

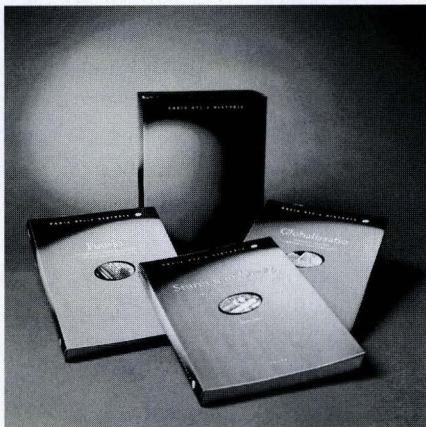
Nokian kuohuissa

Martti Häikiö: Nokia Oyj:n historia. (Kaapeli-, kumi- ja muoviteollisuutta koskevat jaksot: Juhana Aunesluoma). Nokia Oyj ja Edita Oyj, 2001. ISBN: 951-37-3467-6.

1. Fuusio. Yhdistymisen kautta suomalaiseksi monialayritykseksi 1865–1982.

2. Sturm und drang. Suurkaupoilla eurooppalaiseksi elektroniikkayritykseksi 1983–1991.

3. Globalisaatio. Telekommunikaation maailmanvalloitus 1992–2000.



Yksi hukkuu, toinen kelluu, jostakusta tulee mestariuimarikin

Martti Häikiö on rohkea historiantutkija. Hän on tehnyt kadehdittavan ja vaativan työn. Yrityshistorioiden konkari Häikiö on tarttunut Nokia-konsernia, Suomen talouden ja itsetunnon nykyistä tukijalkaa sarvista ja kirjoittanut laajan kolmiosaisen historiateoksen kännykkäkolossin vaiheista. Tosin ei aivan yksin: Juhana Aunesluoma on vastuussa Nokian kaapeli- ja kumitoimialojen

historian kuvaamisesta – toimialojen, jotka nekin ovat erittäin olennaisia nyky-Nokian taustalla.

Paljon onkin virrannut vettä Nokian virrassa jo ennen ensimmäisten matkapuhelinten putkahtamista Salon ja muiden tehtaiden tuotantolinjoilta. Luke mattomia askelia on astuttu Nokian montsareilla ja lantsareilla. Monta mutkaa on matkattu, alla gummitehtaan renkaat. Ja todellakin, hienopaperia on pyyhitty ja kaapelia kiskottu kilometrikaupalla ennen kuin on päästy tähän menestyksen nykyhetkeen, jota historian avulla hahmotetaan ja pönkitetään. Nokia Oyj:n vaiheiden kuvauksesta tuli viime syksyn yrityshistoria numero yksi, joka huomioitiin valtamediassa heti ilmestymisensä jälkeen. Historia-teossarjan pohjalta tehdyn tv-dokumentin haastattelussa Nokian pääjohtaja Jorma Ollila vihjaili, että yhtiö ei välttämättä jatkossa säilytäkään nykyisiä päätoimintoja Suomessa. Verotussoppa kuohui yli.

Itse historiateos ja yrityshistorian tutkimus saivat nekin huomiota. Helsingin Sanomat julkaisi Talous- ja työ -osiossa laajan artikkelin yrityshistorioiden kirjoittamisesta ja kirjoittajien leipäpuusta – leveämmästä tai kapeammasta. HS oli julkaissut kulttuurisivuillaan jo aiemmin ministeri Max Jacobsonin tekemän arvostelun teoksesta. Arvostelijan valintakin osoittaa Nokian yhteiskuntapoliittisen 'kekkoiluokan' painoarvon. Ja tietenkin myös saman aviisin taloussivut uutisoivat historiateoksen paljastuksia: valtio yritti 1970-luvulla sosialisoida suomalaisen elektroniikkateollisuuden. Poliitikot epäonnistuivat, mutta Nokia hätkähti. Pääjohtaja Kairamo ajautui itsemurhaan 1988 sairauden ja paineiden, ei salaliiton takia. Nokia jujutti

Neuvostoliittoa ja viivytteli elektroni-laitteiden sovellutusten lähdekoodien toimittamista kunnes laitteet olivat vanhentuneet.

