

Eksploitatiivinen yritysetiikka*

Terho Pursiainen

TT

Quoniam Oy

Professori Vesa Kanniainen on viime vuosina pohtinut eettisiä näkökulmia talouteen monissa kirjoituksissaan. Pidän hänen puheenvuorojaan mielenkiintoisina ja tärkeinä. Tieteenalojen väliseen hankalaan välimaastoon tunkeutuminen on edellyttänyt kaiketi myös jonkin verran moraalista uskallusta.

Kanniaisen esitelmä käsittelee talouden moraalialia ja yritysten yhteiskuntavastuuta. Aiheita on monia. Keskityn vain yhteen – omasta näkökulmastani mielenkiintoisimpaan – kysymykseen: ”Onko markkinoilla kykyä vaikuttaa yritysten eettisiin valintoihin kapitalismissa?”

Laittomuus ja moraalittomuus

Kanniaisen esitystä olisi helpompi jäsentää, jos hän olisi erottanut toisistaan kaksi eri ilmiötä.

Yritys voi olla epäeettinen¹ kahdella tavalla.

* *Kommentti professori Vesa Kanniaisen esitelmään ”Onko kapitalismin etiikka kadoksissa” Kansantaloudellisen yhdistyksen kokouksessa 19.1.2006.*

¹ *Käsitteiden etiikka ja moraalit työnjako vaihtelee kirjallisuudessa. Yksinkertaistaakseni käytän sanoja samassa merkityksessä. Yleensä tarkoitan käsitteellä etiikka kokonaisuutta,*

Se voi suorastaan rikkoa lakia (tai muita virallisia säädöksiä). Silloin se toimii rikollisesti. Yritys voi toisaalta kunnioittaa lain määräyksiä, mutta silti toimia moraalisesti paheksuttavalla tavalla. Kanniaisen esimerkit ovat kummastakin ilmiöiden korista (kategoriasta). Jos yritys ei noudata kirjanpitolain määräyksiä, se toimii rikollisesti. Se ei toimi rikollisesti, jos se rikkoo valinnoissaan omaa eettistä koodiaan. Moraali vaatii yleensä lupauksen pitämistä. Yrityksen eettinen koodi tai muu arvojuulistus on kuluttajille ja muille sidosryhmille annettu lupaus. Omien julkisten arvojen kanssa ristiriitaiset toimet ovat tämän yleisön pettämistä. Eettisen koodin vastainen käytös ei ole rikollista, mutta se on moraalitonta, epäeettistä.

Toki lainkuuliaisuuskin kuuluu moraalisiin. Yleisesti ottaen moraalit vaatii lakien noudattamista, vaikka kirjallisuus tuntee moraalises-

suutta, jonka osia ovat moraalit, perusvalintojen etiikka ja arvomaailmat eli eetokset. Moraalit viittaa käsitteiden välisessä työnjaossa vaatimuksiin, jotka kohdistuvat kaikkiin kaikissa oloissa toisin kuin arvomaailmojen vaatimukset, jotka perustuvat omaan valintaan ja sitovat vain niitä, jotka itse ovat sitoutuneet. (Vrt. toisiinsa vaatimuksia Älä tapa! ja Käyttäydy evankeliumin arvon mukaisesti!)

ti oikeutetun kansalaistottelemattomuuden käsitteen. Kaikilla talouselämän toimijoilla on oikeus luottaa siihen, että muut talouselämän toimijat noudattavat lakia. Jos jokin toimija hakee etuaan lakia rikkomalla, rikoksesta kärsivät osapuolet ovat oikeutettuja moraaliseen protestiin sen lisäksi, että voivat haastaa laittomuu- den tekijän oikeuteen.

Yritykset eivät tietenkään saa tehdä rikoksia. Rikokset epäeettisyyden muotoina eivät ole tavallisesti problemaattisia etiikan kannalta (poikkeuksena moraalisesti oikeutettu lain rikominen, kansalaistottelemattomuus), vaikka voivat olla visaisia asioita oikeusjärjestelmän kannalta. Siksi rikokset eivät ole eettisesti ylen kiinnostavia. Eettisesti kiinnostavampia ovat yritysten lailliset mutta moraalisesti paheksuttavat käyttäytymismuodot. Etiikka alkaa mielenkiintoisella tavalla vasta siitä, mihin laki päättyy. Etiikkaan kuuluu laillisuusvaatimus ja moninaisia varsinaisesti eettisiä vaatimuksia. Elinkeinoelämän ja yritysten etiikan erityinen tehtävä on käsitellä varsinaisesti eettisiä ongelmia. Oikeustiede käsitelkään rikoksia.

