

Yritykset kompleksisessa arvokeskustelussa

Karoliina Malmelin: Arvojen markkinat. Oikeuttavat arvomaailmat suomalaisten suuryritysten yritys vastuupuheessa. Helsingin yliopisto / Unigrafia, Helsinki 2011. 221 s. ISBN 978-952-10-7124-9

Karoliina Malmelinin väitöskirja *Arvojen markkinat* on monialainen tarkastelu suomalaisten suuryritysten vastuupuheesta. Yritys- ja viestintätutkimuksen ohella se on kiinnostava arvotutkimus, joka rikastaa alan viime vuosikymmenten valtavirtaa. Yritysvastuuraportit ja ”viherpesut” nähdään arkiajattelussa usein häikäilemättömänä sumutuksena, joka kriitisten kuluttajien tai tutkijoiden tulisi paljastaa. Malmelin ohittaa työssään tämän asetelman ja osoittaa yritysten vastuupuheen kompleksisen aseman yhteiskunnan muuttuvassa arvokeskustelussa.

Arvojen markkinoiden aineistona ovat kymmenen suurimman suomalaisen yrityksen vuosikertomukset ja yritysraportit vuosilta 1998–2008. Malmelin kysyy, miten yhteiskuntavastuun viestiminen legitimoii Nokian, Fortumin, Rautaruukin, Keskon, SOK:n, Varman, Stora Enson, UPM:n, Metson ja Wärtsilän moraaliseksi toimijoiksi. Entä miten vastuupuheessa luodaan kompromisseja ristiriitaisten arvomaailmojen välille? Tehtäviin vastaaminen tuottaa laajan kuvauksen eikä aivan ytimekkäitä tuloksia. Tämä on seurausta tutkimusasetelman huomattavasta laajuudesta: aineistoa suhteutetaan pitkiin arvotra-

ditioihin, ja kohdeyritykset ovat pääosin kansainvälisiä toimijoita. Siksi tulkintoja ei voida rakentaa kansallisesta kehyksestä, vaikka tutkimuskohteena suomalaisyrityksiä onkin.

Malmelin teoretisoi asetelman osuvasti, ja juuri sen myötä tutkimusta voi lukea tuoreena näkökulmana arvotutkimukseen. Yhteiskunnallista arvotutkimusta ovat viime vuosikymmeninä hallinneet kvantitatiiviset haastattelututkimukset. Usein lähtökohdaksi on ollut Shalom Schwartzin universalistinen arvoteoria, ja esimerkiksi Martti Puohiniemen ja Klaus Helkaman tutkimushankkeet suomalaisten arvoista ovat nojanneet siihen. Toisaalta arvotutkimuksissa on sovellettu myös tarvehierarkian (esim. Roland Inglehart) tai erilaisten syklien (esimerkiksi Erik Allard) tapaisia, eräänlaisen *teloksen* sisältäviä mallinnuksia. *Arvojen markkinat* on sen sijaan paikannettu oikeuttamisen teoriaan, jota on viime aikoina käsitelty myös *Sociologiassa* (ks. 2011:1; 2011:3). Malmelin soveltaa Luc Boltanskin ja Laurent Thévenot'n näkemyksiä julkisesta oikeuttamisesta.

Oikeuttamisteoria johtaa näkemään yhteiskunnallisen keskustelun muuttuvana arvottuneena

kamppailuna, jota toisistaan poikkeavat arvomaailmat ohjaavat, ja jossa niiden välille haetaan kompromisseja. Boltanski ja Thévenot erottavat seitsemän arvomaailmaa, joiden mukaan arvokeskustelun voidaan nähdä jäsentyvän. Yhteiskunnalliset konfliktit eivät tässä ajattelussa ole seurausta sosiaalisten ryhmien vaan arvomaailmojen välisistä ristiriidoista. Konfliktien käsitteellistämisen haastavuus on siinä, etteivät arvomaailmojen rajat sido vaihtelevien intressien ohjaamaa toimijaa. Tässä kehyksessä yritys vastuupuheesta tulee merkittävä taho yhteiskunnan arvokeskustelussa. Samalla nähdään, ettei yritysten legitimitteetti ole olemassa itsestään, vaan se määrittyy yhteiskunnan moraalista koskevassa dialogissa. Seurauksia olisi vaikeaa havaita esimerkiksi haastatteleamalla toimijoita. Sen sijaan Malmelin pyrkii saamaan ne esiin tulkitsemalla käsitteellisesti yritys vastuupuhetta todellisuutta tuottavana kommunikaationa laajassa historiallisessa kehyksessä.