Nokia Oyj:n historia ei ole siis ainoastaan yrityshistoria muiden joukossa vaan jotain salaperäisempää ja jämäkämpää, niin pehmeisiin kansiin kuin onkin liimattu. Huulilla ovat jälleen tutut kysymykset: mikä on Nokian menestyksen salaisuus? Tuleeko menestys jatkumaan? Voimmeko kloonata uusia nokiaita? Antaisiko juuri tämä kirja lopullisia vastauksia näihin kysymyksiin?

Tässä arvioinnissa tarkoitus ei ole niinkään käsitellä, mitä Nokia Oyj:n historia kertoo tai mahdollisesti paljastaa. Tällaisia arvosteluja ja esittelyjä voi lukea muualta. Lukea kannattaa myös tuo Nokian kolmiosainen historiajärkälä, jossa ensimmäistä kertaa on käytetty yrityksen sellaisia arkistoja, joiden kimppuun pääsemisestä monet ovat vain haaveilleet.

Tässä arviossa pyrimme lähestymään sitä, miten Häikiö ja Aunesluoma Nokian tarinan kertovat. Entä mitä he jättävät kertomatta? Mitä muita tarinan-kerrontatapoja voisi olla?

Samoin voidaan kysyä, miksi Nokia on historiantutkimuksen tilannut. Tarvitsiko Nokia juhla-kirjan yritys-lahjapöydän komistukseksi? Legitimoiko historiantutkimus Nokian tarinan? Yrittääkö Nokia oppia historiastaan? Kenelle tutkimus on tehty?

Huipun tuulet

Selkeässä johdannossa Martti Häikiö toteaa suoraan: ”Tässä teoksessa Nokia Oyj:n vaiheita tarkastellaan ensi sijassa

omistajien ja liikkeenjohdon näkökulmasta.” Tämä pitääkin paikkansa. Tutkijan – ja sitä kautta lukijoiden – mielenkiinnon kohteena ovat suuret yrityskokonaisuudet, päättäjät ja päätökset, jotka ovat vaikuttaneet kokonaisten toimialojen kehitykseen. Ja ainakin välillisesti myös koko Suomeen. Teos muistuttaa perinteistä poliittisen historian suurmiessaagaa. Valtionjohtajan tai sotapäällikön sijasta keskiössä ovat vain yrityskenttäraalit esikuntineen. Sotilasmetaforien turhanaikaisen viljelyn ovat kirjoittajat onneksi jättäneet – mitä nyt muutamat pakolliset ”vallankumoukset” on otettu mukaan.

Vallankumousretoriikka on esimerkiksi kerronnan murrospuheesta. Tällaisen murrospuheen käyttöön voi etsiä useita syitä. Murrosten ja vallankumousten avulla tarinaan saadaan dramatiikkaa ja jännitystä, joka jalostuu nähtävälle varsinkin historiateoksen popularisoivissa arvosteluissa. Murroksellisuus kuuluu myös kaikkiin niihin perusdiskursseihin, joihin Nokia Oyj:n historia tukeutuu. Perinteisen poliittisen suurmieskerronnan lisäksi taloudesta ja teknologiasta kerrotaan murroksen ja jatkuvan liikkeen kautta. Teknologia- ja talousjohtajat eivät halua jäädä tuleen makamaan: ”Olet niin hyvä kuin viimeisin tuotteesi”, todetaan usein – vai pitäisikö sanoa: ”Olet niin hyvä kuin tuleva, vallankumouksellinen tuotteesi”? Murros ja sen korostus pitää ihmiset valppaina. Tässä, varsinkin ylä-tason toimijoiden tasolla näkyvässä murroksellisuudessa on oma jatkuvuutensa. Kulutustutkija Mika Pantzar on todennut, ettei mikään ole niin pysyvää kuin puhe murroksesta!

