

Sosiaalipsykologisen arvotutkimuksen historia, nykyisyys ja tulevat haasteet

VTT Martti Puohiniemi
Esitelmä
Luonnonfilosofian seurassa
Tieteiden talolla 30.10.2012

Limor Oy

2

Esityksen runko:

- Empiirisen arvotutkimuksen historia
- Oma näkökulmani arvotutkimukseen
 - Arvot ja arkielämä
 - Yritysten toimintaa ohjaavat arvot
 - Arvomuutos
- Schwartzin yksilötason arvoteoria
 - Arvojen määrittely, arvoteoria ja arvokartta
 - Arvomittauksen tulokset
- Schwartzin teoria kulttuurisista arvo-orientaatioista
 - Teoreettiset orientaatiot ja teorian testaus
 - Kulttuuristen arvojen maailmankartta
 - Yhteiskuntapolitiikat ja -rakenteet kartalla
- Yritysten toimintaa ohjaavat arvot
- Sosiaalipsykologisen arvotutkimuksen tulevat haasteet

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Empiirisen arvotutkimuksen historia

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Arvokäsitteistö voidaan johtaa ihmisen
yrityksistä ymmärtää, kuvailla tai
oikeuttaa tarpeitaan, piirteitään
antamalla niille sosiaalisesti hyväksytyjä
nimityksiä.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Arvot ovat osa ihmisen tietoista
persoonallisuutta ja siksi mukana
kaikessa, mitä ihminen tekee.

Empiirisen arvotutkimuksen historia, osa 1: Yksilötutkimusten aikakausi 1931-

- Empiirisen arvotutkimuksen alkuna voidaan pitää Eduard Sprangerin teorian ihmisen ideaalityypeistä (*Lebensformen* 1914), joita olivat:
 - Teoreettinen
 - Taloudellinen
 - Esteettinen
 - Sosiaalinen
 - Poliittinen
 - Uskonnollinen.
- Teos käännettiin englanniksi 1928 (*The Types of Men*) ja Allport ja Vernon operationalisoivat vuonna 1931 teorian arvomittariksi "Study of Values".
- Teoria on ihmisluontoa imarteleva; se ei esimerkiksi tunnusta hedonististen arvojen merkitystä.
- Mittaria käytettiin aina 1960-luvulle asti yksilötutkimuksissa ammatinvalinnassa, rekrytoinnissa, avioliittoneuvonnassa jne.
- "Study of Values" -mittaria käyttivät lähes yksiomaan psykologit praktiikoillaan, eikä vertailevia tutkimusasetelmia rakenneltu.

Empiirisen arvotutkimuksen historia, osa 2: Yhteiskunnallisen arvotutkimuksen aikakausi 1967-

- Yhdysvaltain kansalaisoikeusliike, opiskelijoiden aktivoituminen ja Vietnamin sota nostivat esiin kysymyksen arvojen ja yhteiskunnallisen toiminnan suhteesta.
- Rokeach kehitti mittarin survey-tutkimuksia varten 1967. Mittarissa erotettiin toisistaan:
 - Päämääräarvot, kuten maailmanrauha, pelastus, perheen turvallisuus.
 - Välinearvot, kuten rehellinen, tottelevainen, itsenäinen.
- Rokeachin suuri idea oli vaikuttaa arvoihin ja saada aikaan arvomuutoksia.
- Mittaria on käytetty laajasti eri kulttuureissa huolimatta siihen sisältyvistä USA-lähtöisistä kaksoismerkityksistä.
- Mittarin toteutustapa, arvojen tärkeysjärjestyksen tutkiminen, sopii hyvin arvojen luonteeseen, mutta on tilastollisten analyysien kannalta ongelmallinen (sidokset).
- Mittarin käyttö alkoi hiipua 1980-luvulla.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Empiirisen arvotutkimuksen historia, osa 3.: Kulttuurien välisten vertailujen aikakausi 1977 –

- Inglehartin Silent Revolution (1977) nosti esiin materiaaliset ja post-materialiset arvot.
- Hofsteden Cultures Consequences (1980) analysoi kulttuurieroja työhön liittyvien arvojen kannalta yhdessä organisaatiossa (Hermes = IBM).
- Schwartz julkaisi yksilötason teorian inhimillisten perusarvojen universaalista rakenteesta ja merkityksistä (1992) sekä teorian kulttuurisista arvo-orientaatioista (1994; 2007).
- Schwartzin teorioita ja niihin perustuvia arvomittareita on sovellettu yli 75 kulttuurissa tehdyissä arvomittauksissa.
- Suomalaiset ovat olleet alusta lähtien mukana Schwartzin arvotutkimuksen kehittätyössä.
- Aluksi Schwartz työryhmineen keskittyi tutkimaan opettajien ja opiskelijoiden arvoja. Nyt teoriaa sovelletaan laajasti ja mittauksia tehdään useilla erilaisilla mittareilla. Arvomittarin uudistettu versio julkaistiin kesällä 2012.
- Schwartzin yksilötason arvoteoria on aikamme laajimmin hyväksytty ja hyödynnetty arvoteoria.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Oma näkökulmani arvotutkimukseen