Oikeuttamisen historiallisesta luonteesta seuraa, että Malmelinin aiheeseen on avattavissa myös pitkäjänteinen näkökulma: yritysten ja talousjärjestelmän on täytyntä legitimoida toimintansa aiemminkin. Suomalaisen yhteiskunnan ar-

vokeskustelussa esimerkiksi teolistumisen ja agraarisuuden vuosikymmenien pituinen konflikti voidaan nähdä kamppailuna moraalista legitimaatiosta, samoin hyvinvointivaltioprojekti sekä ammattiyhdistysliikkeiden aseman vankistuminen 1970-luvulla. Niissä prosesseissa liike-elämää ja taloutta on alistettu sosiaalisille arvoille vaihtelevalla menestyksellä. Toisaalta talous on tuonut tähän arvokeskusteluun vaihtoehtoja niin sosiaalista nousua kaipaaville yksilöille kuin kansalliseen protektionismiin turhautuneille yrityksillekin. 1980-luvun Suomesa talouspuheen leviäminen julkiseen hallintoon (ks. Pertti Alasuutarin artikkeli Risto Heiskalan ja Eeva Luhtakallion toimittamassa teoksessa *Uusi jako*) merkitsi puolestaan talouden arvo-ohjauksellaan aktiivista kasvattamista. Mainituissa prosesseissa arvomuodostus on ollut vain osaksi suhteellisen havaittavaa kommunikaatiota. Vaikka Malmelinin voi nähdä tarkastelevan myös tätä ”hiljaista” säännönmuodostusta, sopisi aihe näkyvämmänkin pohdinnan kohteeksi.

Tarkastellessaan vastuupuheessa tuotettuja ristiriitaisia kompromisseja, kuvaa Malmelin samalla arvojen komplisoitumista ja merkitysmuutoksia. Siinä missä schwartzilainen arvotutkimus lähtee universalistisista ja historiattomista näkemyksistä, Malmelin havainnoi arvojen *relatiivista* puolta, jolloin sekä arvokäsitteiden merkityksistä että yritysten olemassaolon oikeutuksesta neuvotellaan julkisuudessa. Tästä näkökulmasta arvokäsitteet saavat ansaitsemansa moniulotteisuuden. Kun esimerkiksi vastuullisuus on Martti Puohiniemen

(ks. *Työelämän ja uusyhteisöllisyyden aika*) mukaan eräs pitkäaikaisista, ”samana” pysyneistä suomalaisista arvoista, osoittaa Malmelin, että yhteiskunnan arvodiologissa vastuullisuuden merkitys muuttuu jatkuvasti sen mukaan, mille kulloinkin on tarvetta. Yhteiskunnallinen muutos ohjaa arvokeskustelua, ja esimerkiksi perustarpeisiin palautuvat primäärin luonteiset arvot (kuten koti, läheisyys ja itsensä toteuttaminen) joutuvat ristivetoihin, kun niiden muuttuvista merkityksistä kamppaillaan julkisuudessa. Boltanskia ja Thévenot’ta aiemmin esimerkiksi filosofi Erik Ahlman esitti teoksessa *Kulttuurin perustekijöitä* (1975/1939), että eettiset konfliktit syntyvät tämäläisissä kompleksisissä ristiriitailanteissa, kun perusarvot tuodaan tiettyyn historiallis-yhteiskunnalliseen ulottuvuuteen.

