



Aalto-yliopisto
Kauppakorkeakoulu

Ympäristönsuojelusta yrityskansalaisuuteen - suomalaisten yritysten vastuullisuusdiskurssin muutos

Talouselämän viestintä
Maisterin tutkinnon tutkielma
Hanna Karppinen
2013

Viestinnän laitos
Aalto-yliopisto
Kauppakorkeakoulu

Ympäristönsuojelusta yrityskansalaisuuteen – suomalaisten yritysten vastuullisuusdiskurssin muutos

Tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten suomalaisten suurten yritysten vastuullisuusdiskurssi on muuttunut aikavälillä 1994–2011. Vastuullisuusdiskurssista pyritään löytämään päämuutokset aiemman vastuuraportoinnin ja nykyisen vastuuraportoinnin väliltä. Tutkimuksessa perehdytään esimerkiksi vastuullisuuden käsitteen, raportoinnin diskurssin tyylin, viestinnällisten päämäärien ja luonnollistettavien ideologioiden muutokseen. Tarkoituksena on myös hahmottaa, miten vastuullisuuden ymmärtäminen yhteiskunnassa on muuttunut tarkasteltavalla aikavälillä yritysten oman vastuullisuusraportoinnin perusteella.

Tutkimusaineisto ja -menetelmät

Tutkimusaineisto koostuu neljän suuren suomalaisen yrityksen – Finnair, Outokumpu, Kemira ja Fortum – vuosikertomusten vastuullisuutta käsittelevistä osioista ja yhteiskuntavastuuraporteista. Tarkasteltavat yritykset ovat vuodesta 1994 lähtien tiedottaneet säännöllisesti vastuullisuudestaan, joten vastuuviestinnän tekstejä on tutkittu aikavälillä 1994–2011. Aineiston tutkimusmenetelmänä toimii kriittinen diskurssianalyysi, jonka avulla pyritään selvittämään raportoinnissa vallinneita päämääriä, ideologioita, legitimaatiostrategioita ja tekstillisiä keinoja esittää yritysten vastuullisuus tietyssä valossa.

Tulokset

Tutkimuksen perusteella paljastui, että suomalaisten yritysten vastuullisuusdiskurssi, ja koko vastuullisuuden hahmottuminen yhteiskunnassa, ovat muuttuneet selkeästi tutkitun ajanjakson aikana. Päämuutoksia diskurssissa löytyi neljä. Ensinnäkin on tapahtunut muutos tiiviistä, puhtaasti lukijan informointiin keskittyvästä ja menneisyyteen katsovasta diskurssista kohti pedagogisempaa, tulevaisuusorientoitunutta ja vastuuta pohdiskelevaa diskurssia. Toiseksi, koko vastuullisuuden määritelmä on muuttunut ympäristönsuojelusta kohti laajaa yrityskansalaisuutta, johon voidaan nostaa hyvinkin moninaisia asioita kuulumaan vastuun piiriin. Kolmanneksi, yritysten käsitys win-win-argumentin mahdollisesta toimivuudesta – eli vastuullisuuden ja voiton maksimoinnin yhdistämisestä – on muuttunut. Neljänneksi, yritys on muuttunut diskurssissa passiivisesta lakien noudattajasta aktiiviseksi odotusten ylittäjäksi ja edelläkävijäksi. Yhteiskuntavastuuraportoinnilla on nykyään siis myös paljon muita funktioita kuin pelkkä tiedottaminen kuluneen tilikauden toiminnasta.

Avainsanat: Vastuullisuusdiskurssi, ideologia, valta, luonnollistaminen, legitimaatio, yhteiskuntavastuu, vastuullisuusraportointi, kriittinen diskurssianalyysi

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
1.1. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset	2
1.2. Tutkimuksen aineisto ja menetelmät	3
1.3. Rakenne	4
2. Vastuullinen liiketoiminta ja vastuullisuusraportoinnin diskurssi	6
2.1. Näkökulmia vastuulliseen liiketoimintaan	6
2.2. Vastuullisuuden ympärille muotoutuneet määritelmät ja niiden kehittyminen.....	11
2.3. Vastuullisuusraportointi ja sen kehitys.....	13
2.4. Nykyisen vastuullisuusdiskurssin ominaispiirteitä ja ongelmia.....	16
3. Kriittinen diskurssianalyysi vastuullisuusraportoinnin tutkimusmetodina	19
3.1. Kriittinen diskurssianalyysi teoriana ja menetelmänä.....	19
3.2. Vastuullisuusdiskurssin tutkimista tukevat kriittisen diskurssianalyysin metodit	21
3.2.1. Ideologioiden luonnollistaminen	22
3.2.2. Diskursiivisten legitimaatiostrategioiden tunnistaminen.....	23
3.2.3. Interdiskursiivisuus ja tekstilajit	25
3.2.4. Yrityksen esittäminen passiivisena tai aktiivisena vastuun kantajana.....	26
4. Analyysi yhteiskuntavastuuraportoinnin muutosten pääteemoista	28
4.1. Muutos tiiviistä ja menneisyyteen keskittyvästä diskurssista kohti pedagogisuutta, tulevaisuusorientoituneisuutta ja pohdiskelua	30
4.1.1. Pedagogisuus ja pyrkimys vaikuttaa lukijan näkemyksiin	34
4.1.2 Katse tulevaisuudessa ja tavoitteissa	38
4.1.3 Filosofisuus ja pohdiskelu	42
4.2. Vastuullisuus määritelmien viidakkona – ympäristönsuojelusta yrityskansalaisuuteen	45
4.3. Ekonomistinen ja vastuullisuuden diskurssi törmäyksessä – ideologioiden luonnollistamisen muutos	54
4.4. Lakien ja yhteiskunnan odotusten noudattajasta aktiiviseksi edelläkävijäksi.....	61
5. Tutkimuksen johtopäätökset	70
5.1. Tutkimuksen tulokset	70
5.2. Liiketoiminnalliset suositukset ja jatkotutkimus	76
Lähteet.....	79
Aineistolähteet	83

1. Johdanto

Vastuullisuuskeskustelun isänä pidetty H. Bowen esitteli jo vuonna 1953 ensimmäisen sosiaalisen vastuullisuuden määritelmän. Hän määritteli yritysten sosiaalisen vastuun olevan “[...]the obligation of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society. (Bowen, 1953, ks. Christofi et al. 2012, 160.) Liiketoiminnan vaikutukset yhteiskuntaan ovatkin olleet puheenaihe jo pitkän aikaa. Kuitenkin vasta viimeisten vuosikymmenten aikana keskustelu vastuullisuuden ympärillä näyttää voimistuneen ja odotukset yritysten yhteiskuntavastuuta kohtaan vakiinnuttaneen paikkansa (Berns et al. 2009). Yhteiskuntavastuuta kohtaan rajusti lisääntyneen kiinnostuksen myötä suurten yritysten on nykyään lähes poikkeuksetta huomioitava käsite toiminnassaan.

