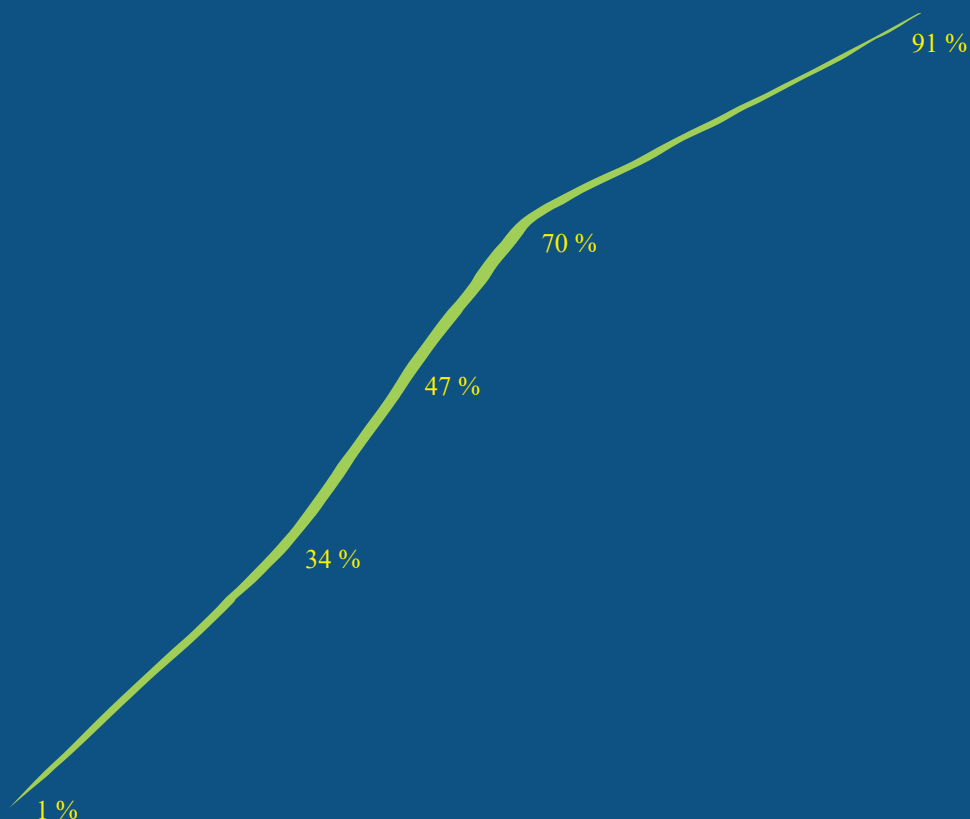


TOINEN PAINOS

A3



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**

Toinen painos

Vuosina 1981-1995 tutkimusaineistot koottiin Kantar TNS:n tutkimusten yhteydessä. Suomen Akatemian tuki tutkimuksen toteuttamista 1990-1994. Ajanjaksolla 1999-2015 tutkimusaineistot koottiin Limorin tutkimusten yhteydessä tai Limorin tutkimuskonseptia käyttäen Kantar TNS:n toteuttaessa kenttätöitä. Haastattelukeskus osallistui kenttätöihin vuonna 2001. Koneen Säätiö tuki tutkimuksen tuoreinta tiedonkeruuta 2015 sekä analyysi- ja kirjoittamisvaiheita 2014-2018.

Toinen painos

© 2022 Martti Puohiniemi

Kansi: Elina Puohiniemi, elinap

Kustantaja: BoD – Books on Demand, Helsinki, Suomi

Valmistaja: BoD – Books on Demand, Norderstedt, Saksa

ISBN: 978-952-80-6657-6 (kovakantinen)

ISBN: 978-952-80-6633-0 (pehmeäkantinen)

ISBN: 978-952-80-5875-5 (ekirja)

Motto:

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

Martti Puohiniemi

Sisältö

Esipuhe: Klaus Helkama.....	i
Tekijän esipuhe 1. painokseen	iii
Tekijän esipuhe 2. painokseen	v
JOHDANTO: AIKA, HISTORIA JA MUUTOS.....	7
Osa 1 AJAN TRENDIT.....	15
1 Megatrendi: globalisaatio.....	17
2 Kuusi trendiä.....	26
Osa 2 ARVOT, ARVOTEORIA JA MUUTOS.....	45
3 Mitä arvot ovat?	47
4 Empiirisen arvotutkimuksen neljä aikakautta	49
5 Schwartzin arvoteoria ja arvokäsitteistö	58
6 Arvot, vakaus ja muutos	67
Osa 3 ARVOJEN MERKITYKSET JA NIISSÄ ILMENEVÄT POIKKEAMAT.....	69
7 Analyysi suomalaisten arvojen merkityksistä.....	71
8 Arvojen merkitykset, historia ja ajan ilmiöt.....	79
9 Suomalaisen arvomaailman ainutlaatuisuus?.....	95
Osa 4 ARVOT, TRENDIT JA MUUTOS.....	103
10 Muutosanalyysin askeleet	105
11 Arvomuutoksen suunta	110
12 Väestöryhmät arvokartalla	118
13 Arvot, käyttäytyminen ja muutos.....	132
14 Teknologinen innovatiivisuus ja arvomuutos	142
15 Ympäristöteot ja arvomuutos	162
16 Ajan trendit arvokartoilla.....	180
Osa 5 ARVOMUUTOKSET JA AJAN HENKI	201
17 Arvomuutos ajan hengen mittana	203
18 1980-luku: Kulutusjuhlien kautta lamaan	215
19 1990-luku: Laman kautta kasvuun.....	225
20 1999-2005: Digitalisaatio arkipäiväistyy	242
21 2005-2015: Sosiaalisen median aikakausi.....	249