Arvot, asenteet ja ajankuva- eli A3-tutkimus

- Tutkii ihmisten arvoja ja suhteuttaa nopeasti muuttuvan ajankuvan ilmiöt kulttuurisesti vakaaseen arvoperustaan.
- Perustuu vuosina 1990-1995 tekemääni väitöskirjaan "Values, consumer attitudes and behaviour".
- Toteutetaan kysely- ja haastattelumenetelmällä ja sen aineisto edustaa suomenkielistä 15-75 -vuotiasta väestöä.
- On toteutettu kahdeksan kertaa: 1991, 1993, 1994, 1995, 1996, 1999, 2001 ja 2005. Seuraava kenttätyö tehdään vuonna 2016.
- A3-väestökyselyihin on vastannut 9839 ja internetissä toimivaan arvomittariin tuhansia.
- Tutkimuksen kohteena ovat arkielämän ilmiöt ja näiden suhde arvoihin.

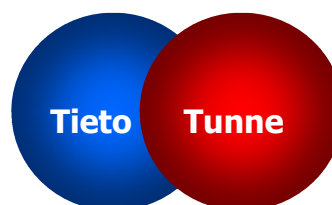


Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Arvot ovat opittuja, kulttuurisesti hyväksyttyjä elämää ohjaavia päämääriä. Niihin turvaututaan vaikeissa valintatilanteissa, joissa rutiineista ei ole apua. Arvoissa, kuten muissakin motiiveissa, on kaksi komponenttia: tieto ja tunne. Tieto ohjaa valitsemaan oikean suunnan, mutta vasta tunne virittää halun päästä perille.

Arvoista puhuttaessa kannattaa korostaa tunneseikkoja, koska arvoihin liittyvä tieto on yleensä hallussa.



Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

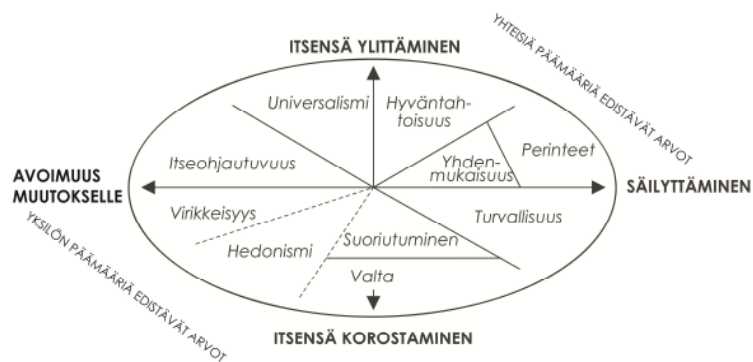
Schwartzin yksilötason arvoteoria

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Schwartzin teoria inhimillisten perusarvojen universaalista rakenteesta ja sisällöstä



Arvot liittyvät toisiinsa ollen joko toisiaan täydentäviä tai keskenään konfliktissa.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy



Schwartzin yksilötason arvoteoria on saanut aikaan arvotutkimuksen renessanssin. Teorian avulla on tutkittu:

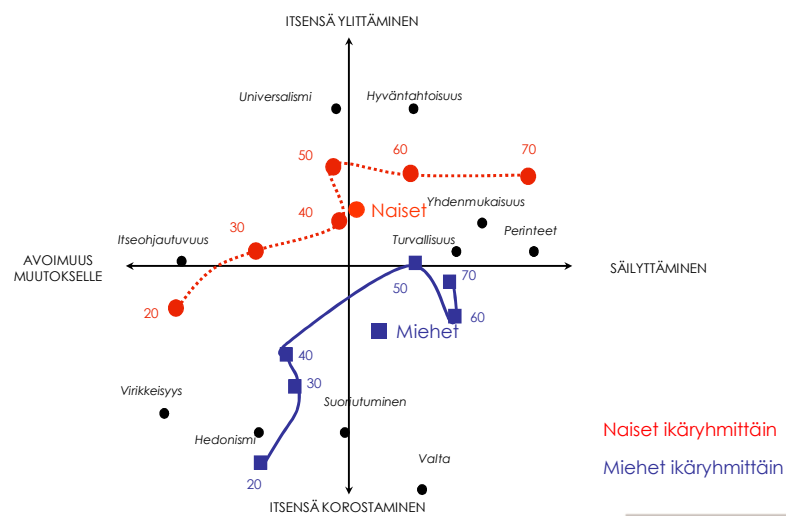
- Poliittisia valintoja
- Työelämää
- Kulutuskäyttäytymistä
- Demografioita
- Perhe-elämää
- Lasten sosiaalisuutta
- Persoonallisuutta
- Sosiaalista identiteettiä
- Kulttuuriin mukautumista
- Koulutusta
- Vaikuttamisstrategioita
- Sukupuolieroja
- Uskonnollisuutta
- Organisaatioita
- Väkivallan oikeutusta
- Johtajuutta
- Optimismia
- Sitoutumista
- Sukupolvieroja
- Auttamista
- Moraaliarvioita
- Investointien virtoja
- Yhteiskuntarakenteita
- Yhteiskuntapolitiikkoja
- Maahanmuuttoa
- Jne.....