Erityisesti vastuullisuusraportoinnissa on edetty ja kehitytty valtavasti viimeisten kahden vuosikymmenen aikana (Christofi 2012, 158). Tutkinkin tutkielmassani, miten vastuullisuusraportoinnin diskurssi, eli puhetapa ja sen mukanaan kantamat käsitykset ja ideologiat, ovat muuttuneet tänä aikana, kun kehitys on ollut ripeimmillään. Diskurssia tutkimalla pyrin selvittämään, miten vastuullisuuden hahmottaminen suomalaisessa yhteiskunnassa on muuttunut vastuullisuusraporttien perusteella ja toisaalta myös, miten raportoinnin tyyli sekä tekstien päämäärät ovat muuttuneet ajan kuluessa. Yrityksillä on paljon valtaa vaikuttaa yhteiskunnassa käytäviin keskusteluihin, joten niiden tuottamat yritysraportit ovat mielenkiintoinen tutkimuskohde.

Historiallisesti yritysten vastuullisuuskeskustelu on alun perin seurausta taloudellisesta kasvusta ja sen tuomista ongelmista. Erityisesti 1980- ja 1990-luvuilla tapahtuneet ympäristölliset katastrofit, kuten Tsernobylin ydinvoimalan räjähdys Venäjällä ja Exxon Valdezin öljyvuoto Alaskan lähellä, havahduttivat yritysten sidosryhmiä vaatimaan enemmän yritysten ympäristövastuulta. Yleisessä ilmapiirissä tapahtui selkeä muutos ja solmittiin ensimmäisiä merkittäviä kansallisia sopimuksia esimerkiksi otsonikerroksen suojelemiseksi. (Lovio & Kuisma 2004, 23.) Lisäksi viime vuosien ongelmat rahoitusmarkkinoilla, kirjanpitoskandaalit kuten Enron sekä muut yritysten läpinäkyvyyden ongelmat ovat johtaneet vaatimuksiin lisätä yritysten sosiaalista vastuuta ja raportoinnin läpinäkyvyyttä. Useiden maiden hallitusten taholta on pyritty löytämään keinoja lopettaa tämä niin kutsuttu ”vastuuttomuuden aikakausi”. (Christofi 2012, 158.)

Yritykset käyttävät jatkuvasti enemmän aikaa ja resursseja johtaakseen vastuullisuuttaan ja tehdäkseen siitä strategisesti merkittävää. Kuitenkin samaan aikaan yhteiskuntavastuun määrittely tuntuu olevan edelleen epäselvää jopa yritysjohtajille itselleen (Berns et al. 2009, 24). Vastuullisuusraportointi edustaa yritysten ajatusten tulosta siitä, mitä vastuullisuus tarkoittaa, miksi se on tärkeää ja miten se tulisi ymmärtää yritysmaailman kontekstissa (Perrini 2006, 74).

Vastuullisuusraportoinnin ollessa yrityksille vapaaehtoista ja muodoltaan erittäin vapaata voivat ne itse määrittellä sen sisällön ja määritelmien laajuuden. Onkin todettu, että yritykset usein määrittelevät itse vastuullisuutensa rajat ja raportoinnissa huomiota saavat aspektit, joita painotetaan raporttien lukijoille (Bebbington, Larrinag ja Moneva 2008, 342). Näin ollen vastuullisuusraportointi kertoo paljon siitä, miten yritykset ymmärtävät vastuullisuuden. Tästä syystä juuri raporttien tutkiminen auttaa ymmärtämään paremmin, miten vastuullisuus ilmiönä on kehittynyt suomalaisessa yhteiskunnassa yritysten näkökulmasta.

1.1. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tutkielmassani tutkin suomalaisten suurten yritysten vastuullisuusraportoinnin diskurssin muutosta. Tutkin valitsemieni neljän yrityksen – Finnair, Fortum, Kemira ja Outokumpu – vastuullisuusraportointia vuodesta 1994 vuoteen 2011 ja pyrin löytämään tältä aikaväliltä suurimmat muutokset diskurssissa. Analysoin raporttien pohjalta muutoksia siinä, miten vastuullisuutta kuvaillaan ja mitä siinä korostetaan tärkeänä. Tutkimukseni kohdistuu siihen, miten vastuullisuuden hahmottaminen kustannustekijänä ja toisaalta taas strategisena mahdollisuutena on muuttunut raportoinnin diskurssissa. Tutkin myös, miten vastuullisuusraporttien viestinnälliset tarkoitukset ja päämäärät näyttävät muuttuneen. Lisäksi tärkeän osan analyysiäni muodostaa itse vastuullisuuden käsitteen tutkiminen eli sen erittely, mitä käsitteeseen on laskettu milloinkin kuuluvan mukaan.

En siis tutki yritysten vastuullisuutta todellisuudessa, vaan nimenomaan raportointia vastuullisuudesta. En myöskään analysoi raportoinnin ulkoisia seikkoja kuten sivumääriä, kuvia tai sitä milloin on siirrytty erilliseen yhteiskuntavastuuraporttiin. Näillä ei ole merkitystä oman analyysini kannalta. Keskityn nimenomaan tekstin valintojen realisoimaan diskurssiin ja sen uusintamien ja tuottamien ideologioiden analyysiin kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta.

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millaisia muutostendenssejä suomalaisten suurten yritysten yhteiskuntavastuuraportoinnin diskurssissa on ollut vuodesta 1994 vuoteen 2011 ja millaisia päämuutoksia vastuullisuusdiskurssissa on havaittavissa näiden 17 vuoden aikana?
2. Miten vastuullisuutta hahmottavat käsitteet ovat muuttuneet ajanjakson aikana?

Tutkimalla vastuullisuusdiskurssin muutoksia tältä ajanjaksolta, jolloin vastuullisuuden kehitys yritysmaailmassa on ollut erittäin nopeaa, pyrin rakentamaan kokonaiskuvaa vastuullisuuden historiallisesta kehityksestä siihen pisteeseen, missä se nyt on. Tämän perusteella pystyy paremmin ymmärtämään ja pohtimaan yritysten yhteiskuntavastuun ongelmia ja mahdollisuuksia tulevaisuudessa.

Yritysten vastuullisuusdiskurssin muutosta ei ole tutkittu aiemmin kovin paljon kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta. Hieman enemmän on tutkittu esimerkiksi tämänhetkistä vastuullisuusraporttien tuottamaa diskurssia ja kuvaa vastuullisuudesta (esim. Pälli ja Turunen 2011 & 2013, Rytkölä 2008). Omassa tutkimuksessani keskityn kuitenkin diskurssissa tapahtuneisiin muutoksiin, joten näkökulma on eri.

1.2. Tutkimuksen aineisto ja menetelmät

Tutkimukseni aineistona on neljän tutkistani yrityksen – Finnairin, Fortumin, Outokummun ja Kemiran – vuosikertomusten vastuullisuutta käsittelevät osiot ja erilliset yhteiskuntavastuuraportit, kun tällaisia on aloitettu julkaista. Aineisto on kerätty vuosilta 1994–2011. Aineistoon kuuluu siis yhteensä 68 vuosikertomusta tai yhteiskuntavastuuraporttia. Yhteiskuntavastuuraportit ovat hyvä paikka tutkia diskurssia, koska ne ovat luonnollinen aineisto, joita yritykset tuottavat muihin tarkoituksiin. Koska vuosikertomuksia tai myöhemmin vastuullisuusraportteja on tuotettu yrityksissä vuosittain, pystytään niiden avulla tutkimaan nimenomaan diskurssin muutosta. Aineistosta olen kerännyt esimerkkikohtia, jotka havainnollistavat diskurssissa tapahtunutta muutosta. Esimerkkikatkelmat olen jaotellut analyysin myötä paljastuneiden päämuutosteemojen alle.