Osa 6 PIRSTALOITUUKO SUOMALAINEN ARVOMAAILMA?	261
22 Arvokonsensus ja ajan henki.....	263
23 Mediakäytön pirstaloituminen ja arvokonsensus	282
24 Poliitiikan ja arvojen polarisaatio.....	298
Osa 7 UUDEN AIKAKAUDEN ALKU JA SUOMALAINEN ARVOMAAILMA ...	307
25 Poliitiikan suunta muuttui	309
26 Mihin naisten muutosvalmius johti?	312
27 Globaali yllätys, koronapandemia.....	316
28 Teknologinen innovatiivisuus ja yhteiskunnallinen muutos	322
29 Ilmastonmuutos uhkana	327
Osa 8 PÄÄTULOKSET JA POHDINTA	333
30 Päätulokset: vuodenaikametafora.....	335
31 Pohdinta	342
ENTÄ SUOMALAINEN ARVOMAAILMA?	355
KIITOKSET.....	359
LIITTEET	367
Aineisto.....	369
Arvojen mittaaminen	373
Muut mittarit.....	388
Liitetaulukot.....	396
KIRJALLISUUS.....	405
VIITTEET.....	425

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 perusteleamiseen. Tarkastellessaan arvojen ja tietotekniikan käytön ja arvojen ja ympäristöystävällisen käyttäytymisen suhteita ajallisesti Puohiniemi osoittaa vakuuttavasti aineistojensa tukevan jälkimmäistä, 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 1. painokseen

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:ssä¹. 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 kotitalouden ja viihdeteknologian virta alkoi nopeasti muuttaa ihmisten arkea ja ajankäyttöä. Kymmenen vuotta myöhemmin tuo kulutusjuhliksi² yltynyt jakso päättyi Neuvostoliiton romahdukseen, 1990-luvun alun lamaan ja suurtyöttömyyteen. Taas siirryttiin uuteen aikakauteen. Euroopan rajoja piirrettiin uusiksi. Nopeasti ohimenneiden kevätskyökyjen 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 katseet 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 tärpäsi. 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

Tekijän esipuhe 2. painokseen

Toiseen painokseen on lisätty kaksi analyysia. Ensimmäinen näistä tiivistyy Kuvioksi 10.1. ja käsittelee arvojen keskiarvoista laskettua tärkeyttä. Kuviossa esitetään kokonaistulokset Schwartzin kymmenessä arvossa tapahtuneista vaihteluista koko arvomittausten kattamalta ajanjaksolta 1991-2015. Jos sama kuvio piirrettäisiin eri väestöryhmistä, jouduttaisiin ojasta allikkoon, eikä nähtäisi metsää puilta. Tarkattaen keskiarvot yksittäisistä arvoista eivät riitä, kun pyritään tuottamaan kattava kokonaiskuva monimutkaisesta yhteiskunnallisesta muutoksesta.

Koska arvot muodostavat järjestelmän, ne myös muuttuvat järjestelmänä. Siksi on siirryttävä tutkimaan muutosta arvojärjestelmän tasolle. Muutosta tutkittaessa tärkeimmäksi työvälineeksi osoittautuivat arvokartat. Arvojen keskiarvot on kuitenkin tärkeä esittää, koska niihin koko analyysi perustuu. Niiden avulla lukijalle syntyy käsitys arvojen hierarkiasta ja tärkeydessä esiintyvistä vaihteluista tutkimusjaksolla. Ja ymmärrys siitä, että vastaavaa – suurempaa tai pienempää – vaihtelua, löytyy jokaisesta väestöryhmästä. Arvokartat osoittautuivat havainnollisuudessaan ylivoimaisiksi tutkittaessa muutosta koko arvomittausten kattamalla jaksolla.

Toinen analyysi tarkentaa ensimmäisessä painoksessa esiteltyä arvokonsensuksessa eli arvoyksimielisyydessä havaittua muutosta. Arvokonsensuksen yhteyttä muihin ilmiöihin on toistaiseksi analysoitu vain kahdessa tutkimuksessa⁵ ja sen muutosta yhdessä⁶. Aiempien analyysien jatkoksi nyt tutkitaan arvokonsensuksen muutoksia myös 12 väestöryhmässä (ks. Kuviot 22.5. ja 22.6.), kuten useimmissa muisakin kirjan analyysissä. Pirstaloituvassa yhteiskunnassa arvokonsensus voi osoittautua tutkimisen arvoiseksi aiheeksi arvomuutosten kannalta. Aika näyttää onko näin.

Toiseen painoksen kieliasua on parannettu ja tekstiä täsmennetty kautta linjan. Samalla on myös korjattu tähän mennessä havaitut painovirheet ja epätarkkuudet. Toinen painos julkaistaan kova- ja pehmeäkantisina laitoksina sekä e-kirjana.

Lippajärvellä 12.8.2022

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 vuonna 1981, 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.

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 sivustakatojiksi. 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