

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Jalonen, H., Helander, N. & Mäkelä, L. (2020) Esipuhe. Teoksessa Jalonen, H., Helander, N. & Mäkelä, L. (toim.) Arvostustalous — kuinka arvostus rakennetaan ja rakentuu digiyhteiskunnassa. Vastapaino, s. 7 - 13.

# ESIPUHE

Harri Jalonen, Nina Helander & Leena Mäkelä

Ruotsalaisen keksijän Alfred Nobelin mukaan nimetty palkinto on arvostettu saavutus. Nobel-palkinto on tunnustus saavutuksista, joihin voivat yltää vain alojensa parhaat. Palkinnon saamisen ja siihen oikeuttavien tekojen välillä on usein ajallista etäisyyttä, mikä on omiaan lisäämään ihmisten luottamusta siihen, että palkinto menee oikeaan osoitteeseen. Palkinto on usein myönnetty tieteellisistä löydöistä, joiden varaan on sittemmin kehitetty monenlaisia ihmiskuntaa laajasti hyödyttäviä ratkaisuja. Esimerkiksi fysiikan ensimmäinen Nobel-palkinto vuonna 1901 myönnettiin saksalaiselle fyysikolle Wilhelm Conrad Röntgenille, joka tuli tunnetuksi röntgensäteiden kokeellisesta löytämisestä. Röntgenin keksintö mullisti aikanaan terveydenhoidon ja on edelleen ahkerassa käytössä, sillä maailmalla tehdään arvioiden mukaan peräti viisi miljardia röntgentutkimusta vuodessa. Nobel-palkinnon häntä on pitkä ja ulottuu usein myös aikaan, jolloin palkittua itseään ei enää ole. Wilhelm Röntgen kuoli maailmansotien välissä vuonna 1923, mutta vuonna 2004 alkuaine numero 111 nimettiin hänen mukaansa röntgeniumiksi.

*Arvostustalouden* näkökulmasta Nobel-palkinto on mielenkiintoinen erityisesti kahdesta syystä. Ensinnäkin Nobel-palkinto kertoo arvostuksen ja tekemisen välisestä suhteesta. Nobel-palkinto edellyttää kovaa ja pitkäjänteistä tutkimusta, jossa onnistuminen on kaikkea muuta kuin varmaa. Tieteessä tarvitaan serendipiteettiä eli onnekkaita sattumia, mutta tiedenaisen tai -miehen ura ei synny tuurista vaan työstä. Toiseksi tieteellistä tutkimusta motivoi harvoin palkinnon saavuttaminen. Arkinen tutkimustyö perustuu enemmän tutkijan sisäiseen motivaatioon ja usein myös pyrkimykseen tuottaa maailmasta ja sen ilmiöistä uutta tietoa ja ymmärrystä,

joka synnyttää iloa myös tutkijayhteisön ulkopuolella. Aivan kuten Nobel-palkinto, myös arvostus on asia, jota ei voi ostaa eikä myydä, sillä se pitää ansaita.

Fysiikan, kemian ja lääketieteen lisäksi Nobel-palkinto jaetaan myös saavutuksista kirjallisuudessa ja rauhantyössä. Lisäksi jaetaan Ruotsin keskuspankin ”Nobelin muistoksi” nimetty palkinto taloustieteessä. Rauhan ja talouden palkintoja on pidetty usein poliittisesti virittyneinä. Erityisesti Nobelin rauhanpalkinnot ovat herättäneet voimakasta arvostelua. Jo ehdolle asettaminen on kirvoittanut voimakasta vastustusta esimerkiksi vuosina 1945 ja 1948, jolloin Jossif Stalin oli ehdokkaana rauhanpalkinnon saajaksi työstään toisen maailmansodan lopettamiseksi. Intuitiivisesti ajatellen Stalinin ja arvostuksen yhdistäminen samaan lauseeseen ei vaikuta mielekkäältä. Arvostustaloudelle Stalin tekee kuitenkin postuumisti palveluksen, sillä hän edustaa johtajuutta, joka ei herätä arvostusta. Tarinan mukaanhan Stalin uskoi luottamukseen, mutta sitäkin enemmän kontrolliin. Vuonna 1974 Ruotsin keskuspankin myöntämän palkinnon saanut itävaltalais-brittiläinen taloustieteilijä Friedrich von Hayek piti taloustieteen palkinnon poliittisuutta siinä määrin ongelmallisena, että hänen mukaansa sellaista ei pitäisi antaa kenellekään yksilölle tai millekään teorialle. Vaarana hänen mukaansa oli, että palkinto tuo sen kohteelle vääränlaista auktoriteettia — ehkäpä jopa vääränlaista arvostusta.