Onko markkinoilla kykyä vaikuttaa yritysten eettisiin valintoihin kapitalismissa?

Teema kiinnostaa sikälikin minua, että olen käsitellyt ongelman peruspiirteet artikkelissani ”Ammattien etiikka” (Pursiainen, 2002)². Nähdäkseni argumenttini tuossa tekstissä on olenaisesti sama kuin Kanniaisen argumentti esitelmässään ja kirjoituksissaan. Esitän sen vain toivoakseni vähän yksinkertaisemmin ja järjestelmällisemmin.

Moni yritys sitoutuu oma-aloitteisesti arvoihin, esimerkiksi reiluun kauppaan. Rehti arvoon sitoutuminen on vekselin allekirjoittamista. Toisiaan seuraavissa valintatilanteissa yritykselle avautuu ajan myötä useita vaihtoehtoja. Jos sitoutuminen on rehtiä, sen on hylättävä sitoumuksensa kanssa ristiriitaiset vaihtoehdot. Hylättävät vaihtoehdot ovat todennäköisesti joskus kaikissa muissa suhteissa edullisempia ja kiinnostavampia kuin ne vaihtoehdot, joihin sitoutunut yritys joutuu rajoittumaan. Yritys menettää potentiaalista etuaan, koska on sitoutunut. Sitoutuneisuuden aiheuttamat tulonmenetykset ja muut tappiot vuosien ja vuosikymmenten kuluessa ovat yhtiölle maksettavaksi lankeava lasku sitoutumisesta arvoon. Mitä tärkeämpi arvo on, sitä suurempi vekseli se on. Arvo, josta ei voisi johtua lainkaan kustannuksia, olisi vain näennäinen, retorinen arvo. Monet tahot julistavat mieluiten retorisia arvoja välttääkseen vekselin allekirjoittamista. Puh- taasti retorinen sitoutuminen ei ole rehtiä, se on katteetonta imagon rakentamista, jonka voi rinnastaa (moraaliseen) petokseen.

Arvoihin sitoutuminen ei kuitenkaan ole irrationaalista, vaikka siitä koituukin kustannuksia. Esimerkkinäni oli – samoin kuin Kanniaisella – reilun kaupan kahvi. Reilun kaupan kahvin hankintahinta on kalliimpaa kuin minkä tahansa kahvin. Ylimääräisissä sisäänostokustannuksissa lankeaa kauppiiaan maksettavaksi vekseli, jonka hän allekirjoitti, kun sitoutui reiluun kauppaan.

Vekselin ei kuitenkaan tarvitse jäädä lopullisesti kauppiiaan tappioksi. Markkinoilla on maksukykyistä väkeä, jolle sellaiset tyypiltään moraaliset arvot kuin kansainvälisen kaupan oikeudenmukaisuus ovat tärkeitä: hekin ovat sitoutuneet reiluun kauppaan. Tämä väki on valmis maksamaan arvoistaan (lunastamaan

² Kanniaisen teemoihin suoranaisesti liittyviä pohdintoja on myös teoksessani Pursiainen (2001).

oman arvokekselinsä). Kauppias voikin hinnoitella reilun kaupan kahvinsa tavallista kahvia kalliimmaksi. Joillakin ehdoilla hän voi asettaa hinnan paljon korkeammaksi. Jos kuluttajilla on tärkeitä arvoja ja irtainta rahaa, moraalitunnuksiin liittyvän kaupan kate voi muodostua jopa paremmaksi kuin muussa kahvin kaupassa. ”Liikkeyritysten kannattaa sitoutua eettisiin arvoihin aina, kun arvoilla on olemassa maksukykyinen ostajakunta” (Pursiainen, 2002).

Moraaliarvojen markkinat

Reilun kaupan kahvin pioneereille muodostuu Kanniaisen ylivoitoksi kutsumaa etua. ”Ylivoitot ovat signaali, joka houkuttelee markkinoille uusia toimijoita” (Kanniainen, 2006). Alalle tunkee lisäväkeä.

