

västä problematiikasta. Kuitenkin joissain yhteyksissä testien käyttöön liittyy turhaakin tilastollisten normien kunnioittamista, esim. kun hän jättää joissain yhteyksissä suorittamatta yhdysvaikutusten tarkastelun 2-suuntaisella varianssianalyysillä, koska hänen mielestään muuttajat eivät ole riittävän normaalijakautuneita.

Myös empiirisessä osassa on kuitenkin hieman heikompiakin puolia. Kaikkien tutkimuksen peruskyselylomake on kohtuullisen vaatimaton. Väitöskirjatutkimuksen sitominen näin tiukasti näin ohueen sekundaariaineistoon on ollut rohkea teko. Epäonnistumisen mahdollisuudet ovat olleet moninaiset. Kuitenkin tekijän

tapa käsitellä lomaketta toisaalta vuoteen 2001 kohdistuvana yksilötason poikkileikkausaineistona toisaalta vuosien 1997–2001 aikana työyhteisöissä tapahtuneen aggregaattitasoisen muutoksen ilmentäjänä osoittaa tekijän kypsyttäneen tutkijana.

Ehkä suurin pulma tutkimuksessa on, että tutkija nojaa niin täysin kvantitatiiviseen aineistoonsa ja luottaa sen antamiin tuloksiin joskus sokeasti. Niinpä joissakin osissa tutkimusta on sorruttu jopa liioitteluun. Jotkut muutosta koskevat väitteet tuntuivat epäuskottavilta, jos ne perustuvat vain muutaman sadan osan eroihin keskiarvoissa.

Kaikkiaan tutkimus on teo-

reettisesti perusteltu ja sen tulokset ovat tulkittavissa myös teoreettisesti. Tekijä haluaa tehdä kvantitatiivista tutkimusta, jossa teoreettiset näkökulmat johdattavat aineiston analyysia ja ovat matkassa sen tulkinnassa. Aineiston luonteesta ja syntyhistoriasta johtuen tämän kaltaista teoreettista kehikkoa ei ole ollut lähtökohtaisesti olemassa vaan tekijä on joutunut konstruomaan sen jälkikäteen. Tutkimus on toteutettu huolella, se kokoa yhteen suuren määrän jo aiemmin tehtyjä tutkimuksia ja liittää näistä tutkimuksista koostetut tiedot yhteen laajan empiirisen aineiston kanssa. Tutkimus on suositeltavaa luettavaa aiheesta kiinnostuneille.

Pauli Juuti

PUKEUTUMINENKIN KERTOO TYÖKULTTUURISTA

Johanna Aholainen: *Organizational Identity and Work Dress. Observing Sales Personnel in an Insurance Company. Sosiaalipsykologisia tutkimuksia 10, Sosiaalipsykologian laitos, Helsingin yliopisto, 2003. 340 + 30 sivua.*

Pukeutuminen, tuo vanhan ajattelutavan mukaisesti turhamainen ja vieläpä naisten erityisalueena pidetty käyttäytymisen alue, on luonteva osa kaikkea kulttuuriin sidottua toimintaa ja inhimillistä käyttäytymistä. Vaatteet ilmaisevat ihmisen yhteyttä ympäristöönsä ja aikakauteensa. Näennäisesti vapaat valinnat

pukeutumisessa ovat kiintoisia, kun niitä tarkastellaan kulttuurisissa yhteyksissään. Onkin oikeastaan hämmästyttävää, miksi aluetta on niin vähän tutkittu. Pukeutumisen yksilölliset merkitykset, merkitysten yhteys organisaatioon ja organisaatiokäyttäytymiseen on monestakin syystä mielenkiintoinen väitöskirjan aihevalinta Johanna Aholaiselta. Työn alussa hän siteeraa William Jamesiä: "Ihminen koostuu kolmesta osasta, sielusta, ruumiista ja vaatteista".