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

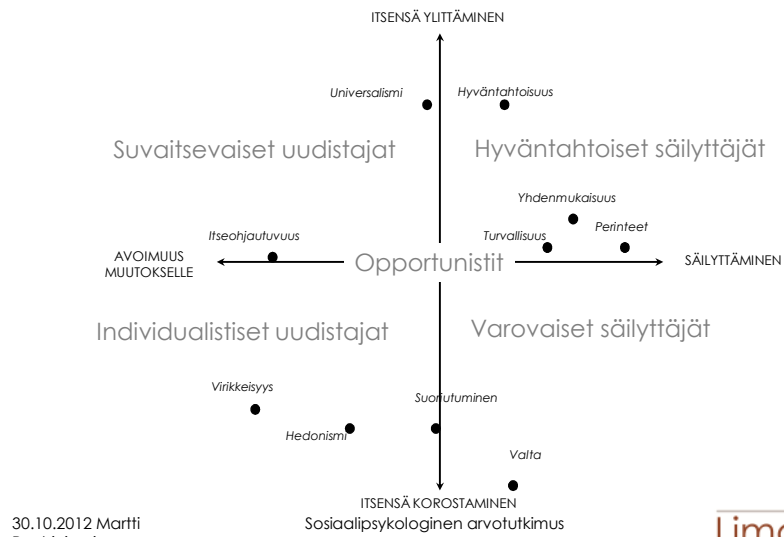
Limor Oy

Suomalaiset arvokartalla



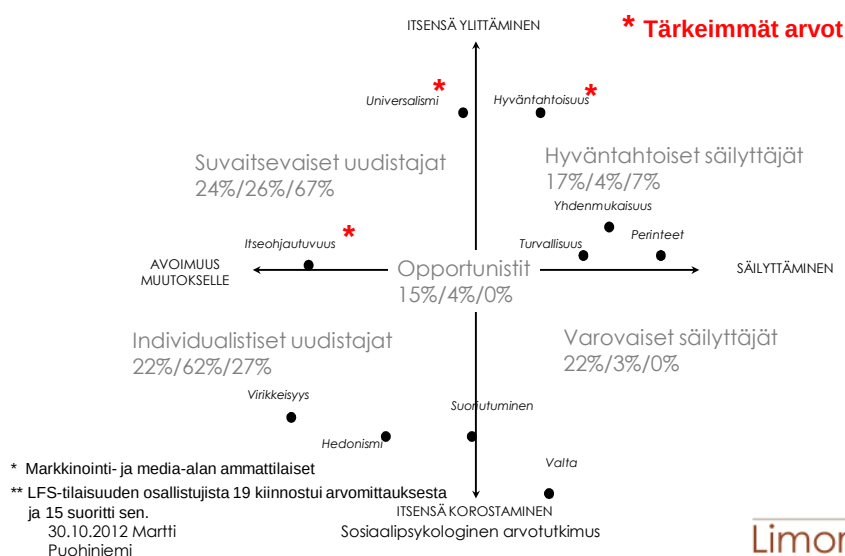
30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Viisi arvoiltaan erilaista ihmisryhmää



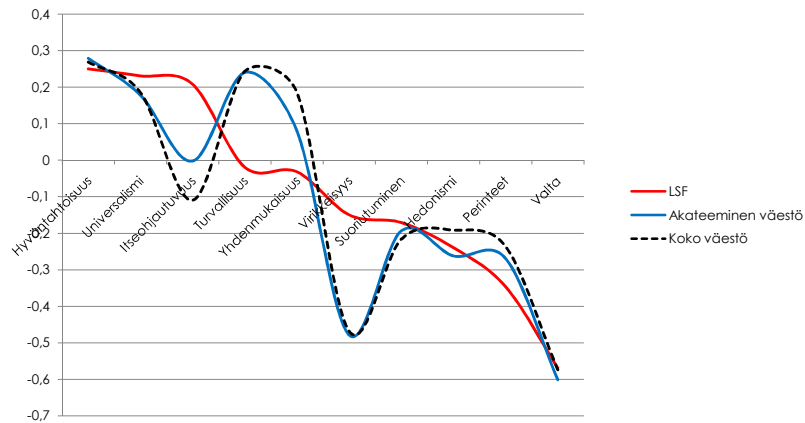
Limor Oy

Väestö / MMA* / LFS** arvokartalla



Limor Oy

LFS:n jäsenkunnan edustajien (N=15) arvoprofiili verrattuna 55+ väestöön



- Ikäluokassa 55+ akateemiset eivät oleellisesti poikkea muusta väestöstä, mutta LFS:n edustajat poikkeavat selvästi.
- Itseohjautuvuuden ja virikkeisyyden korostuminen ja turvallisuuden sekä yhtenmukaisuuden vähäinen korostus erottavat LFS:n edustajat muista.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Tiivistelmä