Lisäväki on kokoonpanoltaan kirjavaa. Osaa innoittanee ennen kaikkea mahdollisuus edistää oikeudenmukaisuutta maailmassa. Kuten Kanniainen ansiokkaasti tähdentää, *homo oeconomicus* ei ole täyteläinen eikä oikeudenmukainen kuvaus empirisen elämän ihmisistä. Monilla ihmisillä on ihanteita, joita he elävät tosiksi esimerkiksi antautumalla reilun kaupan kauppiaksi tai ostamalla kallista reilun kaupan kahvia. Tästäkin asiasta olemme siis Kanniaisen kanssa samaa mieltä.

Reilun kahvin markkinoille tunkeutuvat kauppiaat eivät todennäköisesti ole kaikki idealisteja. Ylivoitot kai houkuttelevat niin sanoakseni arvojen haaskalle niitäkin, joita eivät niinkään kiinnosta arvot itsessään kuin oman liiketoiminnan tulos. Heidän on mielekästä sitoutua reilun kaupan käytäntöön liiketaloudellisista syistä, vaikkeivät he sisimmässään olisikaan sitoutuneet muuhun kuin oman tuloksensa maksimointiin.

Markkinat segmentoituvat luonnostaan.

Osa kauppiaista myy mitä tahansa kahvia sille väestöosalle, joka on kylmä reilun kaupan ihanteelle tai jolla ei ole varaa maksaa ihanteestaan. Osa heistä myy reilun kaupan kahvia niille, joilla on sekä ihanne että varoja maksaa siitä.

Tunku alalle vähenee sitä mukaa kuin eettisten kauppiaiden välinen kiristynyt kilpailu syö ylivoitot Kanniaisen kuvaamalla tavalla (Kanniainen, 2006). Mutta samoin kävisi, jos kuluttaja-asenteet muuttuisivat. Ja nehan tuppaavat muuttumaan. Maksukykyisiä kuluttajia kiinnostavat tänään yhdet, huomenna toiset arvot. Jos maksukykyiset kuluttajat unohtavat oikeudenmukaisuuden ja kiinnostuvat esimerkiksi individualistisista itsetehostusarvoista, reilun kahvin kysyntä – ja hinta – laskee. Pikemminkin tuloksestaan kuin arvoista itsestään kiinnostuneet kauppiaat seuraavat trendejä uudentyyppiisiin tuotteisiin.

Markkinoilla on todellakin kyky kapitalismin oloissa vaikuttaa yritysten eettisiin valintoihin. Sen osoittamiseen ei tarvita mutkikkaita yhtälöitä. Yrityksillä on taloudellinen intressi ottaa huomioon maksukykyisten kuluttajien arvot. Eettinen sitoutuneisuus on niille eräin ehdoin kannattavaa. Yritysten eettinen sitoutuminen onkin yleistynyt nopeasti monissa maissa. Vain harvalla yrittäjällä on ollut varaa jättää huomiotta suurten kuluttajapiirien trendimukaiset moraalistyypiset reaktiot.

Kun olemme – Kanniainen ja minä – kirjoittaneet moraalin (tai etiikan tai arvojen) markkinoista, meillä on ollut siihen hyviä perusteita.

Eettinen toiminta ja etiikan hyväksikäyttö elinkeinoelämässä

Moraalimarkkinoiden argumentti voidaan melkein sellaisenaan ulottaa kuvaamaan yksilön

eettisyyden ja hänen menestyksensä välisiä suhteita (Pursiainen, 2001). Tätä kirjoittaessani käyvät presidentinvaalien toisen kierroksen ehdokkaat Halonen ja Niinistö kamppailua erityisesti maaseudun naisten äänistä. Se on havainnollinen esimerkki siitä, miten samalla tavalla toimivat myös aatteellisten arvojen markkinat politiikassa.

Arvojen markkinoiden kuvaus kätkee sisäänsä (myös) elinkeinoelämän etiikan kannalta keskeisiä ongelmia.

Arvojen markkinoilla toimii – karkeasti tyypitellen – kahdenlaisia yrittäjiä. Yhdet ovat sitoutuneet arvoihin niin sanoakseni omista sisäisistä syistään eli ovat tavanmukaisessa merkityksessä eettisiä yrittäjiä. Toiset ovat sitoutuneet arvoihin liiketaloudellisista syistä, tulosta tavoitellen.