Vaikka tutkinkin vain neljää suurta suomalaista yritystä, alkoi jo näistä paljastua samansuuntaisia havaintoja diskurssin kehityksen suhteen. Tästä syystä en usko, että esimerkiksi viidennen yrityksen mukaan ottaminen tutkimukseen olisi muuttanut tutkimustuloksiani. Neljä yritystä on tutkimuksessani mielestäni riittävä otos.

Valitsin nimenomaan suurten yritysten vastuuraportoinnin tutkimukseni kohteeksi, koska näiden raportointi on kehittynyt nopeimmin ja eniten viime vuosina ja toisaalta tästä syystä juuri niiden käytännöt ovat vaikuttaneet vahvimmin vastuun määrittelyyn. Lisäksi suurilla yrityksillä on eniten valtaa ja resursseja vaikuttaa ympäristöönsä, ja ne ovat nykyään yhteiskunnassa myös keskeinen keskustelunohjaaja (Virsu 2012). Kaikki valitsemani yritykset näyttävät panostaneen vastuuviestintäänsä ja raportoineet siitä erityisesti viime vuosina laajasti. Tästä syystä näitä yrityksiä voidaan pitää jopa jonkinlaisina suunnannäyttäjinä vastuullisuusraportoinnin saralla. Valitsemani yritykset edustavat eri toimialoja. Tavoitteenani on eri toimialojen yrityksiä tutkimalla saada esiin vastuullisuusdiskurssin yleisiä piirteitä keskittymättä pelkästään yhteen alaan. Esittelen luvun 4 alussa aineistoani vielä tarkemmin.

Aineiston analyysimenetelmänä on kriittinen diskurssianalyysi. Kriittinen diskurssianalyysi tuntui sopivan melko luonnostaan aineiston analyysiin, koska sen keinoin tutkitaan usein yhteiskunnallisesti relevantteja aiheita kriittisestä näkökulmasta. Kriittisen diskurssianalyysin piiristä olen valinnut tarkemmat menetelmät, joiden valossa aineistoani tutkin. En halunnut kuitenkaan rajata liian tarkkoja menetelmiä, vaan pyrin olemaan avoin aineistosta nouseville havainnoille. Kriittinen diskurssianalyysi ei ole niinkään yksi tietty metodi, vaan ennemminkin lähestymistapa, jossa tarkastellaan tekstejä useilla eri tasoilla (Wodak ja Meyer 2001, 14).

Tutkielmassani tarkoitan termillä diskurssi kielellistä tapaa ja tyyliä, jolla yritykset ovat raportoineet vastuullisuudestaan. Diskurssit tarkoittavat kielenkäytön ja asioiden esittämisen tapoja, joita yritykset ovat käyttäneet hyväksi esimerkiksi kirjoittaessaan vastuullisuudestaan (Luukka 2000, 152–153). Kyse on siis ensinnäkin kielenkäytön analyysistä ja toiseksi käyttöön kuuluvien, taustalla vaikuttavien ideologioiden analyysistä. Käytän tutkimuksessani yritysten vastuullisuudesta puhuessani termejä yhteiskuntavastuu, yritysvastuu, vastuullisuus ja vastuu synonyymisinä toisilleen.

1.3. Rakenne

Tutkielmani jakautuu teoreettiseen osioon, jossa ensin esittelen vastuullisuuteen, sen raportointiin ja vastuullisuusdiskurssiin liittyvää teoriaa, menetelmäosioon, jossa esittelen menetelmäni kriittistä diskurssianalyysiä, aineiston analyysiosioon ja tuloksiin sekä johtopäätöksiin.

Aloitan esittelemällä luvussa 2.1. vastuulliseen liiketoimintaan liittyvää tutkimusta keskittyen erityisesti vastuullisen liiketoiminnan määrittelyyn eri näkökulmista. Luvussa 2.2. jatkan

vastuullisuuden ympärille rakentuneiden määritelmien esittelemisellä ja pohdin hieman niiden kehittymistä teorian avulla. Luvussa 2.3. kerron vastuullisuusraportoinnista ja sen kehittymisestä ja lopuksi kirjallisuudessa esille nostetuista vastuullisuusdiskurssin ominaispiirteistä ja ongelmista.

Vastuullisen liiketoiminnan teoriaa käsittelevän luvun jälkeen siirryn esittelemään menetelmäni eli kriittistä diskurssianalyysiä. Alkuun kerron menetelmästä teorian ja menetelmän näkökulmasta ja nostan tämän jälkeen esille sen analyysini kannalta tärkeimpiä ominaisuuksia. Erityisesti pohdin kriittistä diskurssianalyysiä sosiaalisen konstruktivismin ja ideologioiden näkökulmasta. Lopuksi luvussa kolme esittelen oman aineistoni tutkimista ohjanneet tarkemmat menetelmät.

Luvussa neljä on oma analyysini yritysten vastuullisuusdiskurssin muutoksista. Analyysiosion olen jaotellut neljän alaluvun alle. Jokainen alaluku edustaa yhtä vastuullisuusdiskurssin päämuutosta tutkimallani ajanjaksolla. Päämuutokset olen havainnollistanut vastuullisuusraporttien esimerkkikatkelmien avulla aloittamalla 1990-luvun puolivälistä ja edeten kohti vuotta 2011. Viimeisessä luvussa esittelen aineiston analyysin pohjalta nousseet johtopäätökset ja suositukset.

2. Vastuullinen liiketoiminta ja vastuullisuusraportoinnin diskurssi

”Helsinki-Vantaan lentoaseman osalta astui 1.6.1994 voimaan yöliikenteen meluntorjuntasuunnitelma, jolla helpotettiin melusta lähialueille aiheutuvaa haittaa. Finnair sopeutti välittömästi lentotoimintansa yöliikenteen meluntorjuntasuunnitelman mukaiseksi.”
(Finnairin vuosikertomus 1995, 13)

Vuoden 1995 vuosikertomuksessaan otsikon ”Lentotoiminnan ympäristösuojeluasiat” alla Finnair keskittyy lyhyesti pohtimaan meluntorjuntasuunnitelmaa yllä olevan lainauksen kaltaisesti. Vastuullisuudesta ja ympäristönsuojelusta kirjoitettiin tällöin hyvin lyhyesti, tiiviisti ja totuudenmukaisesti. Tällainen paikoitellen jopa negatiivinen ja ongelmalähtöinen raportointi leimasi yhteiskuntavastuuraportoinnin alkuaikoja (Laine 2009, 10-11).

Yllä oleva Finnairin katkelma sai minut ensimmäisen kerran kiinnostumaan vastuullisuuden käsitteen muuttumisesta yritysten raportoinnissa. Katkelman perusteella näyttää, että ennen vastuullisuus, kuten ympäristönsuojelu, hoidettiin lähinnä lakien ja asetusten toimeenpanolla. Kerrottiin mitä on todella tehty ja missä on epäonnistuttu. Nykyään taas yritykset tahtovat raporteissaan korostaa vapaaehtoisuuttaan ja edelläkävijyyttä vastuullisuuden suhteen ja itse raportointikauden toimenpiteiden raportointi on vain osa raportointia. Ongelmana räikeässä vastuullisuusraportoinnin tyylin muutoksessa on, että ei enää monesti tiedetä, mitä yritykset todella tekevät, kun todelliset toimet jäävät kaiken muun vastuullisuusviestinnän varjoon. Voidaan siis kyseenalaistaa onko viimeaikaisen yhteiskuntavastuuraportoinnin kehityksen myötä onnistuttu tarpeeksi lisäämään yritysten vastuullisuustoimien läpinäkyvyyttä (Laine 2005, 8).