- Schwartzin yksilötason arvoteoria aikamme laajimmin hyväksytty ja hyödynnetty teoria inhimillisistä perusarvoista:
 - Oivallus arvoista motiivien jatkumona tekee teorian esitystavasta visuaalisen ja helposti hahmotettavan.
 - Teoria auttaa tunnistamaan inhimillisiä invariansseja eli ihmisen kehitykseen liittyviä, aikakaudesta toiseen päteviä säännönmukaisuuksia.
 - Teoria on äärimmäisen hedelmällinen ja stimuloi voimakkaasti uusia, erilaisia tutkimussuuntauksia.
 - Tarjoaa työkaluja myös nopeasti muuttuvien ilmiöiden ja muutien tutkimiseen.
 - Teorian mahdollisuuksia ei ole vielä läheskään ammennettu tyhjiin, esim. arvorakenteisiin liittyvät merkitykset ovat vielä lähes tutkimatta.
- Koska arvot muuttuvat niin hitaasti muodostaa pätevä arvotutkimus nopeasti muuttuvassa maailmassa hyvän ja vakaan viitekehyksen yhteiskunnan, ihmisten ja yhteiskunnallisen muutoksen analysointiin.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Kulttuuriset arvo-orientaatiot (Schwartz 2011 a ja b)

Schwartzin (2011 a ja b) "Tarina kahdesta Teoriasta"

- Schwartzin "Tarina kahdesta Teoriasta" alkoi 1980-luvulla hänen miettiessään puolen vuoden ajan pahiten epäonnistuneen tutkimuksensa aineistoa.
- Tuona aikana hän sai idean siitä, kuinka arvot saattaisivat organisoida rakenteeksi.
- Schwartz julkaisi idean yhdessä Bilskyn kanssa artikkelina (1987): 'Toward a Universal Psychological Structure of Human Values'.
- Tämän jälkeen Schwartz alkoi työryhmineen kehittää teoriaa inhimillisten perusarvojen universaalista rakenteesta ja sisällöstä. Ensimmäinen arvomittari kehitettiin kolmena kieliversiona: englanniksi, hepreaksi ja suomeksi.
- Teoriaa oli tarkoitus testata viidessä kulttuurissa. Testit alkoivat 1988. Pian oli koossa tulokset 20 kulttuurista, ja teoria julkaistiin 1992.
- Muutamassa vuodessa aineistoa saatiin 40 maasta ja näytteiden määrä ylitti 80.
- Schwartzin työryhmä oivalsi, että tutkimalla samanaikaisesti näin monen maan näytteitä, he voisivat tutkia kulttuurisia arvoja Geert Hofsteden tapaan.
- Tässä vaiheessa he alkoivat kehittää teoriaa myös kulttuurista. Ja loppu onkin historiaa. (Schwartz 1994; 2007)

Mitä ovat kulttuuriset arvo-orientaatiot?

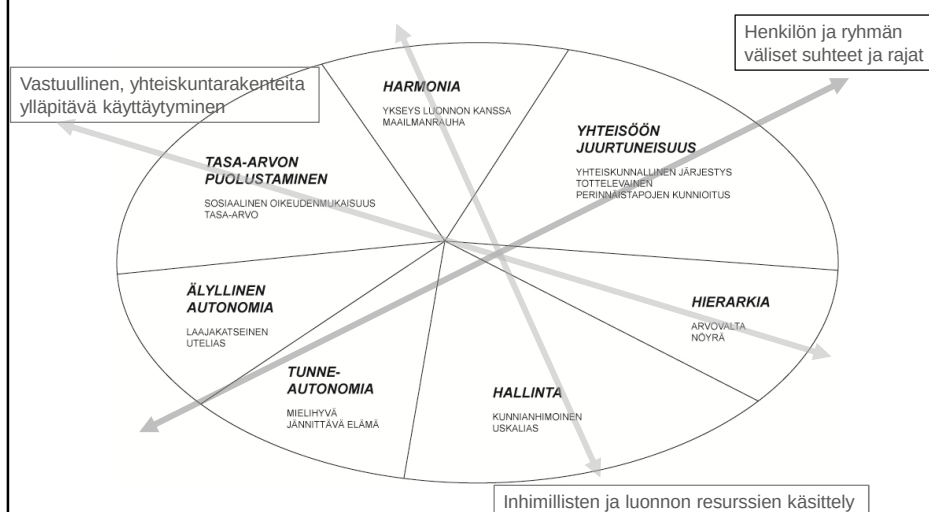
- Kaikkien yhteiskuntien on kaikkina aikoina ratkaistava kolme ongelmaa:
 1. Kuinka määritellään henkilön ja ryhmän välisten suhteiden ja rajojen luonne?
 2. Kuinka taataan, että ihmiset käyttäytyvät vastuullisella, yhteiskuntarakenteita ylläpitävällä tavalla?
 3. Kuinka säädellään tapaa, jolla ihmiset käsittelevät inhimillisiä ja luonnon resursseja?
- Eri kulttuureissa vastaukset ovat erilaisia. Ne on ilmaistu yhteiskunnassa vallitsevien arvopainotusten muodossa.
- Schwartzin teoria määrittää seitsemän kulttuurista arvo-orientaatiota, jotka tavoittavat yhteiskuntien väliset kulttuuriset peruserot.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Seitsemän kulttuurista arvo-orientaatiota: teoreettinen rakenne