Ulkonaisin perustein on yleensä mahdotonta erottaa näitä kahta tyyppiä toisistaan. Erohan tulee esille vain, jos toimintaympäristö muuttuu huomattavasti. Jos maksukykyiset kulluttajat menettäisivät innostuksensa kansainvälisen kaupan reiluuteen, kaupasta tulisi kannattamatonta. Reilua kauppaa jäisivät harjoittamaan vain itsepintaisimmat idealistit. Heidänkin olisi luovuttava ennen pitkää reilusta kaupasta, jos siitä tulisi pysyvästi tappiollista. Reilun kahvin kauppa jäisi historialliseksi merkiksi.

Yleistän: yritykset (sekä poliittiset tahot ja yksilöt) voivat suhtautua moraalisiin (etiikkaan, arvoihin) kahdella eri tavalla. Ne voivat sisäistää etiikan vaatimukset omikseen, jolloin ne ovat moraalisia toimijoita sanan varsinaisessa, ahtaassa merkityksessä. Yksilöt, jotka suhtautuvat niin, ovat omantunnonihmisiä tai – jos halutaan vähemmän pateettinen sana – eettisiä idealisteja. Toisaalta ne voivat suhtautua yhteiskunnassa esiintyviin moraalisiin tunteisiin ja

vaatimuksiin samalla tavalla, kuin rationaalinen taloustoimija suhtautuu mihin tahansa toimintaympäristönsä hänestä itsestään riippumattomiin tosiasioihin. Toimintaympäristön moraaliset suuret ovat hänen olosuhteitaan, jotka hän ottaa huomioon laatiessaan rationaalista strategiaansa, esimerkiksi maksimoidessaan toimintansa taloudellista tulosta.³

Toimintaympäristössä esiintyvät toisten tahojen moraaliset tunteet ja vaatimukset ovat toimijan kannalta yleensä omaa menestymistä rajoittavia esteitä, reunaehtoja. Esimerkiksi vesiä ei saa saastuttaa selluloosaa keittäessään. Rationaalinen tuloksen tavoittelija tunnustaa esteet, jotka ovat hänestä riippumattomia. Hän kiertää esteet, jos kykenee; ja jollei kykene, suuntaa tarmonsä uusille tahoille. Kun yrittäjä suhtautuu moraalisiin näihin, hänen asenteensa on moraalisiin vaatimuksiin sopeutuva, adaptiivinen ja joskus jopa sovinnainen.⁴

Yrittäjä voi löytää toisten ihmisten ihanteellisuudesta jopa myönteisiä mahdollisuuksia. Reilun kahvin kauppias, joka itse ei piittaa reiluusarvoista ja myy reilua kahvia vain lisätäkseen yrittäjätulojaan, on tyypillinen esimerkki

³ *Samantapaista erittelyä tarvitaan, kun selitetään, kuinka kumppanuusetiikka pelastaa toimijatahot Kanniaisenkin selittämän matemaatikko Tuckerin kuvaaman vangin pulman (prisoner's dilemma) sisältämästä ansasta (Pursiainen, 1993).*

⁴ *Toimintaympäristössä esiintyviin odotuksiin ja vaatimuksiin sopeutumisen ei tarvitse olla rationaalista. Itsetarkoituksellinen sovinnaisuus on moraalitodellisuuden tärkeä ilmiö. Kanniaisen vaatimus homo oeconomicus -kuvauksen tarkistamisesta (ihmiskuvan ”jalostamisesta”, kuten hän sanoo) antaa tilaa myös sille tosiasialle, että osa ihmisistä rajoittaa vaihtoehtojaan ns. yhteisöllisistä syistä, ei vain ”rationaalisesti” jotakin hyötyäkseen. (Ns.) yhteisölliset syyt selittyvät sillä, että toiset ihmiset itsessään ovat ihmiselle tärkeitä. Se että jokin on yhteistä, on heille arvo itsessään, riippumatta siitä, mikä on yhteistä (Vrt. Pursiainen, 2005).*

(toisten ihmisten) moraalitunteiden taloudellisesti hyödyntämisestä. Kun toisten ihmisten moraaliala käytetään tuloksen tekemiseen, kyse on eksploraatiivisesta ”moraalista” (moraalin hyötykäytöstä). Adapaatiivinen ja eksploraatiivinen ”etiikka” ilmentävät periaatteessa samaa asennetta. Edellinen käsite korostaa toimintaympäristön arvojen rajoittavan toimintaa, jälkimmäinen tähdentää toisten toimijatahojen moraalisen alttiuden tarjoamia mahdollisuuksia sille, joka ei itse kärsi samasta alttiudesta. Viitataan kumpaankin suhtautumiseen yhdellä sanalla eksploraatiivinen.