Yritysten vastuullisuusdiskurssin selkeiden muutosten ja ristiriitaisuuksien myötä kiinnostuin tutkimaan tarkemmin ympäristö- ja vuosikertomusten tuottamaa näkemystä vastuullisuudesta ja niistä hahmottuvaa diskurssin muutosta vuosien varrella. Seuraavaksi esittelen vastuullisen liiketoiminnan ympärillä käytäviä keskusteluja liittyen sekä syihin, miksi vastuullisuus on noussut niin tärkeäksi yritysmaailmassa että tapoihin, joilla määritellään vastuun piiriin kuuluvia asioita ja käytäntöjä.

2.1. Näkökulmia vastuulliseen liiketoimintaan

Vastuullisen liiketoiminnan hyödyistä yritykselle itselleen sekä koko yhteiskunnalle tunnutaan olevan montaa mieltä. Koko vastuullisuuden kenttä on erittäin laaja ja yhteiskuntavastuun määritelmä jopa monille yritysjohtajille itselleenkin epäselvä (Berns et al. 2009, 21). Tämä kertoo toisaalta siitä, että vastuullisuus on ilmiönä yritysmaailmassa vielä kehittymässä ja hakemassa todellista muotoaan.

Ympäristökeskustelut eivät ole uusi ilmiö. Niiden historia alkaa 1960-luvun alusta, jolloin 40- ja 50-lukujen nopea taloudellinen kasvu ja aiemmin kehitettyjen kemikaalien aiheuttamat ongelmat synnyttivät ensimmäisen voimakkaan ympäristökeskustelun aallon. Yritysten reagointi keskusteluun oli voimakas puolustautuminen ja asettautuminen ympäristöjärjestöjä vastaan. Yritykset näkivät tällöin ympäristönsuojeluvaatimusten toteuttamisen heikentävän taloudellista kasvua ja aiheuttavan kohtuuttomia kustannuksia. Lopulta suojeleinvestoinnit kuitenkin aloitettiin, eivätkä ne muodostuneetkaan kasvun tai kannattavan liiketoiminnan esteeksi, kuten aikaisemmin väitettiin. (Lovio ja Kuisma 2004, 22.)

Sosiaalisen ja ympäristöllisen raportoinnin juuret ovat 1970-luvun alussa. Tänä aikana yritykset julkaisivat sosiaalista informaatiota vuosikertomustensa osana, keskittyen erityisesti työntekijöihin liittyviin aiheisiin. 1980- ja 90-luvuilla kiinnostus ympäristöasioita kohtaan kasvoi nopeasti ja yritykset alkoivat julkaista itsenäisiä ympäristöraportteja. 2000-luvulla sosiaalisista ja ympäristöllisistä vaikutuksista alettiin keskustella laajemmassa perspektiivissä ja huomio kiinnittyi myös kestävään kehitykseen. Tämä kuvio pätee erityisesti suomalaisiin suuriin yrityksiin. (Laine 2005, 23.)

1990-luvulla yritysten toimintatapa koki selkeän murroksen. Aikaisemmin ongelmiin suhtauduttiin passiivisesti tai vastustaen, mutta tähän aikaan yritysten asenne muuttui kokonaisvaltaisemmaksi ja aktiivisemmaksi. Samalla käynnistyivät uudet toimet nykyaikaisen yhteiskuntavastuun vakiinnuttamiseksi. Tähän aikaan alettiin ensimmäistä kertaa ajatella, että järkevällä ympäristöstrategialla yritys voi jopa hyötyä ympäristönsuojelusta. (Lovio ja Kuisma 2004, 25-26.) 90-luvulla tapahtui siis huomattavan suuri muutos yritysten asenteessa ympäristövastuuta kohtaan.

2000-lukua leimaa vallan keskittyminen tietyille suurille yrityksille. Näiden yritysten tilanne on paradoksaalinen: vaikka yrityksillä on valtaa yli valtion rajojen, ne ovat samaan aikaan yhä

enemmän haavoittuvaisia ja riippuvaisia sidosryhmiensä mielipiteistä. (Juholin 2004, 21.) Kuten vastuullisuuden kehityksestä huomaa, vastakkainasettelu taloudellisten näkökohtien ja vastuullisuuden välillä on hieman hellittänyt vuosien myötä: on alettu pikkuhiljaa ajatella vastuullisuuden voivan hyödyttää yritystä. Myös yritysten suhtautuminen vastuullisuuteen on muuttunut alkuaikojen passiivisuudesta ja puolustelusta aktiivisemmaksi.

Vastuullinen ja eettinen liiketoiminta on siis varsin vanha keskustelu- ja tutkimusaihe. Koko teema on lähtenyt käyntiin ajatuksesta, että liiketoiminnassa taloudellinen kasvu ja kannattavuus on saavutettava eettisesti hyväksyttävällä tavalla (Halme ja Lovio 2004, 281). Alkuun keskityttiin lähinnä taloudelliseen ja ympäristölliseen vastuuseen, mutta nyt sosiaalinen vastuu on noussut näiden rinnalle vahvana. Sosiaalinen vastuu on keskeisessä asemassa yritystoiminnassa nykyään ja sen tärkeydestä puhutaan paljon, mutta silti monilta yrityksiltä tuntuu puuttuvan tehokkaat välineet ja strategiat sosiaalisen vastuun hallitsemiseen (Panapanaan 2003, 135-136).

Sosiaalisen vastuun vahvistumiselle 2000-luvun alussa voidaan esittää kahdenlaisia selityksiä. Ensinnäkin lähes koko 1900-luvun yritykset siirsivät sosiaalisia tehtäviään valtiolle ja kunnille. Siirryttiin patriarkaalisesta kaudesta hyvinvointivaltion kauteen. Viime vuosina kuitenkin hyvinvointivaltion toiminnan laajuus on joutunut keskustelun kohteeksi. Myös toimenpiteiden rahoittamisongelmien takia monet ovat alkaneet ajatella, että yritysten ja yksilöiden vapaaehtoista vastuuta olisi kannattavaa lisätä. Toiseksi sosiaalisen vastuun nousuun ja korostamiseen ovat vaikuttaneet viimeaikaiset yhteiskunnallisten normien rikkomukset ja keskustelua herättäneet toimet yrityksissä. Esimerkiksi pörssikaupan sisäpiiririkkomuksista, yritysjohtajien optioista, kilpailulainsäädännöstä ja jopa tilinpäätösten manipuloinnista on keskusteltu paljon julkisuudessa. (Halme ja Lovio 2004, 282.) Tällaisten yritysskandaalien myötä on alettu yhä enemmän kyseenalaistaa globaalin kapitalismin moraalisuutta, ja näin ollen liiketoiminnan, valtion ja kansalaisyhteiskunnan suhteet ovat muuttumassa. (Burchell ja Cook 2006)

Myös Hirsto (2010, 1) nostaa esille kuinka rahoitusmarkkinakriisi, tuotantolaitosten sulkemiset ja massairtisanomiset ovat herättäneet taas kerran keskustelua talouden ja yhteiskunnan välisestä suhteesta sekä siitä, liittyykö taloudelliseen toimintaan vastuuta ja missä määrin. Suuren valtansa ja asemansa myötä yritysten toiminnan nähdään olevan yhteydessä nykyisiin sosiaalisiin ongelmiin ja ympäristön huononemiseen (Laine 2005, 7).