30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

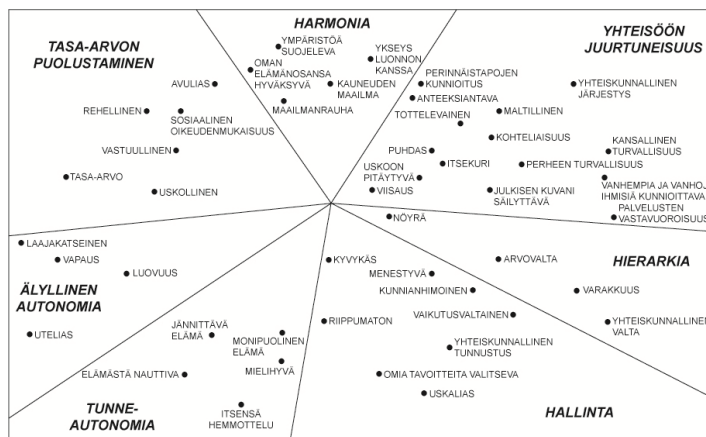
Teoreettisen rakenteen testaaminen

- Jokaisessa kulttuurissa teoriaa testattiin käyttäen 56 tai 57 osion SVS arvomittaria (Schwartz Value Survey).
- Vastaajia oli yhteensä 55.022. He olivat 72 maasta ja 81 eri kulttuurisesta ryhmästä.
- Yksilötason arvokartat ovat rakenteeltaan samanlaisia kaikissa kulttuureissa.
- Kulttuurintasoinen analyysi perustuu yksilötason aineistosta laskettuihin kulttuurintasoiin tunnuslukuihin, maa- tai ryhmäkohtaisiin keskiarvoihin.
- Kulttuurisen tason tunnusluvut ovat osoittautuneet äärimmäisen vakaiksi aikasarjavertailuissa.

Arvotulkinnat yksilöiden ja kulttuurien tasolla

- Kulttuurien tasolla arvojen keskinäiset suhteet jäsentyvät erilaiseksi rakenteeksi kuin yksilötasolla:
 - Esimerkiksi nöyryys ja yhteiskunnallinen valta korreloivat positiivisesti kulttuurin tasoissa analyysissa
 - hierarkian oikeutukselle rakentuvassa yhteiskunnassa jäsenten täytyy hyväksyä, että he ovat alempiarvoisia suhteessa joihinkin ja samalla joidenkin muiden yläpuolella.
- Yksilötasolla nämä kaksi arvoa korreloivat negatiivisesti:
 - nöyryyden ja yhteiskunnallisen vallan samanaikainen tavoittelu on yksilön kannalta ristiriitaista.
- Tämä vahvistaa näkemystä, että kulttuurit ja yksilöt ovat erillisiä kokonaisuuksia ja että erilaiset periaatteet organisoivat yhteiskuntien normatiivisia kulttuurisia järjestelmiä ja yksilöiden motivaatioon perustuvia arvojärjestelmiä.

Kulttuuristen arvojen kartta



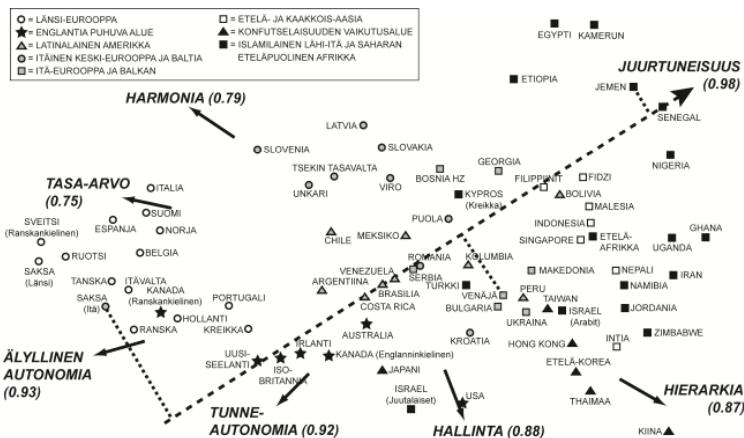
- MDS-kartta on laskettu 233 näytteestä, jotka ovat 81 kulttuurista.