Sanassani eksploraatiivinen ei välttämättä ole riiston pejoraatiivista (vähättelevää tai jopa moraalisesti tuomitsevaa) latausta. Käytämme hyväksemme lehmien maitoa, porsaiden pakaroita ja vasikoiden nahkaa. Se on elintarviketaloutta. Riistoa elintarviketalous on vasta tarkasteltuna jonkin arvomaailman näkökulmasta, esimerkiksi eläinten oikeuksia tähdentävän ideologian näkökulmasta. Näin sanoessani en ota kantaa siihen, onko tarkoituksenmukaista arvottaa elintarviketaloutta nimenomaan eläinten oikeuksien näkökulmasta.

Mikäli ymmärrän oikein Vesa Kanniaisen ja Elise Pietarilan tuoretta yritysten yhteiskuntavastuu-tekstiä, siinä katsotaan moraalisia ilmiöitä tyypillisesti eksploraatiivisesta näkökulmasta: ” – *having an ethical conduct can be a comparative advantage in market competition.*” (Kanniainen ja Pietarila, 2006.) Jos yritys on eettinen nimenomaan saadakseen kilpailuetua, se on ”eettinen” eksploraatiivisessa merkityksessä, jolloin sana eettinen pitää sijoittaa sitaattimerkkien sisään.

Luullakseni elinkeinoelämän etiikasta käytävää keskustelua selkeyttäisi kovin, jos aina muistettaisiin täsmentää, kummasta näkökulmasta keskustelua ollaan käymässä. Joudunkin

ehdottamaan esitelmän pitäjälle teeman uudelleen muotoilua. **Kanniaisen ja minun (käsitteäkseen yhteinen) argumentti ei osoita, kuinka markkinoilla on kykyä vaikuttaa yritysten eettisiin valintoihin. Se osoittaa, kuinka markkinoilla esiintyvät eettiset asenteet kykenevät vaikuttamaan yritysten (amoraalisiin, esimerkiksi tulosodotuksia maksimoiviin) valintoihin.** Ero muotoilujen välillä ei ole ollenkaan triviaali.

Sitaattimerkkejä tarvitaan, koska eksploraatiivinen ”etiikka” ei ole etiikkaa samassa merkityksessä, jossa eetikot tyypillisesti käyttävät tätä käsitettä. Se on osa rationaalisuutta (taloustieteen standardimerkityksessä) sellaisten ihmisten muodostamilla markkinoilla, jotka eivät ole kalvakkaita *homo oeconomicuksia* vaan punaisen lihan ja veren täyttämiä, monella tavalla tunteellisia, yhteisöllisiä ja väliin myös ihanteellisia yksilöitä. Se on *homo oeconomicus*-tyyppisen taloustoimijan rationaalisuutta vuoroaikutustilanteissa sellaisten toisten tahojen kanssa, jotka eivät ole *homo oeconomicus*-toimijoita. Kun **yritykset käyttävät hyväkseen** väestön asenteita tulosta tehdäkseen, se ei ole eettisyyttä. Se, ettei se ole eettisyyttä, ei tarkoita, että se on kielteistä tai hyödyttöä. Jos reilun kahvin kauppa itse asiassa palvelee riistettyjä kahvinviljelijöitä (sitä ei etiikka omilla keinoillaan tiedä), se on myönteistä ja hyödyllistä.

Kanniainen on selkeästi tietoinen siitä, etteivät yritykset ole ”eettisiä” eettisistä syistä. ”Korostettakoon, että esitetty tulos ei siis perustu yritysten hyväntahtoisuuteen”, Kanniaisen tähdentää. Hän tarkoittaa, että yritys ei itsessään ole moraalinen toimija. Se on amoraalinen toimija, jolla on ”halu maksimoida voittonsa ja saavuttaa kilpailuetua”. Moraali on yrityksen toimintaympäristön tosiasia, ”kulut-

tajien valveutuneisuutta ja moraaliala” (Kanniainen, 2006).