Väittely siitä minkä tahon etuja yrityksen tulisi erityisesti ajaa, osakkeenomistajien vai useiden eri sidosryhmien, lähti käyntiin jo 1990-luvulla (Juholin 2004, 21). Pelkästään osakkeenomistajien etua puolustavaa näkökulmaa kutsutaan uusklassiseksi näkemykseksi. Hirsto (2010, 10) kyseenalaistaa uusklassisen näkemyksen ja pohtii miksi Milton Friedmanin kuuluisa väittäjä – yritysten ainut tehtävä on voiton tuottaminen osakkeenomistajille – on vakiintunut maailmanlaajuisesti liiketoimintaa oikeuttavaksi periaatteeksi. Vallalla on ja on erityisesti ennen ollut vahva käsitys, että vastuu yhteiskunnan hyvinvoinnista kuuluu muille toimijoille kuin yrityksille, eikä yritysten tehtäviin kuulu kantaa huolta ympäristöstä tai sosiaalisesta oikeudenmukaisuudesta. Tällainen ekonomistinen ajattelu on kuitenkin saanut Hirston (2010) mukaan viime aikoina runsaasti kritiikkiä. On alettu enemmän kyseenalaistaa taloustieteiden vahvaa tieteellistä, poliittista ja normatiivista auktoriteettiasemaa ja nostaa esille esimerkiksi yhteiskuntavastuun näkökulmaa.

Vastuullisuutta voidaankin määritellä eri tavoin riippuen näkökulmasta. Esimerkiksi uusklassinen käsitys painottaa vastuuta pelkästään omistajille, sidosryhmäteoria huomioi taas kaikki tahot, joihin yrityksen toiminta vaikuttaa, ja kestävä kehityksen näkökulmassa korostetaan tulevien sukupolvien elinolojen ja resurssien turvaamista sekä planeetan kestävyyttä. Koska vastuullisuutta voidaan tarkastella useasta eri näkökulmasta, ei ole yllättävää, että sen määritelmä on erittäin laaja ja paikoitellen jopa epäselväksi luonnehdittu (Okoye 2009, 613-614).

Yritysten vastuullisen liiketoiminnan puolesta on kahdentyypisiä sitä tukevia argumentteja. Vuodesta 1991 alkaen, kun Porter julkaisi artikkelinsa ”America’s Green Strategy”, on alettu ajatella vastuullisuuden olevan parhaimmillaan liiketoiminnalle kannattavaa. Eli ympäristö- ja sosiaalisesta vastuusta voivat hyötyä sekä yritys että ympäristö ja yhteiskunta. Tällaista argumenttia kutsutaan usein win-win-argumentiksi ja se elää edelleen vahvana, vaikkakin vastuullisuuden suorista hyötyjä yrityksen liiketoiminnan kannalta ei ole pystytty tutkimuksissa kiistattomasti todistamaan. (Heiskanen 2004, 10-13.)

Monet tutkijat (mm. Hirsto 2010, Banerjee 2007, Laine 2005) ovat kuitenkin sitä mieltä, että yritykset legitimoivat ja luonnollistavat taloudellisen hyödyn merkitystä yli muiden. Raportoinnissa yritetään siis usein näyttää täysin luonnollisena, että yrityksen täytyy ensisijaisesti huolehtia taloudellisesta vastuustaan. Tämä suuri tarve luonnollistaa taloudellisen vastuun ensisijaisuutta todistaa, että jossain täytyy olla myös ihmisiä, jotka ovat vastaan tätä ajatusta.

Yritysten täytyy vakuutella ja todistella näille ihmisille taloudellisen vastuun tärkeyttä eli luonnollistaa ja legitimoida sitä. (Vaara ym. 2006, 793.)

Toinen vastuullisuuden tärkeyttä ja merkitystä tukeva keskeinen perustelu on liiketoiminnan hyväksyttäväksi tekeminen ulkoisten sidosryhmien silmissä. Ympäristöasioista kiinnostuneita sidosryhmiä on vuosien mittaan ilmestynyt lisää koko ajan ja yrityksen tehtäväksi onkin laajentunut vuoropuhelu heidän kanssaan. (Heiskanen 2004, 10-13.) Yritysten tulisikin ottaa huomioon nykyistä ennakoivammin ja eriytyneemmin sidosryhmien esittämiä näkemyksiä toimiakseen kaikkien osapuolien kannalta vastuullisesti. Kunnianhimoisimpien käsitysten mukaan sidosryhmäajatteluun perustuva yritysteoria voisi jopa korvata nykyisenlaisen, uusklassisen yritysteorian, jonka mukaan pelkkä taloudellisen voiton maksimointi osakkeenomistajille on keskeisintä (Lovio 2004, 53).

Burchell ja Cook (2006, 129) määrittelevät myös vapaaehtoisuuden erääksi tärkeäksi tekijäksi vastuullisuudessa ja sen raportoinnissa. Vapaaehtoisuus on heidän mukaansa välttämätöntä, koska tällöin aloite vastuullisuuteen tulee yritykseltä itseltään ja on näin ollen aitoa. Toisaalta voidaan myös kysyä onko järkevää antaa yritysten itsensä määrittellä, mitä vastuullisuus merkitsee yhtiön toiminnan kannalta? Vapaaehtoisuus voidaan nähdä myös ongelmana, koska tällöin käsitteet kuten yrityskansalaisuus, sosiaalinen vastuu ja kestävä kehitys sorrutaan helposti määrittelemään yritysten omien liiketoimintatavoitteiden sanelemana (Banerjee 2007, 51). Vapaaehtoisuuden hyödyistä on siis esitetty myös eriäviä mielipiteitä, ja lainsäädäntö sekä pakottavuus voidaan nähdä myös hyvänä asiana vastuullisuuden hallitsemisen kannalta.

Yhtenä ratkaisuna raportoinnin ongelmiin pidetään universaaleja lakeja, joita yritysten täytyisi noudattaa vapaaehtoisuuden sijaan. Esimerkiksi Banerjee (2007) esittääkin, että yritykset eivät voi ottaa valtion roolia huolehtien sosiaalisesta hyvinvoinnista, sillä yritysten toiminta on aina loppujen lopuksi taloudellisten päämäärien ajamaa. Universaalit lait varmistaisivat kaikkien yritysten toimivan samojen periaatteiden mukaan ja helpottaisivat yritysten vastuullisuuden vertailua keskenään. (Banerjee 2007)

Vaikka yritykset ovat saaneet kritiikkiä osakseen yhteiskuntavastuuseensa ja sen raportointiin liittyen, Crawford (2007, 875) nostaa esille tärkeän aspektin: vastuullisuusdiskurssi avaa liiketoimintaa keskusteluille, jotka eivät olleet edes mahdollisia 20 vuotta sitten. Näkökulma yritysmaailmassa on muuttunut selkeästi siitä, tuleeko yritysten olla vastuullisia siihen, kuinka

pitkälle vastuullinen toiminta voidaan ja kannattaa viedä. Maailman muuttuessa perinteisiä moraalin ja vastuun kysymyksiä joudutaan miettimään uusilla tavoilla.