Organisaatioidentiteetti ja yksilön identifioituminen organisaatioon sivuavat monia tutkimusalueita, kuten yrityskulttuuria, organisaatioon sitoutumista ja organisaatiosymboliikkaa. Erityisesti sosiaalisen konstruktionismin saattamana organisaatiotutkimuksessa on viime vuosikymmenten aikana muodostettu käsityksiä organisaatioista kollektiivina yhteenliittyminä, joiden sisällä voidaan tarkastella oppimisilmistöä, identiteettiä ja kulttuuria eräänlaisena makro- ja mikrotason yhdistävinä ulottuvuuksina. Käsitteiden käyttö on tosin usein metaforista, koska yksilötason oppimisteorioita ei voi siirtää suoraan organisaatioihin. Perusidea tässä lähestymistavassa on joka tapauksessa se, että organisaatio ei ole summa yksilöistään,

eikä edes summa ryhmistä joita sen sisällä on. Organisaatiota ei myöskään voi kunnolla ymmärtää, jos sitä pidetään vain yksinkertaisesti mallinnettavana kansantalouden mikroyksikkönä. Tästä syntyy oikeastaan perusta organisaatioteorialle: tutkimukselle siitä mitä on organisaatio kollektiivisena, historiallisena ja kulttuurisena yhteenliittymänä.

Vaatetus on symbolinen organisaatiokäyttäytymisen ulottuvuus. Pukeutuminen - aktiivinen vaatteiden käyttö ja niihin liittyvät valinnat - ovat näkyvä osa kulttuuria. Koska pukeutumisella avulla annetaan viestejä myös ulkoiselle ympäristölle, se voi olla hyvinkin keskeinen osa organisaatioidentiteettiä. Uusi työhön tulija tunnistaa pukeutumiseen sisältyvän koodituksen ja tekee sen perusteella valintojaan. Pukeutumisella on kollektiiviset ulottuvuutensa. Se on vuorovaikutusta organisaation, asiakkaiden ja yksilön jatkuvasti tekemien valintojen välillä. Pukeutuminen oikeastaan tuottaa organisaatioidentiteettiä eikä pelkästään ilmennä sitä. Kaikki tämä pukeutumisen ympärillä oleva käsitteistö tekee siitä monitieteisen tutkimuskohteen, joka hyötyy monitieteisestä tarkastelusta. Käsitteellinen liikkuvuus ryhmä-,

yksilö- ja organisaatio- tasolla on ilman muuta haasteellista tämänkaltaisessa työssä. Usein aika abstraktien organisaatioidentiteettiä tarkastelujen keskellä pukeutumisen ja vaatteiden tutkimus on konkreettisuudessaan hyvä tutkimuskohde.

Kirja on melkein oppikirjan omainen paneutuessaan työssä

pukeutumisen problematiikkaan ja siitä tehtyyn tutkimukseen. On oikeastaan unelmatilanne kirjastohakuja tekeväälle tutkijalle, että kerrankin voi kääntää tietokannosta esiin melkein kaiken kirjoitetun, niin vähän pukeutumista organisaatiokäyttäytymisen osana on tutkittu. Tulkintojen taustaksi kirjassa annetaan varsin laaja keskustelu sosiaalisesta identiteetistä, sen taustatekijöistä, keskeisistä teorioista ja sosiaalisesta identiteetistä organisaatioympäristössä. Yrityskulttuurin symboleja korostava suuntaus on kaikkiaan työn keskeinen teoreettinen lähtökohta. Tältä perustalta luodaan pohjaa tarkastelulle siitä, kuinka yksilö liittyy organisaatioon jäsenyyteen visuaalisten merkitysten kautta. Kulttuuriin kuulutaan, ja kulttuurista eriydytään. Pukeutuminen on yksi osoitus organisaatioon kuulumisesta, se on osoitusta kollektiivisesta, koetusta, yhteisestä todellisuudesta, mutta yhtä hyvin myös osoitusta koetusta erillisyydestä..

Tutkimuksessa korostuu kulttuurin yhdistävä ulottuvuus. Ratkaisu on ikään kuin itsestään selvä, kuitenkin kulttuurin ilmentymänä esimerkiksi normi on siitä mielenkiintoinen, että se ei toteudu koskaan kenenkään osalla täydellisenä, se on "moodi", joka kuitenkin