Stalin ei saanut rauhanpalkintoa, toisin kuin vuonna 1994 palkittu Nelson Mandela. Jos maailmassa äänestettäisiin arvostetuimmasta ihmisestä, Mandela olisi luultavasti vedonlyöjien suosikki. Mandelan työtä tasa-arvon puolesta ja rotusortoa vastaan arvostetaan maailmalla laajalti. Mandela muistetaan tavoitteiltaan tinkimättömänä miehenä. Vaikka rotusorron vastaisessa taistelussa turvauduttiinkin välillä aseisiin, Mandela korosti joukoilleen poliittisten vastustajien huomioimisen merkitystä. Edes liki kolme vuosikymmentä karulla Robben Islandin vankilasaarella ei saanut miestä katkeraksi. Päinvastoin hän teki vapauduttuaan kaikkensa sen puolesta, että Etelä-Afrikan mustien syrjintä ei korvautunut valkoihoi-

siin kohdistuvalla syrjinnällä. Mandela antoi vastustajilleen anteeksi tavalla, jota arvostettiin rintamalinjan molemmin puolin. Mandela teki asioita, jotka toivat hänelle arvostusta. Arvostus oli Mandelalle poliittista pääomaa, jonka avulla hän edisti tavoitteitaan.

Hieman ennen Mandelaa rauhanpalkinto myönnettiin Myanmarin nykyiselle siviilihallituksen johtajalle Aung San Suu Kyille, joka istui palkintovuonnaan 1991 armeijan määräämässä kotiarestissa. Nobel-palkinto saadaan ansiosta, mutta aina se ei takaa arvostusta. Satojentuhansien rohingya-muslimien karkottaminen Myanmarista Bangladeshiin sai Norjan Nobel-komitean kesällä 2018 vakavasti pohtimaan Aung San Suu Kyin palkinnon takaisinperimistä. Tietävästi säännöt estävät takaisinperinnän, mutta jo mahdollisuuden julkinen pohdiskelu riittää osoittamaan, että arvostus voi olla katoavaista.

Rohingya-muslimien julmaa kohtelua ei luonnollisestikaan voida säilyttää yhden ihmisen kontolle, vaan kansanryhmän vainoaminen edellyttää joukkovoimaa. YK:n tarkastajat arvioivat maaliskuussa 2018, että Myanmarin tapauksessa Facebookilla oli keskeinen rooli. Heidän mukaansa Facebook ei reagoinut riittävän aktiivisesti sen kautta levitettyyn, muslimeihin kohdistettuun vihanlietsontaan. Myanmarin tapaus osoittaa karulla ja surullisella tavalla, miten digitalisaatiota voidaan hyödyntää sekä hyvään että pahaan. Näkemykset Facebookin ja muiden sosiaalisen median alustoja tarjoavien yritysten yhteiskunnallisesta vastuusta ovat tiukentuneet nopeasti 2010-luvun puolivälin jälkeen<sup>1</sup>. Alkujaan melko harmittomiksi arvioituista alustoista on tullut nopeasti virtuaalisia poliittisia taisteluareenoita, joissa ei juurikaan keinoja kaihdeta.

Arvostus mielletään useimmiten myönteiseksi asiaksi. Esimerkiksi helposti lähestyttävä toimitusjohtaja nauttii alaiensa arvostusta, sillä avoimen johtamistyylin koetaan lisäävän luottamusta. Avoimesti ja mutkattomasti viestivän toimitusjohtajan johtamistyyli

---

<sup>1</sup> Ks. tästä lisää esim. Ferguson 2017, McNamee 2019, Ressa 2019.

edustaa moraalifilosofisesti ajatellen hyveellistä toimintaa. Toisaalta yrityksen osakkeita omistavat sijoittajat arvostavat ensisijaisesti taloudellista tulosta tekevää ja yrityksen markkina-arvoa kasvattavaa toimitusjohtajaa. Sijoittajien näkökulmasta arvokasta tulosta voidaan saada aikaiseksi erilaisilla johtamistyyeillä, ja siksi esimerkiksi tiukkaa kontrollia korostava toimitusjohtaja voi olla sijoittajien silmissä arvokas.