Emme sinänsä halua kritisoida teos-

ta, vaikka tuulisilta jäävuorten huipuilta ei näykään yksityiskohtaisesti pinnan alle. Nokia-historian kirjoittajat korostavat murroksen sisällä myös jatkuvuutta, yritysten ja konsernin toimintojen kulttuuria ja perinnettä. Häikiö ja Aunesluoma ovat oivallisesti, huolellisesti ja menestyksellisesti tehneet kokonaisuutensa Nokia-konsernin ja sen edeltäjien vaiheista.

Teos kertoo alussa patruuna Fredrik Idestamista ja Nokia ab:n perustamisesta 1860-luvulla. Sen jälkeen seurataan paperitehtaiden, kumitehtaan, kaapelitehtaan ja kumppanien värikkäitä vaiheita ja niiden leikkauskohtia. Kaiken kaikkiaan pääpaino on kuitenkin yritysten vuonna 1966 tapahtuneen varsinaisen fuusion jälkeisessä ajassa, syntyneen Nokia-konsernin toimien kuvauksessa. Ensimmäinen osa, *Fuusio*, ulottuu vuoteen 1982, jonka jälkeen Nokian painopistealue alkoi yhä voimakkaammin kääntyä kohti kulutuselektronikkaa ja tietotekniikkaa. Toinen osa *Sturm und Drang*, myrsky ja kiihko, kuvaa seuraavaa ajanjaksoa vuoteen 1991. Tällöin Nokia voimisti otettaan Euroopan markkinoilla massiivisten yritysostojen avulla. Teoksen keskiössä ovat vuodet 1987 ja 1988, joita Häikiö kuvaa sellaisilla nimikkeillä kuin ”vauhtivuosi”, ”hullu vuosi” tai ”kauhujen vuosi”: nopeasta kasvusta jouduttiin vaikeuksiin ja tappioihin. Kaiken huipuksi tulivat keskeisten johtajien Timo Kosken ja Kari Kairamon dramaattiset kuolemat. Ensimmäinen mainittu menehtyi lentokoneessa saamansa sairauskohtauksen jälkeen, toinen päätyi itsemurhaan. 1990-luvun alkuun jatkunut yhtymätason kriisi alkoi. Kolmannen vuosituhannen vaihteeseen ulottuvan *Globalisaatio*-osan aikana

Nokia keskittyy tietoliikenteeseen, matkapuhelimiin ja puhelinverkkoihin noston maailman markkinajohtajaksi. Menestyksen keskeinen tekijä on Jorma Ollila, joka sekavien neuvotteluvaiheiden jälkeen kohosi yhtiön pääjohtajaksi. Osan lopusta löytyy kattava tiivistelmä ja selitysoasa, ’lukuopas’, jossa Martti Häikiö antaa vastauksia suurempiin ja pienempiin tutkimuskysymyksiin.

Yritysjohdon näkökulmasta katsottuna Nokian tarina on kerrottu kattavasti, tarkasti ja mahdollisimman objektiivisesti muun muassa alkuperäisasiakirjoihin ja keskeisten toimijoiden haastatteluihin tukeutuen. Empiria on vakuuttavaa. Häikiö ja Aunesluoma marssittavat esiin taloutta kuvaavia lukuja ja kaavioita, yritysten ja johtajiston nimiä loppumattomina jonoina. Kaikkea tätä tuetaan yritysjohtajien pienoiselämäkerroilla ja pitkälti konventionaalisella kuvituksen valinnalla. Potreiteissa poseeraavat yritysjohtajat, yksin tai ryhmässä, keskustelemassa, pohtimassa, joskus edustamassakin, vaikkapa veneen kannella. Toki on selvää, ettei voida kiistää yritysjohtamisen merkitystä Nokian kaltaisen suuryrityksen menestykselle. Nokia on kaiken kaikkiaan ollut varsin johtajakeskeinen yritys, niin hyvässä kuin pahassa. Johtaja on yritysdivisioonan keulakuva, joka tekee päätökset, esiintyy julkisuudessa ja näyttää esimerkkiä omalla toiminnallaan.

