

Teollisuushistoriikit

Dosentti Markku Kuisma esitti historiantutkijan näkemyksen teollisuuden historiikeista XII Tekniikan museopäivillä 27–28. 9. 1989 Tekniikan museossa. Seuraava teksti perustuu hänen puheeseensa.

Historiantutkimuksen koko kenttä on tänä päivänä varsin laaja. Siksi yhtenäisen kuvan luominen historiantutkimuksen suhteesta teollisuushistoriaan ja -historiikkeihin on vaikeaa: esimerkiksi poliittisen historian tutkijat tarkastelevat teollisuusyritysten ja -laitosten historiaa toisesta näkökulmasta kuin vaikkapa taloushistorioitsijat tai taidehistorioitsijat.

Yhdestä asiasta historiantutkijat ovat kuitenkin luultavasti yhtä mieltä: pätevä ja korkeatasoinen historiantutkimus ei ole kiiltokuva eikä ylisanoihin höyrytetty menestystarina vailla verta.

Tätä peruslähtökohtaa ei käytännössä aina ole helppo hyväksyä, silloin kun on kysymys teollisuus- ja muun yrityshistorian kaltaisesta tilaustutkimuksesta. Ja tämä seikka puolestaan muodostaa ainakin potentiaalisen hankauskohdan historiantutkijoiden ja tilaustutkimuksen suhteeseen.

Yrityksen historian julkaiseminen mielletään usein organisaation päämääriä edistäväksi propagandaksi eli markkinointiviestinnäksi, jossa ihanteellisena lopputuotteena kangastelee mielessä sisällöltään silkoinen ja ulkoasultaan mielellään pramea lahjapaketti.

Tällaisista hengentuotteista käytetään historiantutkijoiden ehkä hieman ahdaskatseissa ammattipiireissä »historiikin» halventavalta kalskahtavaa nimitystä erotukseksi varsinaisesta »historiasta» eli historiantutkimuksesta.

Talushistorian emeritus professori Sven-Erik Åström on eräässä yhteydessä (Ekonomiska Samfundets tidskrift, 1965) verrannut yrityshistoriikka kauniisti pakattuun konvehtikaramellirasiaan, joka on tarkoitettu avaamaan tietä kauniin naisen sydämeen tai luomaan hyväntahtoista muminaa perhepiirissä. Historiikin tunnusmerkkeihin kuuluu saman määritelmän mukaan totuudenmukaisuutensa puolesta epämääräisten anekdoottien viljely ja yrityksen kriisien ja draamatusten käännekohtien piilottelu. Kuvaaan kuuluu, että lähdekriittistä tutkimusta ei historiikka varten ole välitetty, osattu tai ehditty tehdä.

On tietysti itsestään selvää, että yrityksen kaikki toiminnot valjastetaan palvelemaan sen tavoitteita. Tästä ei ole pahaa sanottavaa.

Ongelman ydin on siinä — ja tämän ovat itse asiassa monet yritykset oivaltaneet — että laadukas historiantutkimus palvelee yrityksen etua ja myönteisen yrityskuvan kehittämistä aivan toisella tavalla kuin päivänperhoiksi jäävät, mutta kustannuksiltaan vähintään samaa luokkaa olevat mainoskirjaset.

Hyvän yrityshistoriallisen tutkimuksen rahoittaminen ja julkaiseminen on sitä paitsi kulttuuriteko, oikeaa tieteen sponsorointia, jolla on pysyvää arvoa ei vain taloushistoriallisen tutkimuksen edistämiseksi vaan koko Suomen identiteetin luomisessa. Valitettavasti on nimittäin niin, että elleivät yritykset tutkittua omia vaiheitaan ja sillä tavoin kartuta historiallista ja taloudellista tietämystämme, ei siitä kukaan muukaan huolehdi. Aukko, jonka puuttuvat yrityshistoriat jättäisivät tutkimuksen kenttään ja samalla tutkimuksen pohjalta hahmottuvaan historia- ja yhteiskuntakuvaan, olisi kohdalokas pitkällä tähtäyksellä luultavasti myös teollisuuden itsensä kannalta.

