

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2005-3366

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Yhteiskuntapolitiikan laitos	
Tekijä-Författare-Author Liukko, Jyri			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Henkivakuutus ja hyvinvoinnin eetos : Riski, vastuu ja solidaarisuus suomalaisessa henkivakuutusmainonnassa 1950-luvulta 1980-luvulle			
Oppiaine-Läroämne-Subject Sosiaalipolitiikka			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2005-04-29	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 117 s.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksen ensisijainen tavoite on kartoittaa henkivakuutusteknologian tuottaman vakuutusajattelun historiallista muotoutumista. Keskeisin kysymys koskee sitä, minkälaista hyvinvoinnin eetosta henkivakuutus on eri aikoina tuottanut. Vakuutusta tarkastellaan yhtäältä tietynlaisten käytäntöjen ja toisaalta tietyn rationaliteetin muodostamana hallintana, joka pyrkii vaikuttamaan ihmisten ajattelumalleihin. Tutkimuksen ensisijainen aineisto koostuu suomalaisten henkivakuutusyhtiöiden vuosina 1945-1989 yksityishenkilöille suunnatuista henki-, sairaus-, tapaturma ja säästöhenkivakuutusten mainos(es)itteistä. Analyysimenetelmänä on käytetty laadullista teema-analyysia yhdistettynä genealogiseen metodologiaan. Työn teoreettinen näkökulma perustuu foucault"laiseen hallinnan analytiikan perinteeseen ja geneologiaan.</p> <p>Työn keskeiset käsitteet ovat riski, vastuu ja solidaarisuus. Vakuutusyhtiöt muokkaavat käsityksiämme riskeistä sekä vastuullisuudesta suhteessa itseen ja toisiin. Yhtäältä riski, vastuu ja solidaarisuus ovat kokoavia käsitteitä, joiden alle tutkimuksen muut teemat asettuvat. Toisaalta nämä käsitteet ovat itse tutkimuskohteita. Vakuutusmainontaa tarkastelemalla tutkimuksessa kuvataan näiden käsitteiden määrittelyä ja muodonmuutoksia. Käsitteiden eksplisiittistä ja implisiittistä käyttöä lähestytään toimintana, joka pyrkii muokkaamaan ihmisten ajattelutapoja ja käyttäytymistä.</p> <p>Tutkimuksen tärkein tulos on mainonnan tuottaman ja heijastaman hyvinvoinnin eetoksen muodonmuutosten kuvaaminen. Hyvinvointi tarkoitti vakuutusmainonnassa elämän hallintaa, jatkuvuutta ja taloudellista turvallisuutta, joiden saavuttaminen edellytti vastuullisuutta, yhtäältä yksilön vastuuta ja toisaalta yhteisvastuuta. Hyvinvoinnin eetos ilmeni eri aikoina eri tavoin nimenomaan suhteessa riskeihin ja niiden hallintaa edellyttävään vastuullisuuteen. Riskin ja vastuun käsitteiden muodonmuutokset olivat kiinteästi yhteydessä toisiinsa. Samalla kun yhteisvastuun korostamisesta siirryttiin yhä enemmän yksilön omaan vastuullisuuteen myös riskin käsite muuttui pelkästä uhkaavasta vaarasta myös lupaavaksi mahdollisuudeksi.</p> <p>Lisäksi tutkimus osoittaa, miten vapaaehtoinen henkivakuutus ja lakisääteinen sosiaalivakuutus ovat kietoutuneet toisiinsa. Molemmat pohjaavat samaan vakuutusteknologiaan, joka perustuu yhtäältä tilastotieteen ja todennäköisyyslaskennan mahdollistamaan riskiteknoologiaan ja toisaalta vastuun kollektivointiin. Tutkimus osoittaa, että hyvinvoinnin edistäminen ei ole Suomessa rajoittunut vain hyvinvointivaltion toimintaan ja lainsäädäntöön, vaan se on ollut huomattavasti laaja-alaisempaa. Sosiaalivakuutuksen kehittyminen muodostaa tutkimuksessa keskeisen kontekstin yksityisen henkivakuutuksen tarkastelulle.</p>			
<p>Avainsanat-Nyckelord-Keywords</p> <p>henkivakuutukset mainonta - vakuutusmainonta - Suomi - 1950-1989 historia genealogia hallinnan analytiikka</p>			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			