Historiatieteen säännöt

Opponenttitasoisesti kommentoiden voi todeta, että kolmiosainen teossarja on rakennettu historiatieteen kaikkien

sääntöjen mukaan. Otsikko on kattava ja pääkysymys selkeä: "miten selittää yhtiön huikkea nousu maailman suurimpien yritysten joukkoon 1990-luvulla?" Vastaukset ovat perusteellisia ja perusteltuja. Häikiö antaa vastaukseksi kolmen ilmiön yhteisvaikutuksen, deregulaation, digitalisoinnin ja GSM-järjestelmän. Kilpailun avaamista siivittivät siis hyppy analogisesta tekniikasta digitaalitekniikkaan ja myöhemmin maailmanlaajuiseen suosioon noussut GSM-standardi. Kokenut Nokia onnistui pysymään muutoksen harjalla ja edelläkävijänä.

Kehitys ei tietenkään ole ollut suora- viivaista tai itsestään selvää. Monet päätökset ovat voineet olla myös aivan sattunaisia ja huonojakin: ennen menestyksestä kännykkäkäännettä Nokia kävi askeleen päässä kuilun reunalta. Kulutuselektroniikkaan ja televisiotuotantoon satsaaminen epäonnistui 1980-luvun lopulla, koska saneerauksia ei viety loppuun. Koko monitorituotantokin lopetettiin taannoin, kun Nokia halusi viimein päästä kaikista tv-alan rippeistäkin eroon. Joskus aiemmin tv-jutut oli kuitenkin nähty kaikkein kiinnostavimpana laajenemisen mahdollisuutena. Kari Kairamo kumppaneineen visioi 1980-luvun loppupuolella televisiosta kodin informaatioteknologisena viihdekeskuksena. Liian aikaisin, kenties? Nokiaakin on tehty vääriä päätöksiä, kuten kaikissa muissakin firmoissa.

Historiateokset kertovat näistäkin vaiheista, epäonnistuneista ratkaisuista. Tarinan kuljetus ja jako on onnistunut. Historiateos on synteesi, joka paikkaa vanhoja yrityshistorioita, osatutkimuksia ja popularisoivia puolitotuksia, joiden tekoa Nokian mahtava merkitys on

siivittänyt. Nokia Sagat ja muut populaariteokset voi pitkälti korvata vankalla tutkimustiedolla.

On selvää, ettei historiantutkija voi kertoa kaikkea synteetiksi tarkoitettussa tarinassaan. Haluamme kuitenkin kysyä, miksi juuri talouspolitiikan ja yritysjohdon näkökulma on se, joka itsestään selvästi dominoi, hallitsee käsittelyä. Entä miksi Häikiö haluaa ohjata jatkotutkimusta tiettyyn suuntaan: "Erityisesti toivon, että menestystuotteiden takana olevan tekniikan ja teknologisten murrosten sekä tutkimuksen ja tuotekehityksen historiaa syvennetään tulevassa tutkimuksessa." Miksi teoskolmikosta on pitkälti saneerattu ulos yrityksen työntekijät, asiakkaat ja jopa tuotteet? Miksi tuotteiden muotoilusta, käytöstä ja markkinoinnista puhutaan vain sivulauseissa?

Nokian tuotteet ja 'tavalliset ihmiset', tuotteiden käyttäjät, saavat tilaa lähinnä pienissä kuvissa ja kuvateksteissä. Hyvä edes niin! Mutta teosta olisi voinut piristää vaikkapa sellainen ratkaisu, että johtajien pienoiselämäkertojen rinnalle olisi nostettu yksittäisten työntekijöiden tai jopa kännykän ja vessapaperirullan 'elämäkerrat'.

