkinoiden tutkimiseen.

Omien ja muiden tutkimuksen perusteella Aspers määrittelee markkinat seuraavanlaisesti: ”markkinat ovat sosiaalisia rakenteita missä oikeuksia vaihdetaan, tarjoukset evaluoidaan ja hinnoitellaan ja ne kilpailevat keskenään” (s. 4). Tämä tarkoittaa, että markki-

noilla on aikaulottuvuus ja vähintään kolme toimijaa. Kirjan keskeisin ajatus on, että toimijoilla on eri roolit: joko aina sama rooli (ostaja tai myyjä) tai vaihteleva rooli (ostaja ja myyjä). Esimerkkinä ensimmäisistä on kuluttaja vaatemarkkinoilla tai kauppias kukahuutomarkkinoilla, toisista taas pörssimeklari. On myös olemassa erilaisia markkinoita, niin kutsutut standardimarkkinat ja statusmarkkinat. Standardimarkkinat ovat sellaiset, missä tärkein evaluointikriteeri on hinta, ja missä statusmarkkinoiden evaluointikriteeri tulee lähinnä muista asioista kuin hinnasta, kuten laadusta tai sosiaalisesta arvosta. Heti kirjan alussa Aspers antaa yksinkertaisen analyysikehyksen markkinoiden tutkimiseen. Kehykseen kuuluu kolme kysymystä: 1) mistä markkinoissa on kyse, 2) miten asiat tehdään markkinoilla ja 3) mikä on tarjouksen arvo. Jos nämä asiat ovat selviä, niin Aspers kutsuu niitä järjestäytyneiksi markkinoiksi (”ordered market”). Jos yksikään näistä ei täyty, Aspersin kehyksen mukaan ei voida puhua markkinoista.

Kirjan johdantokappaleiden historiallisen katsauksen jälkeen, missä näytetään miten markki-

nat alun perin syntyivät, Aspers ryhtyy vastaamaan näihin kolmeen kysymykseen. Luvut 4, 5 ja 6 ovat siten kirjan tärkeimmät ja myös teoreettisesti kiinnostavimmat. Aspers nojaa osittain suuresti Harrison Whiten ajatuksiin, mutta myös hänen omat ajatuksensa markkinoista tulevat hyvin esiin. Kuten kirjassa kerrotaan, White käsittelee pelkästään tuottajien markkinoita. Aspers soveltaa Whiten perusajatukset markkinoista muihin ulottuvuuksiin; hän käsittelee, kuten hänen määritelmänsä implisiittisesti sisältää, myös kuluttajien markkinoita. Mielenkiintoista siinä on, että Aspers käyttää Whiten identiteettiteoriaa selittääkseen statusmarkkinoita: ihmisten ja yritysten identiteetti ja tarve hallita niitä identiteettejä johtaa siihen, että yritykset tuottavat erilaisia ja erilaatuisia tuotteita. Tällaisissa markkinoissa järjestys syntyy, kun niiden sosiaalinen rakenne on ostajien ja myyjien identiteettien rakentama. Esimerkiksi Bourdieun *Distinctionis* (1979) on samankaltainen idea. Standardimarkkinat ovat helpompia ymmärtää ja analysoida, sillä siinä ainakin evaluointikriteeri on selvä: hinta. Sen lisäksi on tärkeää, että näissä markkinoissa roolit voivat pysyä samoina tai vaihtua

jatkuvasti ("fixed-role markets" ja "switch-role markets"). Tämä on sikäli kiinnostavaa, että Aspers kritisoi tässä nimenomaan taloustieteellisiä markkinateorioita, jotka pohtivat yleisesti pelkästään pörsinkaltaisia eli "switch-role"-markkinoita. Jokainen, joka on pohtinut esimerkiksi työmarkkinoita, ymmärtää, että pitää myös ottaa huomioon markkinat, joilla ei ole vaihtuvat roolit.