30.10.2012 Martti Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Kulttuuristen arvojen maailmankartta



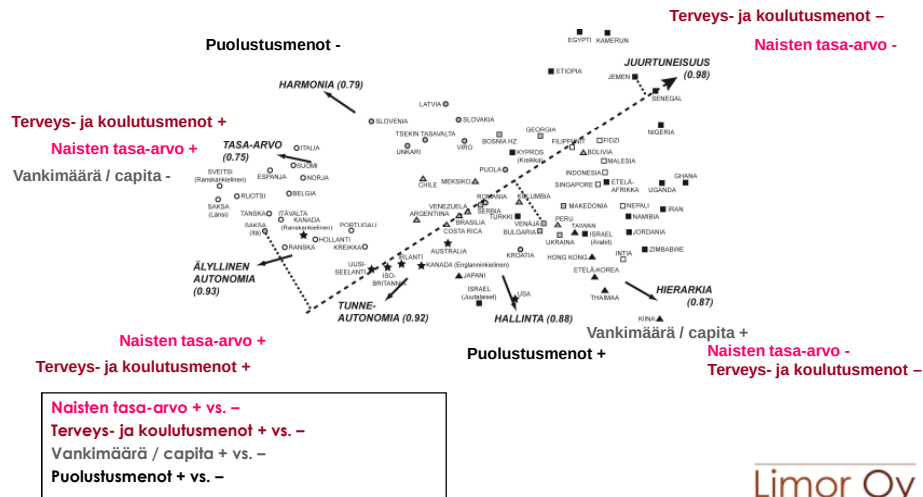
- Kulttuuristen arvojen maailmankartta osoittaa, miten 77 kulttuurista ryhmää sijoittuvat suhteessa seitsemään kulttuuriseen arvo-orientaatioon ja toisiinsa.

30.10.2012 Martti Puohiniemi

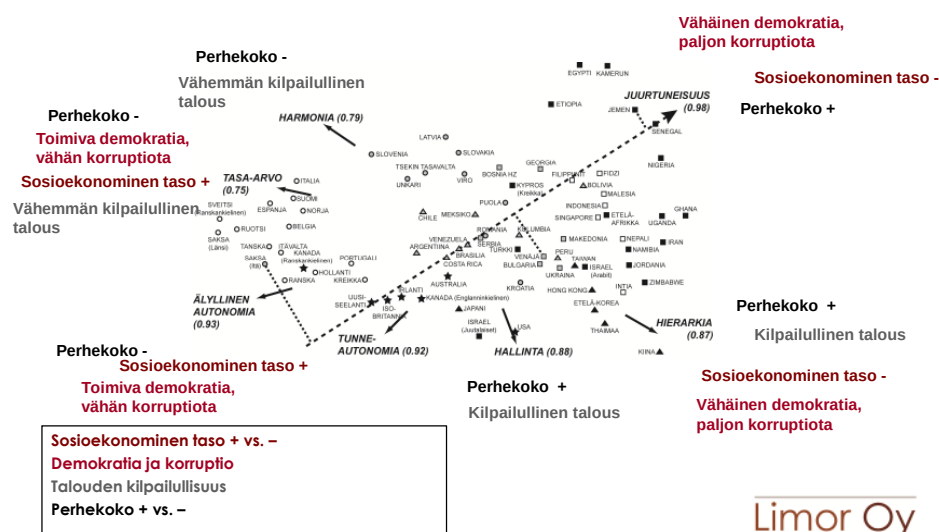
Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Tutkimuskohteena neljä yhteiskuntapolitiikan aluetta



Kulttuuriset arvo-orientaatiot ja yhteiskuntien rakenteet



Tiivistelmä: kulttuuriset arvo-orientaatiot

- Schwartzin teorian määrittää seitsemän kulttuurista arvo-orientaatiota, jotka muodostavat kolme kulttuurista arvoulottuvuutta, jotka
 - Auttavat kansallisten kulttuurien kartoittamista
 - Selittävät yhteiskunnallisesti merkittäviä ilmiöitä.
- Samanlaisia kulttuurialueita ovat tunnistaneet myös muut tutkijat esim. Inglehart ja Huntington, vaikka tutkimusten lähestymistavat eroavat kulttuuriselta peruskäsitteistöltään, menetelmiltään ja näytteiden osalta.
 - Maat ovat merkityksellisiä kulttuurisia yksiköitä.
- Kulttuurisia arvo-orientaatioita voidaan tutkia selitettävänä tai selittävinä muuttujina. Kulttuuri toimii myös muiden muuttujien välisten suhteiden välittäjänä (esim. sukupuolierot).
- Kulttuurit eivät koskaan ole täysin integroituneita ja yhtenäisiä. Yhteiskunnan eri instituutiot painottavat enemmän oman toimintansa kanssa yhteensopivia orientaatioita, esim:
 - hierarkiaa armeijassa
 - juurtuneisuutta perheissä
 - hallintaa markkinoilla
 - älyllistä autonomiaa yliopistoissa.