Tästä olisi helppo loikata pitkään jatkuneeseen keskusteluun arjen historiasta ja sen merkityksestä. Voitaisiin ponkkaista väittäelyyn, onko olennaisinta keskittyä suurten päätösten vaikutuksiin ja poikkeusyksilöiden, päättäjien toimiin, ja onko ns. tavallinen ihminen vain näiden toimien kohde, jonka valinnoilla ei sinänsä ole merkitystä. Menemättä tässä sen syvemmälle, voidaan todeta, että varmaan kaikki kulutuselektroniikka-alan ihmisetkin myöntävät, että tavallisen ihmisen valinnoilla on merkitystä.

Valintojen pikku puroistahan syntyvät loppujen lopuksi ne rahavirrat, joilla bisnestä pyöritetään...

Rinnastamalla yksittäisen ihmisen arkea ja yritysjohton näkökulmia Nokian historiasta olisi voinut tulla paitsi informatiivisempi, myös kokonaisvaltaisempi katsaus teollisuuden ja teknologian historiaan. Teknologiahän ei tarkoita vain laitteita ja koneita, vaan myös niiden käyttöä ja käyttötilanteita. Perimmäinen kysymys kuuluukin, voiko näitä asioita erottaa toisistaan. Voiko menestystuotteita – tai floppeja, miten nämä ikinä määritelläänkään – käsitellä puuttumatta siihen, mitkä seikat ovat tehneet tuotteista menestyksekkäitä? Kysymysten sarjaa voisi jatkaa: voiko menestyvän suuryrityksen historiaa käsitellä paneutumatta niihin tuotteisiin, joiden houkuttelevuus asiakkaiden silmissä on tehnyt yrityksestä menestyvän? Ovatko käyttäjät ja asiakkaat, nämä kuuluisat 'kohderyhmät', vain tiellä kirjoitettaessa tarinaa yritysjohton päätöksistä?

Tilannetta voisi vertauskuvallisesti lähestyä puhumalla laivasta, jota kapteeni miehistöineen ohjaa vakaasti halki myrskyävän meren. Kaikkia kiinnostaa, minne laiva on menossa ja pääseekö se onnellisesti perille. Toki toivomme, että kapteeni tekisi tilanteessa kuin tilanteessa viisaita ja oikeiksi osoittautuvia päätöksiä. Mutta kuka esittäisi kysymyksen siitä, miksi laiva ylipäättään on liikkeellä? Mitä sillä on lastinaan? Ja entä miksi meri sitten myrskyää?

Kattavuutta tunteiden historian kautta?

Voiko kokonaisuusityksiä laatia niin, että laajempi kulttuurinen konteksti ja yrityksen eri toiminnot nivoutuvat yhteen? Yksi ratkaisu on kirjoittaa osahistorioita, vaikkapa erillisiä yritysten käyttäjä-, tuote- ja asiakshistorioita ja kirjoittaa ne teossarjan osiksi. Toinen ratkaisu on se, että kirjoittaja vain valitsee selkeän näkökulman ja toivoo seuraavien historiapolvien kirjoittavan organisaatiohistoriaa toisesta näkökulmasta, kiinnittäen päähuomion johonkin muualle, toisiin kysymyksiin, lähteisiin ja lähteiden lukutapoihin. Kolmas mahdollisuus, niin kuin tässä tapauksessa osapuulle on tehty, on se, että kuvissa ja kuvateksteissä kerrotaan toisenlaisia tarinoita kuin leipätekstissä. Kokonaisuusityksestä tulee näin monipuolisempi ja kattavampi ilman että suuren tarinan kuljettaminen pahemmin häiriintyy.