jää abstraktiksi! Työssä kulttuuri pohjustetaan paitsi kollektiivisena, yhteyttä luovana ja identiteettinä, myös staattisena, paikalleen määriteltävissä olevana. Prosessinomainen kulttuurikäsitteily olisi toisenlainen tarkastelutapa. Tästä näkökulmasta pukeutumine ei olisi vain lopputulos ja sosiaalisen identiteetin ilmaus, vaan myös identiteettiä ja itse organisaatiokulttuuria luovaa, aktiivista toimintaa. Näin pukeutuminen olisi asettanut toisenlaisiin yhteyksiin, ja myöhemmin myös toisenlaisiin menetelmällisiin ratkaisuihin ja empiiriseen organisaatiotodellisuuden lähestymiseen. Kuitenkin Scheinin tunnettu kulttuuritaso-tarkastelu on kirjassa hyvä ja traditionaalinenkin lähtökohta. Onhan kyseinen henkilö aikamme organisaatiokulttuurin ehkä tunnetuin tutkija ja melkein legenda siinäkin mielessä, että on yhdistänyt aidon sosiaalipsykologisen tutkimuksen globaaleihin, kerran vuosikymmenessä tehtyihin, organisaatiotutkimuksen best-sellereihin.

Pukeutumisen ilmiökenttää saa kirjaa lukiessa odottaa melko pitkään. Tässä tulee tyypillisesti näkyviin erilaisten alojen välisiä tutkimusperinteitä: kauppakorkeakoulun ohjeet kuuluvat melkein omissa korvissani tässä yhteydessä: kohdeilmiö pitäisi esittää kirjan alussa selkeästi ja konkreettisesti, johdanto ei saisi olla liian pitkä ja käsitteet mieluiten suhteessa konkreettiseen tutkittavaan ilmiöön. Kuitenkin pitkä pohjustus aihepiiriin on hedelmällinen siksi, että nyt pukeutumista, sosiaalista identiteettiä ja organisaatiokäyttäytymistä voidaan tarkastella aidosti yhteydessä toisiinsa. Eriytyisen mielenkiintoinen on luku kaikessa lyhykäisyydessään luku, jossa tuodaan esille fokusoidusti ja yksilöidysti esille harvat organisaatiopukeutumista koskevat tutkimukset.

Tutkittu yritys esiintyy kirjassa nimettömänä. Yrityksaineistoja käy-

tettäessä tämä on aika tavallista, kuitenkin jälleen kerran ratkaisun perusteista voisi keskustella. Tutkimustuloksissa ei ole mitään yrityksen kannalta strategisesti tärkeää tai salattavaa tietoa, mainostamisen ongelmia näin toki vältetään. Ratkaisu on toki oikeutettu, jos ja kun yritysorganisaatio haluaa esiintyä anonyyminä.

Tutkimus osoittaa että pukeutuminen, sitoutuminen ja organisaatioidentiteetti ovat yhteyksissä toisiinsa. Mitä sitoutuneempi olet, sitä halukkaampi olet käyttämään kulttuurille ominaista pukeutumistapaa. Tämän suuntaiset tutkimustulokset eivät yllätä. Vaatteet viestittivät työntekijöiden, tässä tutkimuksessa myyntihenkilöstön, rooleja ja sitä kuulutaanko johonkin ryhmään vai sen ulkopuolelle. Asiakkaat odottavat myyntihenkilöstöltä aika formaalia pukeutumista, asiakkaat tekevät myös tulkintoja kohtaamansa henkilöstön persoonallisuuttaan, rooleistaan organisaatiossa ja palveluista joita he tarjoavat. Pukeutumisella on suorat yhteytensä myös organisaation ulkopuolelle. Organisaatioidentiteettiä tämä ilmentää hyvin, koska se muodostuu pohjimmiltaan juuri rajapinnoista, ympäristön odotusten reflektoinnista ja odotusten sulauttamisesta osaksi omaa toimintatapaa.