Ei olekaan sattuma, että lähes kaikilla japanilaisilla ja lukuisilla muilla hyvin menestyneillä kansainvälisillä suuryhtiöillä on palkkalistoillaan yrityshistorioitsijoita. Historioitsijoita hyödynnetään samalla yhtiöiden sisäisissä johdon koulutusohjelmissä: heidän odotetaan tarjoavan tässä yhteydessä kaivattua laajempaa perspektiiviä ja hyödyllisiä case-study-tehtäviä. Historia tarjoaa halvalla kokemuksia, joista aikanaan on maksettu kalliisti.

Historiaa mahdotonta kiertää

Pragmaattinen suhtautuminen yrityshistoriaan on ilmeisesti voittamassa alaa laajemmaltikin. Joka tapauksessa mielenkiintoiselta vaikuttaa sen pohdinta, jota joukko nimekkäitä tutkijoita ja yritysjohtajia harrasti muutama vuosi sitten Harvard Business Review'n pyöreän pöydän keskustelussa otsikolla »Why history matters to managers» (1986:1).

Pohdinnan lähtökohtana oli ehkä hieman banaali, mutta kiistaton tosi-seikka, jonka mukaan kaikki tulevaisuutta koskeva päätöksenteko perustuu aina menneisyyden kokemuksiin, historiaan. Menneisyydessä syntyneet ja luodut rakenteet hallitsevat myös

nykyhetkeä: yhdenkään suuren organisaation — yrityksen, kansakunnan, kansainvälisen talousjärjestelmän — suunta ei muutu kädenkäänteessä.

Tämä itsestäänselvyys ohjaa jokaisen päätöksentekijän, niin poliittisen johtajan kuin yritysjohtajankin, toimintaa. Kokonaan toinen asia on, että harva yritysjohtaja tunnustaa, tai ehkä paremminkin tunnistaa, tämän omassa toiminnassaan. Dynaamisuuden ja eteenpäin ryntäämisen huumassa historia ymmärretään usein kuolleeksi hautausmaaksi, muistomerkkien, museoiden ja merkkivuosien maailmaksi, jolla on korkeintaan kuriositeettiarvoa.

Käytännössä historiaa on kuitenkin mahdoton kiertää. Konkreettinen esimerkki yritysmaailmassa usein esiintyvistä ilmiöistä, yrityskaupasta, selventänee toteamuksen merkitystä.

Tuskin kukaan yritysjohtaja ostaa toista yritystä selvittämättä ensin, minkälaisesta yrityksestä on kysymys. Siksi on tiedettävä, miten tuo yritys on kasvanut ja kehittynyt, mihin se on perustanut menestyksensä, mitkä ovat sen vahvat ja heikot puolet, minkälainen sen kannattavuus on ollut, mistä sen varallisuus on muodostunut, mikä on sen toimintafilosofia ja kulttuuri, mitä yrityksen sitoumukset ja suhteet sidosryhmiin sisältävät, minkälainen henki yrityksessä vallitsee, mikä on henkilökunnan asema jne. . . .

Kaikki nämä kysymykset ovat luonteeltaan historiallisia. Juuri samanlaisia kysymyksiä historiantutkija asettaa lähdemateriaalilleen ryhtyessään tutkimaan ja kirjoittamaan yrityksen historiaa. Ja kummassakin tapauksessa etsitään tietoja ja mahdollisimman luotettavasti ja kriittisesti punnittuja vaikutusyhteyksiä, ei mainosmiesten sanahelinää tai kiiltokuvia.

Juuri siksi yrityksen pragmaattiset tarpeet ja hieman vaikeammin tulkittavissa oleva yrityskuvan edistäminen osuvat hyvin yhteen historiantutkimuksen intressien kanssa. Suuntaa mainoskirjasista, kronikoista ja löyhistä historiikeista olisi siis mitä ilmeisemmin vahvistettava kohti ns. vakavaa, tieteellistä pelisääntöjä noudattavaa tutkimusta.