Asiakasko aina oikeassa

Kanniaisen mukaan (Kanniainen, 2006) ”tunteet ovat aina tosia” ja ihmisillä on ”kyky tunnustaa, mikä on oikein ja mikä on väärin”. Nämä muotoilut kuulostaisivat vallan merkillisiltä, ellei lukija oivaltaisi, että Kanniainen vain soveltaa ”positiivisen” taloustieteen perinteitä. Hän määrittelee myös kuluttajien moraalitunteet ja -asenteet ”pelkiksi” preferensseiksi eli taloustoimijan toimintaympäristön (amoraaliksi) tosiasioiksi. Kanniainen käsittää itse olevansa avaamassa etiikan näkökulmalle ovea talousteoreettisiin pohdintoihin. Niin siinä ei näytä käyvän. Moraaliset suureet pääsevät sisään vasta kuohittuina amoraaliksi ”preferensseiksi”.

Tarkastelusta tulee eettistä vasta, kun voidaan keskustella siitä, onko jonkin tahon käsitys siitä, mikä on oikein tai mikä on väärin, oikea tai väärä. Tosiasiat eivät ole moraalisia eivätkä moraalien vastaisia, ne vain ovat. Etiikka on olennaisesti oikeaa tai väärää suhtautumista erilaisiin tosiasioihin.⁵ Etiikka syntyy vasta katseessa, joka kohdistuu tosiasioihin erityisestä moraalien näkökulmasta (eikä yhtä aikaa ikään kuin kaikkialta). Moraalinen näkökulmaa ei ole itsestään, vaan se on määriteltävä. Esimerkkinä on oma moraalien määritelmäni monissa teksteissäni: ihmiset vahtivat yhdessä toisiaan puolustukseen yhteistä perusetuaan, keskinäistä

⁵ Mm. John Rawls (1972) tähdentää, etteivät tosiasiat (kuten yksilöiden synnynnäiset erot) ole oikeudenmukaisia tai epäoikeudenmukaisia. Yhteiskunnan suhtautuminen tosiasioihin voi olla oikeudenmukaista tai epäoikeudenmukaista.

luottamusta. Moraalinen näkökulma on se näkökulma, josta kaikki yhdessä seuraavat jokaisen yksilön toimia valmiina protestiin tarpeen niin vaatiessa.

Kanniainen selittää: ”Vakavasti otettava tieteellinen tutkimus ei koskaan voi lähteä annetuista tai kuvitelluista eettisistä vaatimuksista sellaisina kuin ne näyttäytyvät esim. moraalifilosofien, yritysconsulttien tai populististen mielipidevaikuttajien kynästä nähtyinä tai suusta kuuluina.” (Kanniainen, 2006). Ovatko kuluttajien trendien tahdissa värjyvät moraalitunteet ja -asenteet tieteellisempiä perusteita määrittää moraalisesti oikea tai väärä kuin moraalifilosofin tarkasti analysoitu ja monissa soveluksissa koeteltu teoria?

Kanniainen korostaa sitä, että näitä asioita pitää tarkastella ”suuren yleisön näkökulmasta”. Eetikon sydäntä suorastaan kylmää: hänelle olisi moraalisesti sietämätöntä ajatella, että moraalikysymyksistä äänestettäisiin gallup-kyselyin tai että niihin haettaisiin vastausta analysoimalla maksukykyisten kuluttajien tekemiä markkinavalintoja. (Kanniainen: ”Se, millaisia me ihmiset olemme ja mitä arvoja ratkaisumme heijastavat ja miten viestitämme niistä omalla ostokäyttäytymiselläme, on empiirinen kysymys.” (Kanniainen, 2006)) 5 miljoonaa suomalaista voi eetikon mielestä aivan hyvin olla moraalisesti väärässä. Eetikon perustyöhön kuuluu vallitsevien asenteiden eettinen kritiikki. Positiivisen taloustieteilijän kriteeri oikealle ja väärälle on se, miten hyvä ”matching” (kuluttajan maun ja kauppiaan tyrkylle tuomien tuotteiden ja palveluiden välillä) toteutuu. Nimenomaan Kanniainen itse perustaa etiikkansa ”annettuihin” vaatimuksiin (markkinoilla ilmeneviin kuluttajavaatimuksiin).

Geenien kuiskeet

Evoluutiopsykologia tarjoaa Kanniaiselle näennäistä kivijalkaa. Hän korostaa sen merkitystä talouselämän etiikan ymmärtämisessä. Kiistämättä tämä näkökulma luokin valoa siihen, miten ihmiset tosiasiallisesti suhtautuvat moniin moraalisesti relevantteihin asioihin. Yksinkertainen hayekilais-innoitettu (Hayek, 1988) argumentti osoittaa, kuinka problemaattista evoluutiopsykologiasta on päätellä, kuinka ihmisten tulisi suhtautua asioihin.