Tarinallistamisen tapoja on muitakin, vaikka tutkijan ja tarinoitsijan on toki aina tehtävä valinta eri tapojen välillä ja otettava yksi tietoinen positio. Tutkijan on otettava paikka, jossa hän ei unohda muita näkökulmia, mutta kantaa vastuun omasta näkemyksestään ja lähtökohdistaan. Millä tavoin Nokian tarinan voisi kertoa totaalisesti mutta erityisesti? Seuraavassa yksi esimerkki, jonka tarkoitus ei ole yrittää opettaa Nokian historian kirjoittajia tai muita tutkijoita vaan toimia keskustelun-avauksena.

Nokian tapauksessa lähtökohdaksi voidaan hyvin ottaa Häikiön käyttämä tutkimuskysymys: ”miten selittää yhtiön huikea nousu maailman suurimpien

yritysten joukkoon 1990-luvulla". Mutta miksi nykytutkijaa kiinnostaa juuri tämä kysymys? Tämäkin kysymys kaipaa vastausta.

Vastausta voidaan hakea Nokian merkityksestä. Kyse ei ole pelkästään kansantaloudellisesta painoarvosta, vaan myös kansallisesta itsetunnosta, jonkinlaisen menestyksen tuomasta kollektiivisesta itsevarmuudesta ja innostuksesta, joka sisältää kuitenkin epäilyn onnen väliaikaisuudesta. Laajemman itsetunnon lisäksi innostus näkyy kuluttajien ostopäätöksinä: käyttäjät ostavat kännyköiden lisäksi itselleen palan digitaalista unelmaa ja nokiaalaista menestystarinaa. Näin meistä tavallisista tallaisistakin tulee yrityksen voittokulun myötä osa jatkuvaa 'Nokia-saagaa'. Onhan hienoa, että 'suomalainen' yritys voi nousta johtavaksi maailmassa. Suomi on edelläkävijä informaatioteknologiassa, siis juuri sillä sektorilla, joka koetaan maailmassa keskeiseksi. Suomi on niin ikään mallitietoyhteiskunta, josta muut voisivat ottaa oppia.

Voidaan kysyä, mitä sellaista täällä Suomessa on, että se on siivittänyt Nokian huimaan nousuun. Mikä on tehnyt teleliikenteestä ja informaatioteknologiasta, digitaalisuudesta yleensä, niin merkittävän ilmiön? Millaisia arjen ja kulutuksen valintoja digitaalisuus pitää sisällään? Voiko nokiaalainen menestystarina toistua? Tai onko se vaarassa päättyä?

Historioitsija haluaa selittää tietenkin tätä kaikkea historian kautta, ajallisena ilmiönä. Ajallisia ilmiöitä ovat sekä Nokia yrityksenä että informaatioteknologinen innostus ylipäätään. Nokian kautta voitaisiinkin kirjoittaa yleistä (kulttuuri)historiaa, jossa eri tasojen

toimijat saavat oman painoarvonsa, yleisten ja erityisten kysymysten kautta.

Historiallista kertomusta on mahdollista hahmottaa politiikan ja talouden ohella vaikkapa tunteiden, emootioiden kautta. Nokiankin historia on pitkälti tunteiden historiaa: teknologisen innostuksen, poliittisten pelkojen, ylpeyden ja ennakkoluulojen, epäilyn, onnistumisen riemun ja itsevarmuuden historiaa. Nämä tuntemukset leikkaavat niin ylimmän kerroksen kabinettien johtajien kuin tuotesuunnittelijoiden, muotoilijoiden, mainostajien, linjalla työskentelevien työntekijöiden ja asiakkaiden kokemuspäiriä. Nämä tuntemukset voitaisiin ottaa tutkimuksen lähtökohdaksi ja rungoksi ilman että empiriasta tai tavallisemmista esittämisen konventioista tarvitsisi tinkiä.

