

## Yrityshistoriat - kirjava joukko juhlaulkaisuja?

Yrityksistä kertovien julkaisujen määrä on lisääntynyt 1990-luvulla. Sodan jälkeiset vuodet ja 1950-luku olivat jälleerakennuksen ja kehittymisen aikaa, jolloin moni yhä toimiva yritys on perustettu. Perinteisesti yrityshistorioita on laadittu teollisuus- ja tuotantolaitoksista. Myös osuustoiminnalliset liikeyritykset sekä pankit ja vakuutusyhtiöt ovat olleet ahkeria. Täysien vuosien kunniaksi on teetetty myös juhlaulkaisuja, joissa näkökulma yrityksen menneisyyteen valikoituu kirjoittajan persoonan tai julkaisulle tarkoitetun kohderyhmän mukaan.

Yritysjulkaisujen kirjo on mitä moninainen ja niiden sisältö hyvin vaihteleva. Harvemmin yritys on kiinnostunut yhteiskunnallisesta vaikuttajan osastaan. Kirjoihin ja kansiin halutaan saattaa menneet vuodet ja yrityksen kehityskaari. Oma menestystarinaa peilataan milloin asiakkaiden milloin kuluttajien kautta. Työ ja osaaminen ovat usein olleet vaikuttavien kuvateosten arvoisia. Perinteisten yrityshistorioiden vaihtuminen erimuotoisiksi julkaisuiksi on tuonut alalle uudenlaisen kirjoittajakaartin samalla kun historiaansa kirjoitettavien yritysten valikoima on monipuolistunut.

### Koulutettu työvoima takaa laadun

Tutkijakoulutuksen saaneet tutkijat antavat parhaan mahdollisen avun yrityksen historiahankkeelle. Heillä on valmius rakentaa hyvinkin epäyhtenäisestä lähdeaineistosta analyttistä ja objektiivista kerrottavaa sekä saattaa se katsottavaan, kuultavaan, luettavaan tai muuten nautittavaan muotoon. Ei ole mitään uutta, että arkistomapiit usein lojuvat ummehtuneissa kellaritiloissa tai osa arkistoa on joskus vuosien saatossa päässyt kerrostumaan pinkkoihin. Hyvän kokemuksen omaavat tutkijat pystyvät myös opastamaan arkistointiin liittyvissä ongelmissa.

Tutkijat hallitsevat pitkän aikavälin rakennemuutokset ja osaavat peilata yrityksen toimia yhteiskunnassa vallinneeseen tilanteeseen. He myös tuntevat ne menetelmät, joilla lähdeaineistoa arvioidaan kriittisesti. Tutkimustöissä saavutettu kokemus auttaa suhteuttamaan tapahtumia toisiinsa ja yhdistelemään pirstaleista tietoa järjelliseksi kokonaisuudeksi.

Hyvään lopputulokseen pääsy perustuu täydelliseen luottamukseen. Rehellisesti kerrotut asiat varmistavat oikeiden painopistealueiden valinnan. Hyvä kirjoitus esittää tosiseikat kiihottomasti ja jaarittelematta. Korkea eettinen arviointikyky takaa sen, että julkisuuteen kuulumattomat asiat jätetään omaan arvoonsa.

### Tarvitaanko tutkijaa?

Historiantutkija ei ole copywriter, jolta tilataan vetävä lausahdus mainospalaan. Kirjoittaja ei suolla tilauksesta totuuden rajamailla häilyvää tekstiä. Yrityksen ei kannata palkata historiantutkijaa mikäli henkilöstö ei itse ole kiinnostunut omasta menneisyydestään tai yrityksen johto ei ymmärrä historian merkitystä ulkoisen kuvan vahvistajana. Tutkimukselta on myös turha odottaa ratkaisumallia pitkäntähtäimen suunnitelmiin. Historia ei sorru kultaamaan muistoja tai osoittelemaan sormella vaikeiden aikojen epäonnisia. Ulkopuolista tekijää ei tarvita, mikäli tarkoitus on vain tehdä komeisiin kansiin sidottu yritysbrändin kiillotusliina.

Kokenut tutkija näkee riittävän ajoissa millaiseen julkaisuun lähteiden anti riittää. Tutkimuksen suuntaa ei määrää yrityksen profilointiin tai markkinointiin liittyvät hetkelliset muutospaineet. Hyvin kirjoitettua historiaa on mahdollista käyttää PR-tarkoituksiin, henkilöstön kouluttamiseen ja se soveltuu mainiosti liikelahjaksi. Valitettavasti liikelahjat tai PR-tarkoituksiin tehdyt kirjoitelmat tai koulutusmateriaali eivät sovellu yrityksen historiaa kuvaaviksi julkaisuiksi. Yrityksen ulkopuolinen tutkija pystyy kertomaan asioita suuremmalle joukolle kuin yrityksen sisäinen tiedottaminen yltää.

Yrityshistorian tarkoitus on vahvistaa yrityksen julkisuuskuvaa ja lisätä yrityksen uskottavuutta. Perehtyneisyys yrityksen historiaan tuo paljon tiedollista pääomaa, jonka soveltavaa käyttöä tilaajan kannattaa miettiä yhdessä tutkijan kanssa. Näin saavutetaan se lopputulos mihin hyvä yrityshistoria ja tutkimushanke parhaimmillaan voi nousta. Vuosikymmenten taival on yrityksen omaa pääomaa, joka on saavutettu niin nousujen kuin laskujen kautta, ja josta juuri siksi on oltava ylpeä.

*Iris Haikonen, 8/2005*