2.2. Vastuullisuuden ympärille muotoutuneet määritelmät ja niiden kehittyminen

Vastuullisuuteen liittyvien määritelmien kehittymisen tutkiminen muodostaa tärkeän osan vastuullisuuskurssin tutkimisesta. Tutkin analyysiosiossa, miten käsitteet näyttävät muuttuneen ja muodostuneen vastuullisuusraporteissa vuosien varrella. Vastuullisuuden ympärille on kehittynyt laaja joukko käsitteitä: sosiaalinen, ympäristöllinen ja taloudellinen vastuu, yhteiskuntavastuu, vastuullisuus, kestävä kehitys, yrityskansalaisuus, degrowth yms. Virsu (2012,157) toteaa käsitteiden määrittelyn olevan tärkeä retorinen keino erilaisia jännitteitä prosessoitaessa. Keskeisten käsitteiden toistuessa ne tulevat jatkuvasti määritellyiksi, saavat mahdollisesti uusia merkityksiä ja lopulta vakiinnuttavat paikkansa keskustelussa. Esimerkiksi vastuullisuudesta puhuttaessa tulee samalla määriteltä mitä vastuullisuus tarkoittaa, mitä se ei tarkoita ja miten se tulisi ymmärtää tietyssä kontekstissa. (Virsu 2012, 157.)

Tärkeää merkitysten muokkaamisen kannalta on myös se, mitä käsitteitä ylipäättään valitaan käytettäväksi. Tästä syystä perustan tutkimukselleni muodostaa se, mitä käsitteitä raporteihin on valittu, ja miten nämä valitut käsitteet tuntuvat muuttuneen vuosien saatossa. Esimerkiksi jo termi *vastuullisuus* sisältää ajatuksen, että toimija on vastuussa jostakin tietystä asiasta. Pälli ja Turunen (2011, 284) pohtivat *yritysvastuun* korostavan vastuuta yrityksestä, kun taas *yhteiskuntavastuu* korostaa vastuuta yhteiskunnasta.

Erittäin tunnetuksi tulleen näkökulman mukaan yritysten yhteiskuntavastuu jakautuu kolmeen kategoriaan: ympäristöön, yhteiskuntaan ja talouteen. Näiden kolmen osa-alueen välillä on vallittava tasapaino eli menestys yhdellä alueella ei voi korvata menestystä toisilla ulottuvuuksilla. Yhteiskuntavastuun ja kestävä kehityksen olennainen piirre on siis eri ulottuvuuksien tasapainoinen kehittäminen. (Lovio ja Kuisma 2004, 18-21.) Yhteiskuntavastuun käsittäminen kolmen osakokonaisuuden kautta näyttää vakiintuneen keskeiseksi vastuun määrittelytavaksi yrityskaikissa. Kuitenkaan ei ole olemassa universaalisti hyväksyttyä, tarkkaa määritelmää yhteiskuntavastuusta, vaikkakin usein ollaan yhtä mieltä siitä, että yhteiskuntavastuussa on kyse liiketoiminnan hoitamisesta kestävästi ja eettisesti samalla ottaen huomioon sidosryhmien näkemykset (Panapanaan 2005, 135).

Myös kestävästä kehityksestä on muodostunut keskeinen konsepti vastuullisuuden kannalta, ja yritykset ovat alkaneet omaksua käsitettä yhä vahvemmin viestintäänsä. Käsitteestä on kuitenkin muodostunut eräänlainen win-win-konsepti, sillä sen mukaan yhteiskunnan on mahdollista nauttia yhtä aikaa taloudellisesta kestävästä kasvusta, ympäristönsuojelusta ja sosiaalisista parannuksista ilman radikaaleja muutoksia. Kuitenkaan ei ole paljoakaan todisteita, että kukaan olisi onnistunut saavuttamaan näitä kaikkia aspekteja yhtä aikaa. (Laine 2009, 2.)

Kestäväälle kehitykselle tai toimenpiteille, joilla sen voisi saavuttaa, ei ole tarkkaa määritelmää (Laine 2009, 2). Banerjee (2007, 64-65) toteaa kestäväälle kehitykselle olevan yli sata määritelmää. Eniten käytetty lienee Brundtlandin raportin määritelmä vuodelta 1987: ” Sustainable development is a process of change in which the exploitation of resources, direction of investments, orientation of technological development, and institutional change are made consistent with future as well as present needs.” Määritelmä on saanut osakseen paljon kritiikkiä muun muassa siitä, miten käsitteen voi käytännön liiketoiminnassa operationalisoida. Kyseessä on pikemminkin slogan eikä määritelmä. (Banerjee, 2007, 64-65.)

Burchell ja Cook (2006) painottavat vastuullisuuteen liittyvien käsitteiden olevan nykyään niin epäselviä, että ne vetoavat suureen määrään ihmisiä, vaikka heillä olisi todellisuudessa eriäviä mielipiteitä vastuullisuudesta. Kestävyyteen ja vastuullisuuteen liittyvät käsitteet ovat siis levinneet ja laajentuneet yhä enemmän ja näin ollen niiden tarkoitukset ja suhteet ovat muuttuneet epäselvemmiksi (Laine 2005,3).

Berns et al. (2009) ovat tutkineet, miten yritysjohto näkee vastuullisuuden. Haastateltuaan yli 50 kansainvälisen yrityksen toimitusjohtajaa ja lähetettyään kyselyn yli 1500 päällikkötason työntekijälle, tutkimuksen pohjalta vahvistui, että ei ole olemassa yhtä, selkeää käsitettä yhteiskuntavastuusta. Yritysten johto määrittelee sitä hyvin erilaisilla tavoilla, jotkut keskittyen pelkästään ympäristöllisiin vaikutuksiin, toiset taas enemmän taloudellisten ja sosiaalisten vaikutusten kautta. Kuitenkin yritysten johtajat näyttävät olevan samaa mieltä siitä, että yhteiskuntavastuu on ja tulee olemaan erittäin keskeinen voima, joka vaikuttaa siihen, mitä liiketoiminnasta ajatellaan, miten sitä johdetaan ja ketkä pärjäävät tulevaisuudessa. (Berns et al. 2009, 21.)

On monia syitä, miksi yrityksillä on ongelmia johtaa vastuullisuutta määrätietoisemmin. Suuri syy näyttää olevan, etteivät monet yritykset ymmärrä kunnolla mitä vastuullisuus tarkoittaa yrityksen kannalta. Yritysjohtajilta näyttää puuttuvan yhteinen faktapohja vastuullisuuden käsitteestä. Yli

puolet johtajista toteaa, että yritysmaailmassa olisi tarvetta paremmille, yhteisille viitekehyksille vastuullisuuden ymmärtämiseksi. Toiset yritykset määrittelevät sen hyvin kapeasti ja toiset taas laajemmin. (Berns et al. 2009, 21-24.) Yhteiskuntavastuun käsitteen nykyinen laajuus voi siis aiheuttaa jopa ongelmia koko vastuullisuuden johtamisen kannalta. Yritysvastuusta onkin tullut trendikäs teema, mutta silti sen määrittely on kiistelyille avoin. Toisaalta näin laajaa käsitettä voi olla hankalaa ja jopa tarpeetonta määrittellä yhdellä universaalilla tavalla. (Okoye 2009, 613.)

