



Suomalaisen arvomaailman muutos, globalisaatio ja ajan henki

Martti Puohiniemi

**Suomalaisen
arvomaailman muutos,
globalisaatio ja ajan henki**

Martti Puohiniemi

**Suomalaisen
arvomaailman muutos,
globalisaatio ja ajan henki**

Vuosina 1981-1995 tutkimusaineistot koottiin Kantar TNS:n tutkimusten yhteydessä. Suomen Akate-
mia tuki tutkimuksen toteuttamista 1990-1994. Vuosien 1995 ja 2014 välillä tutkimusaineistot koot-
tiin Limorin tutkimusten yhteydessä. Koneen Säätiö tuki tutkimuksen tuoreinta tiedonkeruuta sekä
analyysi- ja kirjoittamisvaiheita 2014-2018.

Ensimmäinen painos, tarkistettu versio

© 2022 Martti Puohiniemi

Kansi: Elina Puohiniemi, elinap

Kustantaja:BoD –Books on Demand, Helsinki, Suomi

Valmistaja: BoD –BooksonDemand, Norderstedt,Saksa

ISBN: 978-952-80-6347-6

*Values change up and down,
depending on whom you ask,
when and how.*

Martti Puohiniemi

Sisältö

Esipuhe: Klaus Helkama.....	i
Tekijän esipuhe.....	iii
JOHDANTO: AIKA, HISTORIA JA MUUTOS.....	5
Osa 1 AJAN TRENDIT.....	13
1 Megatrendi: globalisaatio.....	15
2 Kuusi trendiä.....	24
Osa 2 ARVOT, ARVOTEORIA JA MUUTOS.....	43
3 Mitä arvot ovat?.....	45
4 Empiirisen arvotutkimuksen neljä aikakautta.....	47
5 Schwartzin arvoteoria ja arvokäsitteistö.....	56
6 Arvot, vakaus ja muutos.....	65
Osa 3 ARVOJEN MERKITYKSET JA NIISSÄ ILMENEVÄT POIKKEAMAT.....	67
7 Analyysi suomalaisten arvojen merkityksistä.....	69
8 Arvojen merkitykset, historia ja ajan ilmiöt.....	77
9 Suomalaisen arvomaailman ainutlaatuisuus?.....	92
Osa 4 ARVOT, TRENDIT JA MUUTOS.....	101
10 Muutosanalyysin askeleet.....	103
11 Arvomuutoksen suunta.....	106
12 Väestöryhmät arvokartalla.....	114
13 Arvot, käyttäytyminen ja muutos.....	128
14 Teknologinen innovatiivisuus ja arvomuutos.....	138
15 Ympäristöteot ja arvomuutos.....	158
16 Ajan trendit arvokartoilla.....	176
Osa 5 ARVOMUUTOKSET JA AJAN HENKI.....	197
17 Arvomuutos ajan hengen mittana.....	199
18 1980-luku: Kulutusjuhlien kautta lamaan.....	211
19 1990-luku: Laman kautta kasvuun.....	221
20 1999-2005: Digitalisaatio arkipäiväistyy.....	239
21 2005-2015: Sosiaalisen median aikakausi.....	246

Osa 6 PIRSTALOITUUKO SUOMALAINEN ARVOMAAILMA?	257
22 Arvokonsensus ja ajan henki.....	259
23 Mediakäytön pirstaloituminen ja arvokonsensus	275
24 Poliitiikan ja arvojen polarisaatio.....	291
Osa 7 UUDEN AIKAKAUDEN ALKU JA SUOMALAINEN ARVOMAAILMA ...	299
25 Poliitiikan suunta muuttui	301
26 Mihin naisten muutosvalmius johti?	304
27 Globaali yllätys, koronapandemia.....	308
28 Teknologinen innovatiivisuus ja yhteiskunnallinen muutos	314
29 Ilmastonmuutos uhkana	319
Osa 8 PÄÄTULOKSET JA POHDINTA	325
30 Päätulokset: vuodenaikametafora.....	327
31 Pohdinta	334
ENTÄ SUOMALAINEN ARVOMAAILMA?	347
KIITOKSET.....	351
LIITTEET	359
Aineisto.....	361
Arvojen mittaaminen	365
Muut mittarit	380
Liitetaulukot.....	388
KIRJALLISUUS.....	397
VIITTEET	417