Mahdollisesti ihmisen kukoistus lajina perustuu ihmisen esi-isien eloonjäämistalustelussa kehittelemiin eettisiin strategioihin (kuten miesten saalistaman ravinnon jakamiseen lauman niillekin yksilöille, naisille, lapsille, sairaille ja jopa vanhuksille, jotka eivät osallistu itse metsästyksen). On (näissä asioissa maallikon asemassa olevan näkökulmasta ainakin teoreettisesti) mahdollista, että moisia valmiuksia periytyy geneettisesti. Olettakaamme (ehkä vastoin tosiasioita), että ihmisillä on geneettisesti määräytyneet ja siis biologisesti periytyvä omatunto.

Emme elä enää laumoissa vaan väkirikkaissa teollisissa yhteiskunnissa. Jos näissä uusissa oloissa eläisimme geneettisen omatuntonne mukaan, mahdollisesti tuhoaisimme taloutemme ja suuressa määrin tuhoutuaisimme itse – niin ainakin Hayek arvelee. Tarvitaan etiikkaa, joka on ristiriidassa geneettisen etiikan kanssa. Sellaisen etiikan olemme kehittäneet ja siirrämme sen sukupolvesta toiseen kasvatuksen kautta (kulttuurievolutio). Meillä on siis kaksi eri omaatuntoa: kuulemme geeniemme atavistista kuiskutusta samalla, kun otamme vaarin nykykulttuurin vaatimuksista. Markkinatalouksien eettisen koodin opimme samoin kuin opimme lukemaan ja kirjoittamaan.

Geenien kutsun seuraaminen olisi syvästi epäeettistä, jos se uhkasi ihmiskunnan olemassaolon perusteita. Selviytyäkseen ihmiskunnan olisi toimittava vastoin geeniensä kutsua. Se tarkoittaa, että suurten teollisuusvaltioiden kansalaisten on elettävä – jos tahtovat elää – huonolla (geneettisellä) omallatunnolla.

Kanniainen päivittelee gallup-faktaa: ”Mar-raskuussa 2005 julkaistun mielipidetutkimuksen mukaan ranskalaisista kaksi kolmesta vastustaa kapitalismia. Ylivoimaisesti suosituin yhteiskuntajärjestelmä on sosialismi. Sosialismia kannatti jopa oikeiston äänestäjiksi ilmoittaneista useampi kuin joka kolmas. Miten tämä selittyy?” (Kanniainen, 2006). Se selittyisi hyvin tyylikkäästi esimerkiksi sillä, että ihmiset joutuvat elämään kapitalismissa vastoin omantuntonsa vaatimuksia. Huono omatunto ilmaisee itseään epäjohdonmukaiselta tuntuvalta gallup-käyttäytymisenä. Jokainen erämaasta kamelinkarvoissaan luoksemme linkuttava profeetta, joka soimaa meitä geeniemme kutsun vastaisesta elämäntavasta ja arvoista, löytää liittolaisen sisimmästämme, siitä, mitä olemme geneettisesti. Jos Hayek on ymmärtänyt oikein meitä, geeniemme ja elävän elämän vaatimusten sovittamaton ristiriita tekee meistä helppoja saaliita poliittisille populisteille, jotka hankkivat valtaa usuttamalla meitä omien perusetujemme vastaisiin vaatimuksiin.

En kuitenkaan tiedä, onko Hayek oikeassa.

Ne, mitä geenimme kuiskuttavat, ovat amoraalisia tosiasioita, kunnes ne asetetaan moraaliseen näkökulmaan arvioitavaksi.

Lihan syömisen etiikka on kyseenalaistettu muun muassa eläinten oikeuksia tähdentävän arvomaailman näkökulmasta. Voimme ehkä osoittaa – en tiedä voimmeko –, kuinka ihmisen kyky käyttää hyväkseen myös eläinvalkuai-

sia on ollut lajimme menestyksen perustekijöitä. Tämä olisi vain yksi amoraalinen tosiasia. Se, onko lihan syöminen eettistä, ei lainkaan riipu tästä kehityshistoriallisesta taustasta. Saattaa olla, että sikojen teurastaminen ravinnoksi on moraalisesti sietämätön käytäntö jokaiselle kulttuurin henkiseksi jalostamalle yksilölle ja loukkaa eläinten oikeuksia, ja on sen tähden epäeettistä. Siihen, onko niin, ei minun kuulu tässä ottaa kantaa.