Tutkimusmenetelmän operationaalistaminen julkisen oikeuttamisen teoriasta on haastava tehtävä (vrt. Eeva Luhtakallio & Tuomas Ylä-Anttila *Sosiologiassa* 2011:1 sekä Ville-Pekka Sorsa & Teppo Eskelinen *Sosiologiassa* 2011:3). Malmelin keskittyy tutkimuksessaan pikemminkin oikeuttamisteorian eri lähestymistapojen kriittiseen tarkasteluun, mikä vaatisi ansioistaan huolimatta tiivistämistä. Sen sijaan avainkäsitteistönä sovellettavan seitsemän arvomaailman aatehistorialliset juuret olisi syytä tuoda näkyvästi pohdittaviksi, eikä ottaa niitä annettuina ja jättää ne esittelemättä. Yhtä lailla tekstintutkimusta koskevat metodologiset ratkaisut olisi esiteltävä. Miten raportittekstit nivelletään oikeuttamisteoriaan; mitä tulkitseminen on? Vastausten sijaan Malmelin viittaa

nopeasti diskurssianalyttisen menetelmän puutteisiin, aineistolähtöisen ja käsitteisiin nojautuvan tutkimuksen eroihin sekä joihinkin tutkimustapoihin ”subjektiivisena mielivaltaana” (s. 59, 86, 92, 96, 200), mikä ei ole erityisen vakuuttavaa. Yritysvastuuraporttien luenta ei myöskään lunasta teoriakurssien lupauksia historiallisuudesta. Kuva esimerkiksi suomalaisen yhteiskunnan (arvo)historias-ta on ohut. On ylipäättään haastava kysymys, missä historiallisessa kontekstissa yritysvastuupuheen merkityksiä pitäisi tuottaa. Tekstinä *Arvojen markkinat* sisältää liikaa Boltanskin ja Thévenot’n teorian ylistämistä sekä töksähtäviä luvun- ja kappaleenloppuja.

Metodologiset ongelmat eivät tee tyhjiksi Malmelinin osuvia substantiaalisia havaintoja. Tutkimus osoittaa, että yritysten moraalisen julkisesta oikeuttamisesta on tullut institutionaalinen ilmiö ja merkittävä osa yhteiskunnan moraalikeskustelua. Ilmiö on muutoksenalainen: esimerkiksi monet seikat, jotka ennen 1980-lukua olivat valtiollisen sääntelyn tai järjestäytyneen sopimisen piirissä, ovat päätyneet huomattavasti avoimemmiksi moraalikysymyksiksi, kun yritysmaailma on irtautunut kansallisista rajoista. Sen seurauksena yritykset voivat tuoda huomattavana *hyveenä* esille vaikkapa sen, että ne maksavat (laissa määrättyjä) veroja. Malmelin tekee näkyväksi, miten vastuun, oikeudenmukaisuuden ja kehityksen tapaiset käsitteet voidaan asettaa hyvin monenlaisen legitimaation välineiksi loputtoman merkityspotentialinsa vuoksi. Erityisesti kodin arvomaailman käsitteily havainnollistaa, miten arvokeskustelussa vanhojen käsitteiden

(kuten koti, paikallisuus) sisällöt joudutaan tuhoamaan uusien tieltä – piirre, jota myös esimerkiksi historiantutkija Pauli Kettunen on eri yhteyksissä tarkastellut.

Ratkaisevan aseman Malmelin tulkinnoissa saa ”projektien arvomaailma”, jolla hän täydentää aiempaa arvomaailmojen typologiaa. Kyse on strategiasta, jossa yritykset pilkkovat ja muuntavat esimerkiksi ihmisoikeuksien tapaiset suuret haasteet sopivaan muotoon todentaakseen toimiansa eettisyyttä. Projektien arvomaailman

voi nähdä tulkintakäsitteenä, joka vastaa Sorsan ja Eskelisen (*Sosiologia* 3:2011) esiin nostamiin oikeuttamisteorian metodologisiin ongelmiin, joskaan Malmelin ei sitä eksplisiittisesti sellaisena esitä. Sen avulla hän tavoittaa kuitenkin kompleksiset prosessit, joissa yritys määrittelee aktiivisesti moraalikiistoja, joiden osana se on. Toettaessaan yhteiskuntavastuuta lyhyinä ja irrallisina projekteina yritykset voivat siis *pelata* julkisuudessa sillä epämääräisyydellä, joka jää korkeiden ihanteiden ja

käytännön tekojen välille. Toisaalta niiden on hyvin vaikea välttää osallistumista tähän dialogiin, jossa niitä jatkuvasti haastetaan. *Arvojen markkinat* kuvaa tätä suuren yleisön moraalivaateiden ja markkinoiden tulosmoraalin ristivetoa sen moninaisuuden tavoittaen.

Ville Sassi