Esipuhe: Klaus Helkama

Kun Martti Puohiniemi oli väittelemässä tohtoriksi 18. elokuuta 1995, hänen kännykkänsä pirahti soimaan Helsingin yliopiston pienessä juhlasalissa kesken tilaisuuden, hän kun oli unohtanut kytkeä sen äänettömälle. Tämä yliopiston historiassa luultavasti laatuaan ensimmäinen tapaus symbolisoi hyvin Puohiniemen monikymmenvuotista tutkimusohjelmaa, jonka ”alkusoitto” se oli ja joka huipentuu hänen käsillä olevaan kirjaansa. Kännykät, tieto- ja viestintäteknologia ja digitalisaatio ovat olleet tutkimusohjelman alusta saakka Puohiniemen tieteellisen mielenkiinnon kohteena, mikä sopii luonnollisesti siihen, että väitöskirjan rahoitus tuli Suomen Akatemian kuluttajatutkimusvaroista. Toinen läpikäyvä aihe on ollut ympäristöystävällinen käyttäytyminen.

Arvoja tutkittaessa on yleensä oltu kiinnostuneita siitä, miten arvot vaikuttavat käyttäytymiseen ja vähemmän siitä, miten käyttäytyminen vaikuttaa arvoihin ja miten arvoja käytetään oman käyttäytymisen perustelemiseen. Tarkastellessaan arvojen ja tietotekniikan käytön ja arvojen ja ympäristöystävällisen käyttäytymisen suhteita ajallisesti Puohiniemi osoittaa vakuuttavasti aineistojensa tukevan jälkimäistä, käyttäytymisen ensisijaisuutta korostavaa käsitystapaa.

Puohiniemen tutkimus on maailmalla tehdyn arvotutkimuksen historiassa ainutlaatuinen, koska mistään muusta maasta ei ole näin pitkää kansallisten otosten sarjaa SVS -arvoista. Käsillä oleva kirja yhdessä aikaisempien teosten kanssa muodostaa todellisen runsaudensarven, josta tulevat tutkijapolvet voivat ammentaa tietoa sellaisista suomalaisen yhteiskunnan muutoksista kuin esimerkiksi ajan henki -ilmiöiden vähittäisestä katoamisesta 2000-luvun edetessä.

Myös arvojen mittauksen kannalta hanke on ainutlaatuinen maailmassa. Puohiniemen väitöskirja oli ensimmäinen kolmesta suomalaisesta väitöskirjasta, jotka käsittelivät Shalom Schwartzin arvoteoriaa ja arvojen mittausta ja joissa Schwartz oli mukana, Puohiniemen tapauksessa esitarkastajana. Schwartzin SVS -mittari, jota Puohiniemi käytti, vaatii vastaajaa pohtimaan, mitkä asiat hänelle elämässä ovat tärkeitä. Tällainen formaatti osoittautui monissa maissa tavallisille vähän koulutusta saaneille ihmisille hankalaksi, niin että Schwartz siirtyi mittaamaan arvoja ”muotokuva” -menetelmällä, jossa vastaaja vain arvioi kuinka samanlainen hän

on kuvatun henkilön kanssa. Schwartz ei kokemuksensa perusteella uskonut, että älyllisesti vaativaa SVS:ää voisi käyttää tavallisten ihmisten arvojen kartoittamiseen ja hämmästyí, kun Puohiniemi kertoi hänelle jo tehneensä näin. Kun muualla on siirrytty muotokuvamittaukseen, Puohiniemi on pitänyt kiinni arvojen määritelmään paremmin sopivasta SVS:stä.

Puohiniemen väitöstyö oli ensi askel polulla, joka johti nykyään VEMP (Values, Emotions, Morality and Personality) -nimellä kulkevan tutkimusryhmän muodostamiseen. Ryhmä kokoontui koronapandemiaan saakka parikymmentä vuotta säännöllisesti joka toinen viikko ja Martti Puohiniemi on ollut sen kantavia voimia. Vaikka käsillä olevassa kirjassa näkyy VEMP:in vaikutteita niin teorioiden kuin menetelmienkin osalta, Puohiniemi on kuitenkin meidän kaikkien onneksi säilyttänyt vahvan markkinatutkijaidentiteettinsä.