On olemassa ihmisiä, joiden mielestä pahat tahot (kuten kapitalistit tai poliitikot) ovat syyllisiä siihen, että ihmiskunta näyttää olevan tuhoamassa olemassaolonsa edellytyksiä (mm. ekologia). Monet pahoista tahoista vain hyödyntävät niin sanottujen pienten ihmisten asenteita ja arvoja. Suuri yleisö ei ole viaton. Kuten Kanniainen tähdentää, markkinat pakottavat kauppiat (ja varmaankin esimerkiksi presidenttiehdokkaat) ottamaan huomioon kuluttajien moraaliset tunteet ja asenteet. Olettakaamme, että ihmiskuntaa ollaan johtamassa tuhoon. Uskokaamme, että markkinat ohjaavat tärkeällä tavalla yritysten (ja siten toki myös poliittisten tahojen) valintoja. Näistä premisseistä seuraa loogisesti, että suuri yleisö (talouden ja politiikan kuluttajapiirit) on (suuressa määrin) vastuussa siitä, mitä ihmiskunnalle ja maailmalle tapahtuu. Pienen ihmisen valinnat, hänen preferenssinsä, eivät ole ilman muuta ”tosia tai oikeita” niin, että ne jotenkin olisivat etiikan annettuja ehtoja. Taloudellisten käytäntöjen, kuten yritysetiikan peruskysymys – muun muassa Kanniaisen löydösten perusteella – on markkinoilla ilmenevien preferenssien eettinen arviointi, arviointi moraalien näkökulmasta.

Etiikka oikeastaan alkaa siitä, missä aletaan arvostella tavaroiden ja aatteiden kuluttajien moraalisia tunteita ja käsityksiä siitä, mikä on oikein tai väärin.

Lopuksi

Näyttää siltä, ettei Kanniainen sittenkään ole onnistunut vakuuttavasti pyrkimyksessään aloittaa varsinaista eettistä keskustelua yritysten ja elinkeinoelämän etiikasta. Hänen näkökulmansa rationaalisen taloustoimijan (*homo oeconomicuksen*), joka käyttää epärationaalisten kuluttajien moraalitunteita ja -käsityksiä omien amoraalisten tavoitteittensa hyväksi, kuten taloudellista tulostaan parantaakseen.

Tällä johtopäätöksellä en ollenkaan vähättele Kanniaisen panosta keskusteluun. Hänen puheenvuoronsa ovat oikein otollinen alku tarvittavalle keskustelulle.

Etiikka etiikkana alkaa vasta, kun tosiasioita katsotaan näkökulmasta, joka ei itse johdu tosiasioista. Ihminen ihmisenä on vain yksi niistä tosiasioista, joita luonto tuottaa. Siitä, millainen ihminen on, ei itsessään johdu, miten ihmisen pitäisi suhtautua siihen, millainen hän on.

Kiteytän kaiken sanomani yhteen ajatukseen. **Etiikka ei ole tieteellistä vaan poliittista.** Se ei johdu siitä, miten asiat ovat, vaan siitä, mikä on tärkeää. □

Kirjallisuus

- Hayek, F.A. (1988): *Kohtalokas ylimieli*. Helsinki: Art House, 1998.
- Kanniainen, V. (2006): *Onko kapitalismin etiikka kadoksissa?*, esitelmäluonnos 11.1.2006.
- Kanniainen ja Pietarila (2006): *Corporate Social Responsibility: Can Markets Control?*, moniste, 5.1.2006.
- Pursiainen, T. (1993): *Tulevaisuus kriisissä*. Helsinki: Kirjapaja.
- Pursiainen, T. (2001): *Kuntaetiikka. Kunnallisen arvokeskustelun kritiikki*. Helsinki: KAKS.

Pursiainen, T. (2002): ”Ammattien etiikka”, teoksessa OAJ:n opetusalan eettinen neuvottelukunta ja R. Sarras (koonneet) *Etiikka koulun arjessa*. Helsinki: Otava.

Pursiainen, T. (2005): ”Karitsan kiukku”, kokoelmassa Pursiainen, *Summa. Kootut teologiset teokset*. Helsinki: Kirjapaja.

Rawls, J. (1972): *A Theory of Justice*. Oxford: Oxford University Press.