Yrityskansalaisuuden käsite on kaikista tuorein määrittelytapa vastuullisuudelle yhteiskuntavastuuraporteissa. Yrityskansalaisuutta on pidetty synonyymina sosiaaliselle vastuulle, mutta toiset tutkijat pitävät sitä seuraavana askeleena yritysten kehittyessä vastuullisemmiksi yhteiskunnan jäseniksi (Juholin 2004, 22-23). Yrityskansalaisuuden käsitteen muodostumisen takana on modernin hyvinvointivaltion institutionaalinen kriisi. Useat valtiot ovat taloudellisesti ylikuormittuneita ja niillä on ongelmia hallita kaikkia velvollisuuksiaan yhtä aikaa. Tästä syystä on alettu ajatella enemmän, että yksityisten yritysten ja organisaatioiden pitäisi myös kantaa vastuuta yhteisestä hyvästä kuten puhtaasta ympäristöstä, terveystalouden takaamisesta ja ylipäättään yhteiskunnan tilasta. (Grit 2004, 98.)

Yritysten vastuullisuuden ympärille on muodostunut monenlaisia käsitteitä, mikä kertoo paljon määritelmän muutoksesta ja kehityksestä. Myös sama käsite saatetaan määrittellä hyvin erilaisilla tavoilla eri yhteyksissä. Myös esimerkiksi käsitteitä yhteiskuntavastuu, vastuullisuus, kestävä kehitys ja yrityskansalaisuus käytetään hyvin pitkälti synonyymeinä toisilleen, vaikka tarkkaan ottaen ne eivät tarkoita samoja asioita.

Yhteiskuntavastuun käsitteen epäselvyys on yksi syy siihen, että useilta yritykseltä näyttää puuttuvan laajempi suunnitelma vastuullisuuden hallitsemiseksi. Monesti yritysten vastuullisuustoimet vaikuttavat puolustuksellisilta ja taktisilta sisältäen useita toisiinsa kytkeytymättömiä projekteja. Nämä projektit voivat näyttää ulospäin vaikuttavilta, mutta luovat todellisuudessa vain pieniä muutoksia liiketoimintalogiikkaan. (Berns et al. 2009, 22-23.) Yritykset voisivat siis tehdä enemmän yhdistääkseen liiketoimintansa ja vastuullisuuden toisiinsa selkeämmällä, kokonaisvaltaisemmalla kattotason suunnitelmalla.

2.3. Vastuullisuusraportointi ja sen kehitys

Yhteiskuntavastuuraportti on yrityksen sidosryhmilleen antama selonteko ympäristöasioiden sekä sosiaalisen ja taloudellisen vastuun hoidosta ja vastuun kantamisen edistymisestä raportoidulla

kaudella. Lisäksi yhteiskuntavastuuraportti voi olla tärkeä strateginen työkalu yrityksen ympäristöjohtamisessa ja organisaatiokulttuurin edistämässä. Erilliset ympäristö- tai yhteiskuntavastuuraportit ovat suurissa yrityksissä noin 30-sivusia kattavia kertomuksia ympäristöpolitiikasta, -vaikutuksista ja -saavutuksista. Raporteissa pyritään myös antamaan tilaa sidosryhmien edustajien lausunnoille sekä sidosryhmäyhteistyön kuvaamiselle. (Lovio 2004, 172-174.)

Yhteiskuntavastuuraportit voidaan nähdä yrityksille työkaluina, joiden avulla vahvistetaan yrityksen asemaa ja statusta vastuullisena yrityksenä sekä kehitetään uusia liiketoimintakäytäntöjä. Informaation kokoaminen yksiin kansiin eri yksiköistä auttaa ymmärtämään, arvioimaan ja mittaamaan yrityksen kokonaisvastuullisuutta. (Perrini 2006, 73)

Yritysten vastuullisuusraportointia on tutkittu melko paljon. 90-luvulla tutkittiin esimerkiksi sitä, millaiset yritykset julkaisivat tietoa sosiaalisesta ja ympäristöllisestä toiminnastaan ja mikä näitä yrityksiä yhdisti. Tulosten mukaan raportointiin vaikuttaa yrityksen koko, maa missä toimitaan ja toimiala. (Lovio 2004, 175.) Enemmän keskustelua tutkijoiden piirissä on nostattanut erityisesti vastuullisuusraportoinnin, sosiaalisen ja ympäristöllisen vastuun sekä taloudellisen tuloksen väliset suhteet. Tutkijat ovat pyrkineet löytämään win-win-argumentteja, jotka tukisivat vastuullisuuden ja parempien tuottojen korrelaatiota. Sen sijaan vähemmän on tutkittu sitä, kuka vastuullisuusraportteja todella lukee ja keitä ne ylipäättään hyödyttävät. (Laine 2005, 24-25)

Perrini (2006,74) painottaa vastuullisuusraportoinnin olevan vapaaehtoista suurimmassa osassa maista. Tällöin yrityksillä on kontrolli siihen, mitä, miten ja milloin raportoidaan. Tämä antaa yrityksille mahdollisuudet vaikuttaa lukijakuntansa käsityksiin vastuullisuudesta. Vastuullisuusraportointi edustaakin yritysten ajatusten tulosta siitä, mitä vastuullisuus tarkoittaa, miksi se on tärkeää ja miten sidosryhmät liittyvät siihen (Perrini 2006,74). Raportointi itsessään tiedottamisen lisäksi siis vaikuttaa käsityksiimme vastuullisuuden määritelmästä.

Vastuullisuus on siis kiistanalainen ilmiö siinä suhteessa, miten raportoidaan sekä mitä paljastetaan ja kenelle. Raportointiin tarvittaisiin tarkempia sääntöjä esimerkiksi määrittelemään, mitä sen tulee käsitellä ja kuka sen validiteettia arvioi. (Adams 2004.) Ilman yhteisiä, tarkempia pelisääntöjä raportointi jää helposti merkityksettömäksi ja muuttuu vain uudeksi yritysten markkinointistrategiaksi (Burchell ja Cook 2006, 129).

Ensimmäiset suomalaisten julkaisemat erilliset ympäristöraportit ilmestyivät vuosina 1992-1993. Suomessa erityisesti raskaan teollisuuden yritykset ovat olleet aktiivisimpia ympäristöraportoijia.

Sen sijaan pienet ja keskisuuret yritykset eivät keskity yhtä aktiivisesti raportoimaan vaikutuksistaan yhteiskuntaan. (Lovio 2004, 174-175.) Taulukosta 1 löytyy raportointikilpailuissa palkittuja yrityksiä eri toimialoilta. Vaikka tulokset eivät ole viime vuosilta, antaa taulukko silti suuntaa, sillä samat yritykset tuntuvat menestyneen raportointikilpailuissa myös viime vuosina. Kilpailumenestys ei kuitenkaan ole välttämättä suoraan osoitus hyvästä raportoinnista. Taulukko antaa kuitenkin osviittaa mitkä yritykset Suomessa ovat vuodesta 2004 lähtien panostaneet vastuullisuusraportointiinsa.