Tekijän esipuhe

Keväällä 2013 Suomi oli vajonnut globaalin finanssikriisin ja eurokriisin jälkeen pitkittyneeseen taantumaan. Jotain uutta oli kuitenkin ilmassa, sillä pitkä kriisiaika ei lamaanuttanut suomalaisia tai saanut heitä kaduille, kuten 1990-luvun alun lama. Moni asia oli muuttunut. Digitalisaation myötä teknologiasta on tullut entistä henkilökohtaisempaa ja yksilöä velvoittavampaa. Talous dominoi yhteiskuntaa uudella tavalla. Ympäristöasiat ovat yhteiskunnallistuneet ja mediakäyttö pirstaloitumassa. 1980-luvun alussa syntynyt talouden ja teknologian markkinoita globalisoiva liitto oli työntynyt syvälle ihmisten elämään. Lisäksi suomalaiset ikääntyivät vauhdilla ja koulutustaso nousi tasaisesti. Ympäristöasioita lukuun ottamatta näitä kaikkia on myös pidetty arvomuutoksen aiheuttajina. Aloin miettiä, miten globalisaatio heijastuu omaan tutkimuskohteeseeni, suomalaiseen arvomaailmaan?

Päätin tutkia tapahtunutta muutosta laajojen asenne- ja arvoaineistojen avulla, joita olin koonnut ja analysoinut 33 vuoden ajan työskennellessäni Gallup-organisaatioon (nyk. Kantar TNS) kuuluneessa Marketing Radarissa, Helsingin yliopistolla, ja viimein omassa yrityksessäni, Limor Oy:ssa¹. Väitöskirjaa aloitellessani sosiaalipsykologian professori Klaus Helkama tutustutti minut professori Shalom Schwartziin ja hänen julkaisuvaiheessa olleeseen arvoteoriaansa, jota sittemmin testasin väitöskirjaani varten väestönäytteissä, ensimmäisenä maailmassa. Lisäämällä sarjaan vielä yhden tutkimuskierroksen, ennen julkaisematon arvojen aikasarja tavoittaisi nykyhetken ja pääsisin kiinni globalisaatioon ilmiönä sekä siihen mahdollisesti liittyviin suomalaisen arvomaailman muutoksiin.

Iso idea kiteytyi hetkessä vuodenaikametaforaksi, sivun mittaiseksi tarinaksi, joka tavoitti oleellisen ajanjakson 1981-2013 tapahtumista. Uusi aikakausi alkoi 1980-luvun alussa. Tuolloin koitti markkinoiden kevät. Uudenlaisen kotitalous- ja viihdeteknologian virta alkoi nopeasti muuttaa ihmisten arkea ja ajankäyttöä. Kymmenen vuotta myöhemmin tuo kulutusjuhliksi² yltnyt jakso päättyi Neuvostoliiton romahdukseen, 1990-luvun alun lamaan ja suurtyöttömyyteen. Taas siirryttiin uuteen aikakauteen. Euroopan rajoja piirrettiin uusiksi. Nopeasti ohimenneiden kevätmyrskyjen jälkeen koitti pitkä talouskasvun aika, metaforinen kesä. Vuosituhannen vaihde edusti metaforassani syksyistä sadonkorjuuta. Silloin nähtiin, mitä oli

saatu aikaan. Ei vielä paljoakaan, mutta vuoden 2010 tienoolla tilanne alkoi muuttua. Päästiin reippaiden pakkaspäivien aikaan (pidän talvesta) ja katset kääntyivät seuraavaan kevääseen. Joko kevätauringon tai takatalven odotteluun. Yksiä muutos miellytti, toiset se sai puolustuskannalle ja etsimään turvaa poliittisen populismin tarjoamista helpoista ratkaisuista. Samoihin aikoihin kaikkia koskettavaksi, vaikkakaan ei kaikkia kiinnostavaksi, huolenaiheeksi nousi nopeasti lämpenevä ilmasto, globaali ilmiö sekin. Vuodenaikametaforasta kehittyi tutkimusta ohjaava hypoteesi. Voisiko globalisaation eteneminen todella näkyä siinä, miten suomalaisten arvot muuttuvat? Kysymykseen vastaaminen vei kahdeksan vuotta.