Seitsemäs luku pyrkii selittämään, miten ja miksi markkinat syntyvät. Tämä on ehkä kirjan kiinnostavin luku, koska taloustieteilijät pohtivat tätä enintään sen kautta, että markkinat ovat "luonnollisia" samalla tapaa kuin ihminen on "homo economicus" ja rationaalinen. Aspers ottaa jälleen Whiten teorian esille ja toteaa, että tämä ei lisää ymmärrystä, sillä teoria nojaa liian paljon populaatioekologiaan. Sen sijaan hän esittää idean, missä markkinat syntyvät "vastavuoroisella sopeutumisella", mikä pohjautuu kuitenkin osittain Whiten identiteettiteoriaan. Kuten Bourdieun *Social Structures of the Economy* (2005) osoittaa, markkinat voidaan rakentaa myös sääntelyn avulla. Luvun viimeinen kiinnostuksen kohde on *performatiivity*-ajatus, josta Michel Callon on kirjoittanut. Ajatuksen mukaan markkinat rakennetaan taloustieteellisten markkinoiden "ohjeita" seuraavalla tavalla.

Yksi kirjan suurimpia ansioita on, että se osoittaa (klassisen) sosiologian avulla aukkoja taloustieteiden markkinoita koskevassa ymmärryksessä. Tästä selvä esimerkki on Granovetterin verkostoteorian käsittely: taloustieteilijät eivät pysty selittämään, miten ihmiset löytävät uusia työpaikkoja muuten kuin kysynnän ja tarjonnan kautta, vaikka Granovetter osoittaa, että ihmisten verkosto (ja tiedonvälitys) on kenties vielä tärkeämpää. Tämä puolestaan osoittaa myös sen, että taloustieteilijöiden atomistinen ihmiskuva on väärä. Aspers käsittelee taloustieteiden ja kapitalismin oletuksia aika laajalti tähän tarkoitukseen. Yksi hyvä esimerkki tulee statusmarkkinoista: BMW on auto kuten Hyundaikin, mutta kuluttajat arvostavat näitä brändejä ihan eri perusteella kuin pelkästään hinnan kannalta. Taloustiede ei voi helposti selittää brändien arvoa markkinoilla muuten kuin hinnan perusteella. Aspers sen sijaan osoittaa, että joskus markkinat ovat enemmän juurtuneita kulttuuriin tai normeihin kuin hintoihin.

Kirjaa kohtaan voi myös esittää kritiikkiä. Kirja on talous sosiologinen johdanto markkinoihin, mutta välillä ohitetaan tärkeitä asioita liian kevyesti. Esimerkiksi tällaisesta on rakenne-toimijadebatti, jota Aspers käsittelee hyvin vähän todeten pelkästään, että

Whiten identiteettiteoria ratkaisee tähän liittyviä ongelmia. Suurempi ongelma on, että Aspers ei selitä, miten markkinat toimivat markkinoissa jos nämäkin ovat toisten markkinoiden sisällä ("embedded markets"). Kuten hän toteaa, markkinat eivät ole omillaan toimivia rakenteita, vaan ne ovat yhteydessä toisiin markkinoihin. Aspers myös selittää, että uudet markkinat ottavat usein "naapurimarkkinoiden" instituutiot käyttöönsä. Tähän liittyy rahan rooli, jota Aspers ei käsittele, mutta mainitsee sen kuitenkin tarvitsevan lisähuomiota. Kirjassa puhutaan usein hinnoista, ja Aspers yrittää päästä eroon taloustieteen "tarjonnan ja kysynnän" -ajatuksesta, vaikka esimerkiksi Neil Fligstein olettaa edelleen, että hinnat syntyvät tällä tavoin. Tässä kontekstissa on vielä paljon tilaa rahan teoriaa varten, ja jotenkin pitää myös pystyä selittämään inflaation ilmiöitä ynnä muita aspekteja.

Teosta voi kuitenkin suositella (talous)sosiologeille, ja vaikka Aspers joutuu käyttämään paljon jargonia, teos on kiinnostava ja tärkeä myös laajemmalle yleisölle. Tieteilijöille kirja on myös ikään kuin avoin kutsu jatkaa tätä sosiologista työtä, sillä kirjan viimeinen kappale esittää paljon kysymyksiä tulevaisuuden tutkimukselle.

Paul Jonker-Hoffrén