Yritysten toimintaa ohjaavat arvot

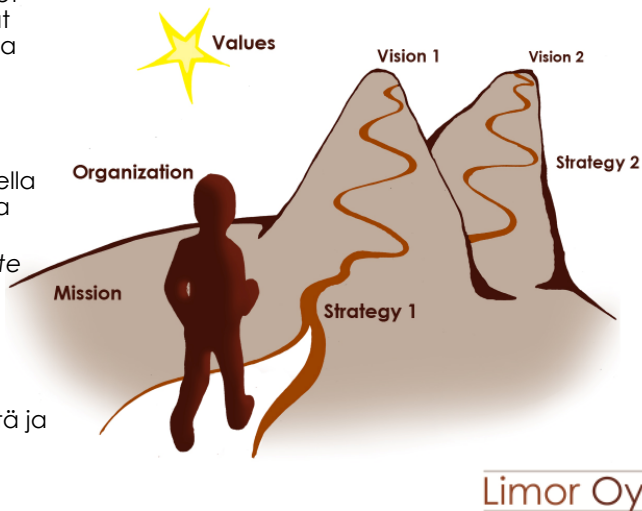
Yritysten toimintaa ohjaavat arvot (Puohiniemi 2003)

35

Arvot ovat kuin tähdet taivaalla: ne auttavat suunnistamaan, mutta niitä ei voi koskaan tavoittaa.

Organisaatiot 'tarvitsevat' arvoja pysyäkseen strategisella polullaan muuttuvassa ympäristössä.

Discovering Corporate Values –menetelmä (DCV), jonka olen kehittänyt, perustuu Schwartzin (1992) teoriaan arvojen universaalista sisällöstä ja rakenteesta.



Limor Oy

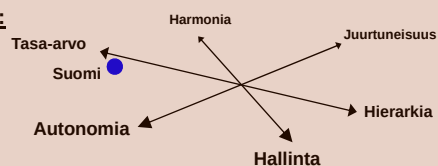
Kolmenlaisia arvoja

36

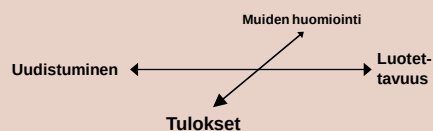
Yritysten arvot:

- Sijoittuvat yksilön ja kulttuuristen arvojen välimaastoon.
- Perustuvat yksilön arvoihin, mutta ovat yksilön ulkopuolella yrityksen rakenteissa, järjestelmissä ja toiminta-periaatteissa.
- Ovat vakaita, mutta eivät yhtä vakaita kuin kulttuuriset arvot.
- Voidaan tunnistaa keskusteltaessa yrityksen edustajien kanssa.
- Voidaan muuttaa johdonmukaisella ja hyvällä johtajuudella.

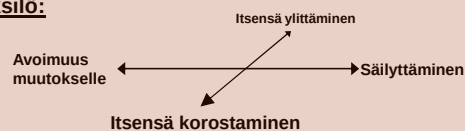
Kulttuuri:



Yritys:



Yksilö:



Näitä ideoita on testattu 132 ryhmäkeskustelussa 32 yrityksessä, joiden henkilömäärä on vaihdellut välillä 18 - 45 000.

Limor Oy

DCV prosessi

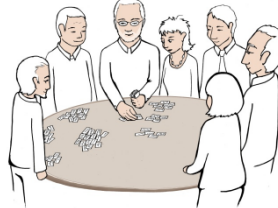
- DCV käynnistyy aina MUUTOKSESTA. Muutos voi tapahtua ympäristössä, kilpailutilanteessa, omistussuhteissa, johtoryhmässä, ...
- Johto tai omistajat päättävät prosessin käynnistämisestä.
- Kolmen tunnin arvokeskustelu johtoryhmän kanssa avaa pelin.
- Henkilöstön kanssa käydään 2 - 14 kolmen tunnin arvokeskustelua.
- Analyysi alkaa ryhmissä. Keskustelut ja kaikki kirjallinen materiaali tallennetaan ja analysoidaan jälkeenpäin yksityiskohtaisesti.
- Raportti sisältää ehdotuksen yrityksen arvomaliksi.
- Johtoryhmä muotoilee lopullisen version arvomallista yhdessä tutkijan kanssa.
- Arvojen toteutumista edistetään yrityksen henkilöstön keskuudessa ja ne esitellään yrityksen sidosryhmille erilaisin, varta vasten suunnitelluin ohjelmin.

Limor Oy

Käyntikorttitekniikka



- Tavoitteena on tunnistaa 4 – 5 keskeistä, yrityksen toimintaa ohjaavaa arvoa sekä näiden kulttuuriset merkitykset.
- Menetelmä: ryhmäkeskustelutekniikka; ryhmän ihannekokoo on 6 – 8 henkilöä.
- Osallistujien valinnan viisi kriteeriä: business-yksikkö, työtehtävät, organisaatio taso, työkokemus ja sukupuoli.
- Kirjoittaminen edeltää aina keskustelua.
- Paksu kynä ja pieni kortti pakottavat kiteyttämään arvot esiin.
- Seisominen pöydän ympärillä edistää keskustelua.