Viikon kuluttua idean synnystä lähti ensimmäinen apurahahakemus erään säätiöön. Kesän ja alkusyksyn kuluessa oli hakemusten määrä noussut jo kuuheen. Näistä kaksi tärppäsi. Tammikuussa 2014 käynnistyi Koneen Säätiön rahoittama tutkimushankkeen *"The four seasons of globalization: How diffusion of new technology shapes human values"*. Se mahdollisti vuonna 2015 toteutetun tuoreimman väestökyselyn sekä tutkimuksen käynnistäneen metaforan kuvaaman kokonaisuuden tutkimisen. Tähän tutkijanurani kattama ajanjakso oli otollinen. Sitä paitsi hanke täydentäisi trilogiaksi kahdessa aiemmassa kirjassani³ aloittamani tutkimuksen suomalaisesta arvomaailmasta. Ja 1980-luvun arvomuutokset saisin mukaan väitöskirjan ohessa kehittämälläni algoritmilla, joka viimein pääsisi tositoimiin.

Vuodesta 1981 vuoteen 2015 ulottunut aikasarjani alkoi markkinoiden globalisaation ensiaskeleista ja päättyi rajojen sulkeutumiseen kansainvaellusten ja kauppasotien aattona. Myöhemmin Fukuyama⁴ nimesi ajanjakson liberaalin demokratian nousukaudeksi, mikä kuvaa hyvin myös Suomessa tapahtunutta muutosta. Pohdin analyysi- ja kirjoitustyön edetessä tutkimusjaksoa seuranneita tapahtumia vuoteen 2021, jolloin koronavirustauti oli jo pysäyttänyt globalisaation nykyvaiheen. Pohdiskeluaika osoitti, miten suomalainen arvomaailma toimii. Oli yllätys, että hanke kattoi yhden aikakauden alusta loppuun. Loppuratkaisu tosin paljastui tuloksissa jo kesällä 2015 ja toi kirjoittamiseen omanlaisensa jännityksen. Ihan kuin olisin dekkaria kirjoittanut. Millaiset arvot ohjasivat suomalaisia tutkimusjakson edetessä ja miten tarina päättyy?

Lippajärvellä 10.4.2022

Martti Puohiniemi

JOHDANTO: AIKA, HISTORIA JA MUUTOS

Analyysi suomalaisen arvomaailman muutoksesta kattaa liberaalin demokratian nousukauden alusta loppuun, vuodesta 1981 vuoteen 2015.

Suomi muuttui teollisesta yhteiskunnasta tietoyhteiskunnaksi, globaalit markkinat aukesivat ja lopuksi rajat sulkeutuivat.

Sittemmin aikamme arvostetuimmaksi alallaan noussut Schwartzin arvoteoria valikoitui tutkimuksen teoreettiseksi viitekehyykseksi 1990.

'Arvomaailma' on väestön arvoista muodostuva kokonaisuus ja vakaampi kuin yksilöiden tai väestöryhmien sinänsä vakaat arvomaailmat.

Tutkimuksen tiedonkeruu käynnistyi merkittävän yhteiskunnallisen muutosvaiheen alkaessa, mikä huomioitiin aikasarjaa koottaessa.

Ulkoisilta puitteiltaan elämä Suomessa muuttui 1981-2015 huomattavasti enemmän kuin vakaaksi osoittautunut suomalainen arvomaailma.

Arvomuutokset eivät tapahdu hetkessä eivätkä ne eri väestöryhmissä ole välttämättä yhtä suuria, samansuuntaisia tai edes samanaikaisia.

Kirja on tarkoitettu yhteiskunnallisista asioista kiinnostuneille ja asettaa tuoreita tutkimustuloksia laajempiin yhteiskunnallisiin asiayhteyksiin.

Kirjan juoni muodostuu kolmesta toisiinsa kietoutuneesta säikeestä, arvojen tutkimisesta, arvomuutoksesta ja muuttuvasta suomalaisesta yhteiskunnasta.