Arvostustalouden näkökulmasta on hyödyllisempää tarkastella toimitusjohtajan kuin Mandelan tai Stalinin käyttäytymistä, sillä arvostuksen tarkastelu hyveellisten ja paheellisten ääriesimerkkien kautta saattaa synnyttää vaikutelman siitä, että arvostuksessa olisi kysymys jostakin poikkeuksellisesta. Näin ei kuitenkaan ole, sillä arvostus ei katso asemaa, vaan tekoja. Toimitusjohtajuus on hyvä esimerkki arvostukseen liittyvistä ristiriidoista. Luottamuksen rakentaminen ja kontrollin ylläpitäminen ovat monin tavoin toisilleen vastakohtaisia johtamiskäytäntöjä, mutta molemmat voivat tuoda johtajalle arvostusta. Paradoksaalinen tilanne on arvostustalouden kovaa ydintä.

Ei olekaan yllätys, että myös työhyvinvoinnin yhteydessä puhutaan toistuvasti arvostuksen puolesta. Esihenkilöiden, kollegojen ja alaisten arvostusta pidetään varsin yleisesti työn merkityksellisyyden ja oikeudenmukaisen palkitsemisen ohella tekijänä, joka saa ihmiset viihtymään töissä. Johtamisen ongelmista juuri arvostuksen puute koetaan tyyppillisesti yhdeksi merkittävimmistä työhyvinvointia nakertavista tekijöistä.

Käsillä olevassa kirjassa pureudumme *arvostustalouden dynamiikkaan erityisesti digitalisoituvassa toimintaympäristössä*. Digitalisaation näemme sekä mahdollisuutena että uhkana. Data ei välttämättä ole uusi öljy, mutta ainakin se on digitalisaation raaka-aine, jota toiset jalostavat muita paremmin ja onnistuvat siten luomaan muita parempia kokemuksia. Digitalisaatio myös ravitsee datan keräämistä, varastoimista ja luomista. Kehityksen seuraukset ovat nähtävillä, sillä dataa on paljon. Esimerkiksi tutkimusyhtiö IDC on arvioinut, että vuoteen 2025 mennessä digitaalista dataa olisi jo 163

zetabittia.<sup>2</sup> Näyttää siltä, että tarvitsemme lähitulevaisuudessa lisää mittojen etuliitteitä. Tietokoneiden laskentateho on kasvanut ja yhä suurempi osa datasta voidaan hyödyntää asiakas- ja työntekijäkokemusten parantamisessa. Samalla on kuitenkin muistettava, että vaikka data puhuukin, se ei kerro kaikkea. Siksi kirjan punaisena lankana ei ole teknologia itsessään, vaan niiden syvään iskostuneiden tapojen ylittäminen, jotka estävät meitä näkemästä vuorovaikutussuhteisiin kätkeytyviä mahdollisuuksia ja riskejä. Avaamme kirjassa arvoa luovia mekanismeja ja ympäristöjä, joissa data muuttuu digitaalisten teknologioiden avulla merkityksellisiksi asiakas- ja työntekijäkokemuksiksi.

Kirjan teoreettinen kehys rakentuu ensisijaisesti *modernille taloussosiologialle* ja erityisesti sen sosiaalisten suhteiden konventioita ja talouden poliittista ulottuvuutta käsittelevälle tutkimussuuntaukselle. Olemme rakentaneet kehyksen näin, koska arvostamisen konventiot tarjoavat mahdollisuuden organisaatioiden arvonluonnin monipuoliseen tarkasteluun. Nojaamme erityisesti seuraaviin arvostusta tutkiviin yhteiskuntatieteilijöihin ja filosofeihin: Luc Boltanski, Laurent Thévenot, Geoffrey Brennan, Philip Pettit, François Eymard-Duvernay ja David Stark. Kirjan toisena teoreettisena pilarina toimii *palveluperusteinen arvonluonti*, jossa palvelulla (*service*) ei tarkoiteta tuotteen (*good*) vastakohtaa vaan arvonluonnin perusyksikköä. Palveluperusteisessa arvonluonnissa arvo nähdään potentiaalina, joka realisoituu, kun tuotetta tai palvelua käytetään tietyssä kontekstissa. Palveluperusteisuuden osalta kirjassa hyödynnetään erityisesti Stephen Vargon, Robert Luschin ja Christian Grönroosin ajatuksia. Kirjan artikkeleissa edellä mainittuja teoriakehikkoja rikastetaan ja ristiinpolytetään artikkeleiden aihepiirien kannalta relevanteilla teoreettisilla viitekehyksillä.