Tämä vaatimus ei ymmärtääkseni ole millään tavoin ristiriidassa yrityshistorialle asetettavien muiden vaati-

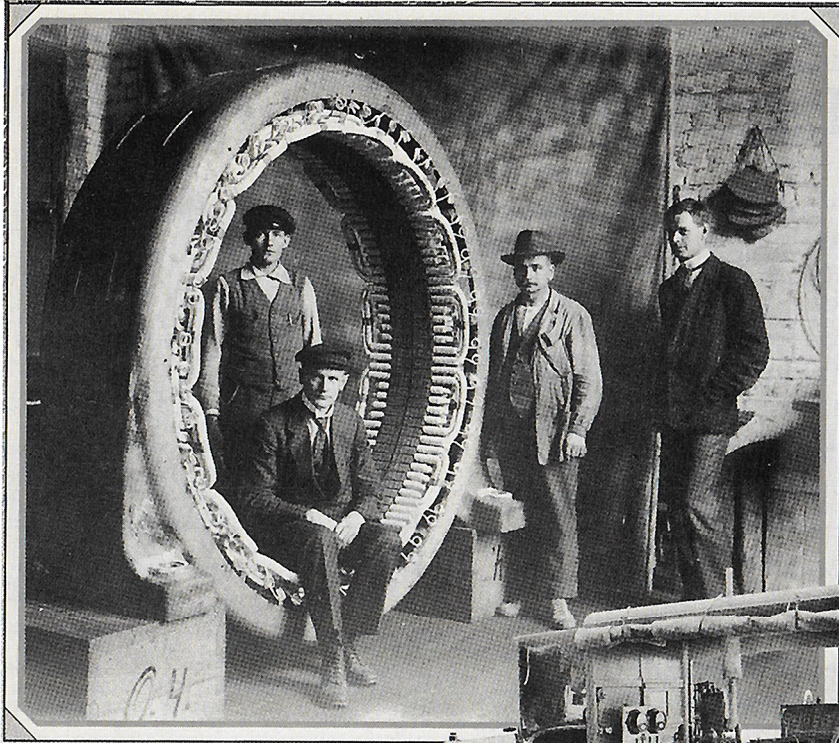
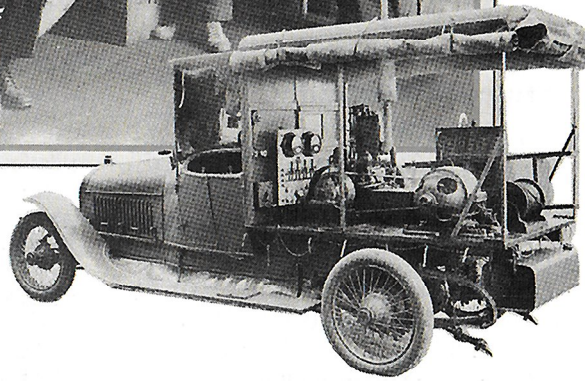


ABB Strömbergin 100-vuotisjuhlavuoden valokuvanäyttely 1989. Helsingin kaupunginmuseo, Karamzinink. 2.



musten, esimerkiksi helppotajuisuuden ja luettavuuden, kanssa. Eikä se myöskään estä yritystä etsimästä vaihtelua erilaisista, ehkä keveämmistä, ehkä mainosluonteisemmista juhla- ja kisa-aiheista.

Laadukas yrityshistoriallinen tutkimus tarjoaa nimittäin hyvää aineistoa tällaisiin tarkoituksiin ja itse asiassa moniin muihin yrityksen tarpeisiin. Yrityshistoriaa onkin perustellusti pidettävä investointina, joka melko nopeasti maksaa itsensä takaisin.

Umpioituneisuudesta parempiin historiikkeihin

Teollisuus- ja yrityshistoriallisen kirjallisuuden tieteellisen tason kohottamisvaatimukset voidaan helposti tulkita vain historian tutkijoiden korporatiivisten intressien ajamiseksi.

Varmasti osittain tästä onkin kysymys, mutta todellakin vain vähäiseltä osin. Historiantutkimuksen koko laajassa kentässä yrityshistoria on nimittäin varsin perifeerinen ja ehkä ansiottomankin heikosti arvostettu alalaji, jota kohtaan edes sitä lähellä olevat taloushistorioitsijat eivät aina tunne erityisen elävää kiinnostusta.

Erityistä pyrkyä teollisuushistorian tai -historiikkien kirjoittajaksi ei »ammattikunnan» piirissä siis ole. Osittain

tähän kompastuu myös toive kohottaa alan tutkimuksellista tasoa. Ja tämä taas on historian tutkimuksen kannalta vahinko, sillä etenkin suuryrityksiin kohdistuva tutkimus hyödyntäisi laajalti muutakin kuin taloushistoriaa. Esimerkiksi suuryritysten poliittinen rooli, sosiaalishistoriallinen merkitys, kauppapoliittiset kytkennät ja monet muut tärkeät kysymykset jäävät ikävä kyllä selvittämättä, jos tehtävä liiaksi jää muiden kuin historian tutkijoiden harteille.