Arvot ja arvomuutos liittyvät johdonmukaisella tavalla elettyyn elämään ja yhteiskunnallisiin ilmiöihin. Tutkimuksen aikasarjan alkaessa, 1980-luvun alussa kävi ilmeiseksi, että maailmanpolitiikka alkoi muuttua uudella tavalla. Vuosikymmenen edetessä Yhdysvaltain presidentti Reaganin suurellinen Tähtien Sota-hanke kuivui kokoon ja suurvaltojen väliset jännitteet lientyivät. Samalla lieveni suomalaisten sodanpelko. Kylmä sota päättyi Berliinin muurin murtumiseen ja Neuvostoliiton romahtamiseen 1980- ja 1990-lukujen taitteessa. Alkoi Suomen siihenastisen historian syvin lama, josta maa kuitenkin toipui nopeasti teknologiavetoisen kasvun ansiosta. Kesken pitkään jatkuneen nousun, markkinoiden globalisaatio siirtyi vuosituhannen vaihteessa uuteen vaiheeseen, joka taittui globaaliin finanssikriisiin ja sitä seuranneeseen eurokriisiin. Uhat ja mahdollisuudet muuttuivat globaaleiksi ja ilmaston lämpeneminen nousi todelliseksi maapallon tulevaisuutta uhkaavaksi vaaraksi. Tutkimuksen aikasarjan päättyessä ensimmäiset merkit globalisaatiossa tapahtumassa olevasta käänteestä kohti nationalismia ja protektionismia olivat selvästi näkyvissä. Seuraavat vuodet osoittivat, että tutkimuksen arvomittausten aikajänne 1981-2015 tavoitti yhden historiallisen ajanjakson alusta loppuun. Nyt tutkitaan, vaikuttiko ajanjakso suomalaiseen arvomaailmaan ja jos vaikutti, niin miten?

Teknologian suhteen tutkimusjakson alkua ja loppua yhdistää se, että molemmilla virtasi markkinoille uudenlaista teknologiaa, alkupuolella analogista ja loppupuolella digitaalista. Niin yllättävältä kuin se kuulostaakin, inhimillisissä perusarvoissa tapahtuvia muutoksia ei ole tähän mennessä tutkittu suhteessa uuden teknologian leviämiseen. Siirtymä analogiselta aikakaudelta digitaaliselle on kuitenkin enemmän kuin siirtymä teknologiasta toiseen. Se muuttaa teknologian suhdetta inhimillisiin perusarvoihin. 1980-luvulla elettiin analogisen teknologian aikaa. Ihmiset alkoivat käyttää markkinoiden globalisoitumisen ansiosta saataville tulvivaa uutta kodin teknologiaa tehdäkseen elämästään helpompaa tai mukavampaa. 1990-luvun alusta alkoi digitalisaation nousukausi, joka alkoi vaikuttaa uudella tavalla myös ihmismieliin. Ja arvomittausjakson päätyttyä digitalisaation voittokulku jatkui kiihtyvään tahtiin. Uudenlaiset innovaatiot – algoritmit, tekoäly, itseohjautuvat autot,

robotit ja ihmisten manipulointi teknologian avulla – alkoivat vallata alaa niin hyvässä kuin pahassakin. Ensin mediajulkisuudessa ja pian myös elävässä elämässä. Ajan henki, zeitgeist, muuttui 34 vuoden mittaisen tutkimusjakson aikana useita kertoja perusteellisesti, mikä vain lisäsi aikakaudesta kiehtovuutta tutkimuskohteena.

1980-luvun alussa syntynyt talouden ja teknologian uudenlainen liitto on kehittynyt voimakkaasti, ulottanut vaikutuksensa kaikille elämän alueille ja maapallon jokaiseen kolkkaan. Enää ei löydy Etelä-Amerikan kartoilta valkoisia läiskiä niin kuin vielä 1950-luvulla. Globalisaation vaikutukset eivät kuitenkaan ilmaantuneet arkielämää sekoittamaan yllättäen. Ne ovat työntyneet arkeemme vähitellen. Ehkä juuri tästä näennäisestä hitaudesta johtuen koko tapahtumasarja on yllättänyt tutkijatkin. Arvojen ja talouden väliset yhteydet on tunnettu jo pitkään, mutta teknologian ja arvojen suhteet on jätetty markkinoiden huoleksi. Talouden, teknologian ja arvojen muodostamassa kolmikossa kaksi nopeasti muuttuvaa elämän aluetta yhdistyy vakaana pidettyihin inhimillisiin perusarvoihin. Mutta miten, se paljastuu vasta vuosikymmeniä kestäväen seurannan tuloksena.