Kirjan johdantoa seuraa kaksi osaa. Teoreettisesti viritettyneessä ensimmäisessä osassa vastataan kysymyksiin: mitä arvostustalous

---

2 Zeta on tuhat seitsemänteen potenssiin.

on ja mihin sitä tarvitaan? Arvostustalouden oikeutusta etsitään tarkastelemalla erilaisia arvonlajeja, analysoimalla seitsemää niin sanottua *arvostusmaailmaa* (*worlds of worth*)<sup>3</sup> ja niissä hyödynnettäviä arvottamisen periaatteita sekä pohtimalla arvostustaloudelle tyypillisiä strategioita. Arvo nähdään yksilön tai organisaation toimintaan sisäänrakennettuna ominaisuutena, joka koostuu useista erilaisista ja usein toisilleen ristiriitaisista arvonlajeista. Empiirisemmin painottuneessa toisessa osassa kysytään, miten arvostustalouden periaatteita voidaan hyödyntää tosielämässä ja millaisten käytäntöjen, prosessien ja teknologioiden avulla liiketoimintaa tehdään arvokkaaksi. Vastausta etsitään 12 artikkelissa, joissa arvostustalouden dynamiikka sidotaan käytäntöön. Artikkeleiden tutkimusasetelmat vaihtelevat, mutta niissä kaikissa käsitellään liiketoiminnan ja työelämän digitaalista murrosta eri näkökulmista ja murroksen vaikutuksia organisaatioiden toimintaan. Sen lisäksi, että artikkeleissa käsitellään digitalisoitumiskehityksessä avautuvia mahdollisuuksia, niissä pohditaan myös kriittisesti digitalisoitumiseen liittyviä uhkakuvia. Emme ole luddiitteja, mutta emme myöskään teknologiaevankelijoita. Kirjan päättävässä yhteenvedossa reflektoidaan arvostustalouden nykytilaa ja tulevaisuutta.

Olemme kirjoittaneet tämän kirjan erityisesti johtamisen, markkinoinnin ja viestinnän parissa työskenteleville sekä näitä teemoja opiskeleville.<sup>4</sup> Toivomme, että moni- ja poikkitieteellisyydestä ammentava kirja auttaa lähestymään arjen vuorovaikutustilanteita ja ymmärtämään niitä kehystäviä ja usein vaikeasti hahmotettavia arvokkaaksi kelpuuttamisen tapoja sekä niihin liittyviä ristiriitoja. Digitalisaatio on tehnyt maailmasta aiempaa pienemmän paikan, jossa

3 Arvostusmaailman lisäksi voidaan puhua myös *oikeuttamisen* maailmoista (vrt. Boltanskin & Thévenot'n kirja *On Justification*). Tässä kirjassa käytetään kuitenkin ilmaisua arvostusmaailma. Paikoitellen kirjassa puhutaan myös arvomaailmasta, mutta silloin sillä viitataan arvostusmaailmaa väljemmin ja epämääräisemmin muodostuvaan yksilön tai organisaation arvojen kokoelmaan.

4 Kirja perustuu useiden Business Finlandin (ent. Tekes) ja muiden tahojen rahoittamien hankkeiden tutkimustuloksiin.

sekä hyvät että huonot asiat ja käyttäytymismallit leviävät ja tarttuvat nopeasti.<sup>5</sup> Uskomme, että sosiaalisten kuplien, yhteiskuntia polarisoivien tapahtumien, disinformaation ja suoranaisten valheiden maailmassa arvostusta käsittelevälle kirjalle löytyy käyttöä. Vaikka sosiologi Talcott Parsonsin (1902–1979) mukaan arvo kuuluukin taloustieteilijöille ja arvot sosiologeille (ns. *Parson's pact*), uskomme, että arvostustalouden mahdollisuuksien ja haasteiden tarkastelussa tarvitaan molempia – ja lisäksi koko joukko liiketalous-, hallinto- ja datatieteilijöitä.

## Kirjallisuus

- Becker, Gary, S. (1993) Nobel lecture: the economic way of looking life. *Journal of Political Economy* 101:3, 385–409.
- Boltanski, Luc & Thévenot, Laurent (2006) *On Justification: Economies of Worth*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Centola, Damon (2018) *How Behavior Spreads. The Science of Complex Contagions*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Ferguson, Niall (2017) *The Square and the Tower. Networks, Hierarchies and the Struggle for Global Power*. New York, NY: Allen Lane.
- Kornberger, Martin & Justesen, Lise & Koed Madsen, Anders & Mouritsen, Jan (2015) Introduction. Teoksessa Kornberger, Martin & Justesen, Lise & Koed Madsen, Anders Mouritsen, Jan (toim.) *Making Things Valuable*. Oxford: Oxford University Press, 1–17.
- McNamee, Roger (2019) How to fix social media before it's too late. *TIME*, 28.1.2019.
- Ressa, Maria (2019) Facebook let my government target me but the social-media giant could yet fulfill its original promise. *TIME*, 28.1.2019.

---

5 Ks. lisää asioiden ja ilmiöiden leviämisestä esim. Centola 2018.