Oman kysymyksensä muodostaa sekin, minkälainen yrityshistorian tulisi rakenteeltaan ja olemukseltaan olla, jotta se eniten hyödyttäisi historian tutkimusta — ja näkemykseni mukaan siis myös yritystä.

Aiemmin todettuun viitaten itsensä selvänä edellytyksinä on pidettävä historian tutkimusten normaalien metodisten vaatimusten täyttämistä. Niihin kuuluvat paitsi kriittinen lähdetutkimus — ja ainakin keskeisimmän lähdemateriaalin osoittaminen — myös terävä kysymyksenasettelu ja vertaileva ote tutkittavan yrityksen ominaisluonteen määrittämiseksi; yritys on sijoitettava osaksi niin kansallista kuin kansainvälistä kokonaisuutta.

Muistettava on myös, ettei historian tutkimus ole kaikkien aiheeseen liittyvien tietojen keruuta samojen kansion väliin. Kysymyksenasettelu ja enemmän tai vähemmän eksplisiitti-

sesti myös tutkijan omaksuma teoria, perusnäkemys, yhteiskunnan, talouden ja yritysten toiminnan luonteesta ohjaavat ja rakentavat esitystä kompaktiksi kokonaisuudeksi.

Tavanomaisin tapa kirjoittaa yrityshistoriaa on monografia, kokonaisesitys, jossa yrityksen keskeisimmät vaiheet esitetään useimmiten sen perustamisesta nykypäivään. Tätä tapaa ei ole syytä hylätä, olkoonkin, että esimerkiksi esityksen suhteen voisi esittääkin eräitä tarkistuksia.

Monografian rinnalla, sitä täydentävänä ja sille perustaa rakentavana, olisi kuitenkin syytä kokeilla myös muita lähestymistapoja. Erityisen mielenkiintoiselta vaikuttaa temaattisista erikoistutkimuksista muodostettava projekti, jollaisista ainakin muutamilla ruotsalaisilla suuryhtiöillä, esimerkiksi Wallenbergien Stockholms Enskilda Bankilla, on rohkaisevia kokemuksia.

Temaattisissa erikoistutkimuksissa olisi mahdollista perinteistä kokonaisesitystä syvällisemmin tarkastella esimerkiksi yrityksen sosiaalishistoriaa, teknologian kehitystä ja teknologiapolitiikkaa, yrityksen ja paikallisyhteisöjen suhteita, teollisuusarkkitehtuuria, markkinointia tai rahoitusongelmien järjestämistä. Samalla ne voisivat helpommin kuin perinteiset, merkkivuosiin sidotut monografiat toimia uusien metodien ja näkökulmien kokeilukenttinä.

Rahoitus ei uskoakseni olisi suuri este laajempien yrityshistoriallisten hankkeiden toteuttamiselle sen enempää kuin yleisen tutkimuksellisen tason nostamiselle. Rahaa on, jos tahdot löytyy, enkä tahdon löytymisenkään suhteen ole pessimisti.

Kysymys ei sitä paitsi ole suurista summista: pienellä osalla vaikkapa nimekkään purjehduskilpailun sponsorointiin käytetyistä varoista tutkimusta tehtäisiin vuosikausia. Ja hyvin onnistuneen tutkimushankkeen PR-arvo ei välttämättä olisi ainakaan purjehduskilpailua vähäisempi: yllättävän moni elinkeinoelämän ja politiikan päättäjistä on nimittäin purjehduksen ohella vakavasti kiinnostunut myös taloudellisista ja historiallisista kysymyksistä.

Suuremmaksi ongelmaksi muodostuu sen sijaan Suomen henkisten resurssien niukkuus. Päteviä ja samalla halukkaita tutkijoita on vaikea löytää. Tutkijakoulutuksen ongelmiin puolestaan liittyy monilla muillakin elämäntilanteilla näyttäytyvä kansallinen umpioituneisuus. Vaikutteita, uusia lähestymistapoja, kokemuksia ja kokeilevaa mieltä olisi haettava nykyistä enemmän maista, joissa teollisuudella ja siihen kohdistuvalla historiallisella tutkimuksella on vanhemmat ja vahvemmat perinteet.