Väitöstutkimukseni⁵ oli ensimmäinen, jossa Schwartzin teoriaa arvojen universaalista rakenteesta ja sisällöstä sekä siihen perustuvaa arvomittaria testattiin kansallisissa näytteissä. Sittenmin tässä kirjassa esiteltävä, vuodesta 1991 alkava 24 vuoden mittainen arvotutkimuksen aikasarja on kasvanut pisimmäksi koskaan tällä menetelmällä kootuksi. Aikasarja on ainutlaatuinen myös siksi, ettei ole toista vastaavaa, jossa arvoja tutkitaan suhteessa arkielämän ilmiöihin ja niiden taustalla oleviin yhteiskunnallisiin trendeihin. Havainto ei yllätä. sillä psykologiassa ja sosiaali-psykologiassa arkielämän ilmiöitä ja etenkin niissä ajan kuluessa tapahtuvaa muutosta tutkivat asetelmat sekä kansalliset näytteet ovat äärimmäisen harvinaisia⁶.

Vaikka vuosina 1991, 1999, 2001, 2005 ja 2015 koottu arvojen aikasarja on pisin olemassa oleva, jää se lyhyeksi tutkimuksen kohteena olevaan historialliseen ajanjaksoon 1981-2015 nähden. Ongelma ratkesi, kun otin käyttöön väitöstutkimukseni ohessa kehittämäni algoritmin, jolla 1980-luvun arvomuutos estimoitiin aseneväittämiä avulla. Arkielämän ilmiöiden – näistähän sosiaalinen todellisuutemme muodostuu – yhdistäminen arvojen aikasarjoihin auttaa ymmärtämään, miten ja miksi arvot yleensäkin muuttuvat. Yksi kirjan oivalluksista onkin se, että arvot

Suomalaisen arvomaailman muutos, globalisaatio ja ajan henki

Teos asettaa 34 vuoden aikana tapahtuneen arvomuutoksen ja sen seuraukset sekä arkisiin että yhteiskunnallisiin asiayhteyksiinsä. Markkinoiden globalisaatio työntyi kuin huomaamatta jokapäiväiseen elämään ja alkoi muuttaa vakaina pidettyjä arvoja. Vähin erin tapahtuvia arvomuutoksia tutkitaan suhteessa digitalisaatioon, ympäristöongelmiin sekä mediakäytön pirstaloitumiseen. Ne yhdistetään myös taloussuhdanteisiin, väestörakenteen muutoksiin sekä populismin nousuun.

Schwartzin arvoteoriaan perustuvan tutkimuksen sukupolven mittainen aikasarja (1981-2015) on niin pituudeltaan kuin aihepiireiltäänkin laajin olemassa oleva. Se kattaa liberaalin demokratian nousukauden alusta loppuun. Rajojen avautumisesta niiden sulkeutumiseen. Merkittävä yhteiskunnallinen muutosjakso houkutti tai pakotti ihmiset toimimaan uudella tavalla. Tai jäämään sivustakatsojiksi. Tutkimusjaksolla tapahtuneet arvomuutokset yhdistetään arvokarttojen avulla arkisiin ilmiöihin. Tämä auttaa lukijaa ymmärtämään omaa suhdettaan muuttuvaan maailmaan.

Sosiaalipsykologi, valtiotieteiden tohtori, Martti Puohiniemi on tutkinut suomalaisten arvoja ja asenteita 1980-luvun alusta lähtien. Hän on työskennellyt tutkimuslaitoksissa, mainostoimistoissa, yliopistossa ja omassa yrityksessään sekä kirjoittanut tutkimuksistaan viisi kirjaa, joista Mies-kirjan professori Göte Nymanin kanssa.

www.puohiniemi.fi



A3-trilogia:

- Arvot, asenteet ja ajankuva, 2002
- Täsmäelämän ja uusyhteisöllisyyden aika, 2006
- Suomalaisen arvomaailman muutos, globalisaatio ja ajan henki, 2022

Muita kirjoja suomalaisesta arvomaailmasta:

- Löytöretki yrityksen arvomaailmaan, 2003
- Mies. Arvot, roolit ja tunteet, 2007