Emootioiden käsittely toisi esitykseen myös erilaisten toimijoiden ja kokemusten erittelyä. Jos Nokiaa, sen tuotteita ja niiden käyttötapoja pohdittaisiin yksittäisten ihmisten, organisaatioiden ja yritysten kannalta, tarkastelukulma kääntyisi niiden *merkitysten* tutkimiseen. Seuraavaksi voisikin visioida "Mitä Nokia merkitsee?" -nimistä kirjaprojektia. Tällaiseen esitykseen tulisi mukaan automaattisesti myös laajaa näkökulmaa, sillä merkityksellisyyden tutkiminen pitäisi sijoittaa kuhunkin kontekstiin, jossa merkityksellistämistä tapahtuu.

Minkälaista kuvaa tällainen teos antaisi Nokian historiasta? Häikiön kirjoittama, yritysjohton näkökulmaa edustava Nokian historia ei tarjoa varsinaisia yllätyksiä, vaan taustalla on ikään kuin pyrkimys "tuoda asiat julki", kirjoittaa ne "virallisiksi raporteiksi" yksien kansien väliin. Kulttuurihisto-

riallisen tarkastelun poikkeama Häikiön teokseen syntyisi jo siitä, että ei enää kerrottaisikaan kaikille jo tuttuja tarinoita eikä työ olisi menneisyyden tapahtumien ylöskirjaamista. Nokian menneisyyttä alettaisiin purkaa sen tuotteiden ja niiden käytön kautta, ja huomio kiinnitettäisiin yrityksen asiakkaisiin eli niihin ihmisiin, joita varten yritys on ylipäänsä olemassa.

Historiankirjoitus ja yrityksen intressit

Huomiotta ei Nokian historiaa arvioitaessa voi jättää sitä seikkaa, että teos itsessään on Nokian tilaama. Nokia Oyj on maksanut Häikiölle kuukausipalkkaa työtehtävän toteuttamiseksi. Kärjistäen voisikin kysyä, onko yritysjohto teettänyt 'itsestään' ja samassa asemassa olleista edeltäjistään historiikin, jossa koko konsernin toimintaa, päätöksiä ja tuotantoa, tarkastellaan heidän omasta näkökulmastaan. Koska yritysjohdolla ei ole kontrollia siihen, mitä tavalliset ihmiset, käyttäjät ja asiakkaat, heistä ajattelevat, on nämä jätetty kokonaan pois.

Osaltaan tämäntyyppinen keskustelu Nokian historiankirjoitusprojektista kuvastaa myös sitä, että yritysmaailman ja historiankirjoituksen intressit hylkivät toisiaan varsin syvässä mielessä. Voisiko Nokia tilata itsestään tutkimuksen, joka kyseenalaistaisi sen toimintaperiaatteiden takana olevia perusolettamuksia tieteen hyväksi? On toki niin, että Häikiön teos on huolellista, perusteltua ja kaikin puolin hyväksyttävissä olevaa historiankirjoitusta, mutta olisiko historia voinut muodostua tyystin

toisenlaiseksi teokseksi niiden taustaoletusten puitteissa, jotka projektia ovat ohjanneet?

Historiantutkimuksen kannalta teos on ongelmallinen myös sikäli, että sen asema 'virallisena' historiana on horjuttamaton. Muut tutkijat voivat toki kirjoittaa omia teoksiaan samasta aiheesta, mutta tuskin niitä arvioimaan kutsutaan Max Jacobssonin Helsingin Sanomiin... Muilla historiantutkimuksellisilla tulkinnoilla Nokiasta ei tule koskaan olemaan samanlaista kansallisen tason asemaa kuin Häikiön teoksella. Näin on todettava, että todellinen (historian)tutkimuksellinen keskustelu aiheesta on pohjimmiltaan mahdotonta.

Mutta onneksi sentään Nokia on avannut arkistonsa muidenkin tutkijoiden käytettäväksi. Tähän asti Häikiöllä on ollut lähes monopoliasema Nokian virallisten dokumenttien tutkimukseen. Arkistoja on siirretty Elinkeinoelämän keskusarkistoon Mikkeliin. Siellä papeerien pitäisi olla ainakin osittain muidenkin tutkijoiden käytössä.

Jaakko Suominen & Tanja Sihvonen