Limor Oy

Korttipeli

39

Omat, työhön liittyvät arvot

Organisaation nykyiset, todelliset arvot

Organisaation ihanteelliset tulevaisuuden arvot

Limor Oy

Kouvolan arvot*

Esimerkkejä arvokäsitteistä

VASTUULLINEN YHTEISTYÖ

ROHKEA
UUDIS-
TUMINEN

LUOTET-
TAVUUS
JA
TURVAL-
LISUUS

TAVOITTEELLISUUS JA TEHOKKUUS

Limor Oy

* Googlaa Kouvolan Arvokirja

Sosiaalipsykologisen arvotutkimuksen tulevat haasteet suhteessa alan historiaan ja nykyisyyteen

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Sosiaalipsykologisen arvotutkimuksen tulevat haasteet

- Tähän mennessä sosiaalipsykologista arvotutkimusta on hallinnut kerrallaan yksi tutkimustraditio:
 - Allport ja Vernon 1930-luvulta 1960-luvulle
 - Rokeach 1960-luvulta 1980-luvulle
 - Schwartz 1990 luvulta alkaen
- Tärkeitä kehitykseen vaikuttaneita sivujuonteita löytyy, mutta empiirisessä mielessä ala tuntuu selkeältä yhden auktoriteetin alalta.
- Kukin traditio on pysynyt vallassa noin 30 vuoden ajan.
- Traditiot ovat kehittyneet edeltäjiensä saavutusten varaan tuoden mukanaan omat ulottuvuutensa.

30.10.2012 Martti
Puohiniemi

Sosiaalipsykologinen arvotutkimus

Limor Oy

Schwartzin (2011a) ajatuksia tulevista kehityssuunnista

- Yksilötasolla
 - Motiivien jatkumon pilkkominen 10 → 19.
 - Kulttuurispesifisten arvojen tutkimus.
 - Arvojen uudet luokitukset (Kasvu- vs. Puolustautumisarvot).
 - Ajassa tapahtuvat muutokset yksilötasolla esim. rakenteissa.
 - Tarpeiden ja piirteiden yhteydet arvoihin eri kulttuureissa.
 - Arvojen geneettinen perusta (universalismi =+, suoriutuminen = 0)
 - Arvojen suhde hyvinvointiin.
 - Kehämäinen rakenne voi päteä myös laajemmin motivaatioon.
- Kulttuurien tasolla
 - Kulttuuristen arvojen luonne ja suora vs. epäsuora mittaaminen
 - Kulttuuristen ulottuvuuksien hienosäätö
 - Kansallisten erojen lähteet ja seuraukset kulttuurisilla ulottuvuuksilla

Lisää haasteita löytyy myös tavoista, joilla tutkimustietoa kerätään

- Mittausmenetelmiä kehitetään nopeampaa tahtia kuin arvot muuttuvat, mistä muodostuu todellinen haaste arvomuutosta tutkittaessa.
- Vanhat mittarit säilyvät muodissa aina, sillä heti kun arvomittari vaihdetaan, alkaa arvomuutosta mittaava aikasarja nolasta.
- Väestökyselyihin vastaamattomuus alkaa olla todellinen ongelma, mikä johtaa nettikyselyiden lisääntyvään käyttöön.
- Nettikyselyt puolestaan houkuttavat keskittyminen "aktiiviväestöön", ihmisiin, jotka tavoitetaan internetin kautta.
- Haasteet eivät ole ylitsepääsemättömiä, mutta niihin vastaaminen edellyttää tasapainoilua arvoakselilla:

Avoimuus muutokselle ↔ Säilyttäminen

Lähteet:

- Collins, J.C. and Porras J.I. (1998): Building Your Company's Vision. In Harvard Business Review on Change. Boston.
- Kouvolan Arvokirja (Kouvola's Book of Values) (2010). Kouvola. Google [Kouvolan Arvokirja](#) (pdf-file)
- Puohiniemi, M. (2003): Löytöretki yrityksen arvomaailmaan. Limor kustannus.
- Puohiniemi, M. (2006): Täsmäelämän ja uusyhteisöllisyyden aika. Limor kustannus.
- Puohiniemi, M. ja Nyman, G. (2007): MIES. Arvot, roolit ja tunteet. 2.painos. Limor kustannus.
- Schwartz, S. H. and W. Bilsky (1987). 'Toward a Universal Psychological Structure of Human Values'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53: 550-562.
- Schwartz, S. H. (1992): Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25) (pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values. In Kim, U., Triandis, H. C., Kagitcibasi, C., Choi, S.-C., & Yoon, G. (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method, and applications*. (pp. 85-119). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schwartz, S. H. (2007a). A theory of cultural value orientations: Explication and applications
In Y. Esmer & T. Petterson (Eds.), *Measuring and mapping cultures: 25 years of comparative value surveys* (pp. 33-78). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Schwartz, S.H (2011a): Studying values: Personal adventure, future directions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 42(2) 307-319.
- Schwartz, S.H (2011b): Kulttuuriset arvo-orientaatiot. Kansallisten erojen luonne ja seuraukset. Limor kustannus.
- Schwartz, Shalom H.; Cieciuch, Jan; Vecchione, Michele; Davidov, Eldad; Fischer, Ronald; Beierlein, Constanze; Ramos, Alice; Verkasalo, Markku; Lönnqvist, Jan-Erik; Demirutku, Kursad; Dirilen-Gumus, Ozlem & Konty, Mark (2012): Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*. Online First Publication, July 23.

Illustrations by elinap, www.elina.puohiniemi.fi
www.limor.fi

Limor Oy