Aholaisen tutkimuksesta on helppo pitää. Kirja on käsitteellisesti sulateltu ja se etsii uusia uudella tavalla mahdollisuuksia monitieteelliseen vuoropuheluun. Tutkimuksen kohteena olleen yrityksen aineisto sisältää paljon mielenkiintoisia yksityiskohtia. Naiset esimerkiksi näyttivät olevan vähemmän sitoutuneita organisaatioon kuin miehet ja heidän pukeutumiskoodinsa olivat hämäävämpiä. Kun odotetaan formaalia pukeutumista, niin naisilla onkin paljon suurempi spektri valittavana. Tulkitsijan rooli on tietenkin myös tärkeä: kun miehet tulkitsivat naisten pukeutumiskoodoja, niin

kuinka tarkkaan he tuntevat niiden kriteerit? Kiinnostavaksi kysymykseksi nousee se, onko naisilla riski tulla miesvaltaisessa organisaatiossa väärinymmärretyksi pukukoodinsa suhteen, miten nainen siis voi pukukoodien kautta viestiä esimerkiksi sitoutumista kyseiseen organisaatioon? Pukeutumisessa ei eletä vapaiden valintojen maailmassa, vaan sitä säätelevät jopa taloudelliset realiteetit. Vaarana voi olla jopa mystifikaatio: Kun, valintojen spektri on suurempi, naisen (jokainen) vaatevalinta tulkitaan "viestinä" sitoutumisesta tai sitoutumattomuudesta organisaatioon, silloinkin kuin kysymyksessä olisi aika lailla arkinen valinta.

Eräs asia kirjassa hieman askarruttaa: siinä ei missään vaiheessa kyseenalaisteta yrityksen tai yritysten kulttuurisia malleja, joihin organisaation jäsenet sopeutuvat. Kuitenkaan organisaatiotutkimus ei ole osa yrityksen yksilöllistä tehokkuusjärjestelmää, se ei palvele vain omistajia, liikkeenjohtoa tai organisaation jäseniä, vaan sen alue on jossain näiden välissä. Esimerkiksi uratutkimus perustuu ajatukseen siitä, että kysymys on suhteesta, jossa sekä yksilö että uraympäristö, yritys ja sen henkilöstötoiminnot, ovat tärkeitä. Eettiset kysymykset ovat tärkeitä nekin silloin kun puhutaan niin henkilökohtaisesta asiasta kuin pukeutuminen. Sitoutuminen ja formaali pukeutuminen voivat olla yhteydessä toisiinsa, mutta jokaisessa organisaatiotodellisuudessa näiden yhteyksien luonne on erilainen. Vaatii taitoa ymmärtää pukukoodoja, saati sitten niiden yhteyttä yrityksen tulokseen ja tehokkuuteen. Esimerkiksi luova organisaatio saattaa nimenomaan karttaa formaaleja pukukoodoja. Pahimmillaan tulee mieleen science fiction elokuvan idea, jossa jokaisen yrityksen työntekijän pukeutumista kuvataan päivittäin, koodataan sen viestit ja otetaan tämä pukeutumisen antama kuva

hyvästä organisaation jäsenyydestä huomioon työntekijän urasuunnittelussa. Tällainen managerialistinen ote olisi tietysti mahdollinen, mutta juuri sellaista on kritisoitu yrityskulttuuritutkimuksen piirissä. Jo Gideon Kundan noin 10 vuotta sitten julkaistu kirja kertoo milaista on työskennellä vahvan kulttuurin organisaatiossa, jossa kaikki 'ikänsä kuin' voivat hyvin, ovat samaa mieltä ja ehkäpä pukeutvatkin samalla tavalla, mutta pinnan

alla on yksinkertaistuksia oikeista käyttäytymismalleista ja erilaisuuden tukahduttamista. Kuinka yhtenäisyyttä korostava yrityskulttuurimalli suhtautuu erilaisuuteen, tätä olisi myös Aholaisen työssä voitu ainakin loppulauseissa pohtia.

Vaatteet ja pukeutuminen ovat hyvin henkilökohtaista aluetta jokaiselle ihmiselle, myös silloin kun hän tekee työtä osana jotain työorganisaatiota. Valinnoissa vaikuttavat oma tausta, ja laaja kult-

tuuriympäristö. Juuri nämä monet kirjat tekevät pukeutumisen maailmasta ja suunnittelusta rikkaan ja luovan alueen. Pukeutumisen aktiivisuus, yksilölliset valinnat ja kulttuurin muuttamisen ja muuttumisen mahdollisuudet, samoin kuin pukeutumisen ilo ja spontaanisuus ovat työhyvinvoinnin kannalta tärkeitä. Nämä kaikki ovat tuoreita ja uusia tutkimusmahdollisuuksia, joihin Johanna Aholaisen työ oivallisesti antaa kyllä perustaa.

Iiris Aaltio