Taulukko 1. Suomen ympäristöraportointikilpailussa eri vuosina palkitut yritykset toimialoittain. (Lovio 2004, 175)

Elintarviketeollisuus	Cultorm Raisio, Saarioinen
Metsäteollisuus	Stora Enso, UPM-Kymmene, M-Real, Hartmann Varkaus
Kemianteollisuus	Neste, Kemira, Nokian Renkaat, Kiilto
Metalliteollisuus	Outokumpu, Rautaruukki
Konepaja- ja elektroniikkateollisuus	Wärtsilä, Nokia, Salcomp
Energia	IVO, Fortum, Vantaan Energia, Vapo
Vesi- ja jätehuolto	Ekokem, Helsingin Vesi
Liikenne ja kiinteistöt	Silja Line, Castrum
Kauppa	Kesko
Rahoitus	Tapiola

Myös pörssit ja muut rahoitusinstituutit ympäri maailmaa vaativat listattuja yrityksiä tarjoamaan informaatiota vastuullisuudestaan. Esimerkiksi Ranskassa kaikkien Pariisin pörssiin listattujen yritysten tulee kertoa sosiaalisesta ja ympäristöllisestä toiminnastaan taloudellisen raportoinnin lisäksi. Isossa-Britanniassa useat keskeiset organisaatiot vaativat tietoa yritysten vastuullisuudesta ja Etelä-Afrikassa Johannesburgin pörssi edellyttää, että kaikki listatut yhtiöt noudattavat vastuullisuusohjeistuksia. Lisäksi FTSE4Good-indeksi on tunnettu hyvien yrityskansalaisyritysten valitsemisesta. Yritykset ovat myös yhä enemmän nimittäneet hallituksen jäseniksi yritysvastuullisuuteen perehtyneitä henkilöitä ja luoneet paikkoja yhteiskuntavastuujohdajille. (Idowu & Papisolomou 2007, 138-140) Kaikki tämä kertoo siitä, että yritykset tahtovat osoittaa ottavansa yhteiskuntavastuun vakavissaan nykypäivänä.

Ympäristöraportoinnin toivottavasta sisällöstä sekä muodosta on annettu vuosien mittaan erinäisiä suosituksia. Tunnetuin kansainvälinen ympäristöraportointimalli on GRI-malli (Global Reporting

Initiative). Malli ottaa huomioon kolmiulotteisesti niin ympäristöllisen, sosiaalisen kuin taloudellisen menestyksen. GRI-mallia noudattavan yrityksen tulisi ottaa huomioon mallissa määritellyt raportointiohjeet ja sisällyttää nämä kaikki raportointiin. GRI-suositusten noudattaminen ja kattavan raportin tekeminen ohjeiden mukaan on organisaatiolta erittäin suuri ponnistus ja vie paljon aikaa. (Lovio 2004, 177-178.)

Erilaiset standardit parantavat raportointikäytäntöjä esimerkiksi lisäämällä vertailtavuutta, vähentämällä yksipuolista ja valikoivaa raportointia sekä harhaanjohtavaa tietoa, luomalla yhteistä, jaettavaa tietoa yrityksistä, niiden toiminnasta ja suhteista. Yrityksillä on esimerkiksi helposti houkutus raportoida vain tietyistä vastuullisuuteen liittyvistä toimenpiteistään, joita pitävät strategisesti tärkeinä oman menestyksensä kannalta. Standardit estävät todennäköisesti tämänkaltaista laskelmointia. (Perrini 2006, 91-96)

Lovio (2004,180) korostaa, että hyvin laadittu ympäristöraportti todistaa yrityksen paneutuneen ympäristöasioiden hoitoon ja on välttämättömyys, mikäli yritys tahtoo päästä mukaan ympäristöindekseihin ja -rahastoihin. Lisäksi Lovio nostaa esille sen, että ympäristöraportin perusteellisella informaatiolla on vaikutus asiantuntijoiden käsitykseen yrityksen ympäristösuojelun tasosta. Raporttien avulla asiantuntijat loppujen lopuksi vertailevat yritysten toimintaa, ja heidän käsityksillään on varmasti suuri vaikutus yritysten maineeseen vastuullisuuden saralla.

Ainakaan vielä ei ole kuitenkaan olemassa virallista ja pakollista ohjeistusta, miten vastuullisuudesta tulisi viestiä johdonmukaisesti ja selkeästi – on pelkästään suosituksia kuten GRI. Tästä syystä monet yritykset ovat valmistautumattomia vastuullisuuden raportointiin (Nielsen ja Thomsen 2007, 25). Yhteisen ymmärryksen ja terminologian puuttuminen on tehnyt vastuullisuusraportoinnin, ja toisaalta myös koko vastuullisuuden vertailun kehittämisen vaikeaksi (Berns et al. 2009, 24). Kaikki nämä haasteet vastuullisuuden käsittämisessä, hallitsemisessa ja raportoinnissa ovat johtaneet paikoitellen hyvinkin epäjohdonmukaiseen viestintään yhteiskuntavastuun saralla.

2.4. Nykyisen vastuullisuusdiskurssin ominaispiirteitä ja ongelmia

Yritysten vastuupuheeseen suhtaudutaan yhteiskunnallisessa keskustelussa usein epäluuloisesti liittyen puheen ja tekojen epäsuhtaan (Virsu 2012,158). Adams (2004) on tutkinut yritysten vastuullisuusraportoinnin ja todellisen toiminnan välisiä eroja. Hän löysi case-yrityksestään kaksi hyvin erilaista tarinaa sanojen ja tekojen vertailun perusteella. Yrityksen negatiivisista

vaikutuksista ei raportoitu juuri ollenkaan, ja ylipäätään raportointi ei ollut kokonaisvaltaista, vaan todellisuuden kuvaus jätettiin helposti yksipuoleiseksi. Vastaavanlaista epämääräisyyttä ja yksipuolisuutta ei hyväksyttäisi taloudellisessa raportoinnissa, vaikka se tunnutaan hyväksyttävän vastuullisuusraportoinnissa (Adams 2004, 752). Esimerkiksi sijoittajaviestintää säädellään tiukasti arvopaperimarkkinalailla ja Finanssivalvonnan säädöksillä. Sijoittajaviestinnässä onkin onnistuttu luomaan selkeät yhteiset käsitteet ja päämäärät. Ollakseen yhtä säänneltyä ja täsmällistä, vastuullisuusraportoinnissa näyttäisi olevan paljon kehittämisen varaa.

Vastuullisuusraportointi on usein diskurssin muoto, jolla pyritään hallitsemaan yleisön käsityksiä ja uskottavuuden uhkia (Bebbington et al. 2008, 342). Monet tutkijat ovat kriittisiä sen suhteen, missä määrin vastuullisuusraportointi edistää läpinäkyvyyttä, sillä raportoinnissa on usein kyse legitimiteetin rakentamisesta, sidosryhmäjohtamisesta ja konfliktien sekä riskien välttämisestä (Virsu 2012, 159). Myös Coupland (2005, 356) kirjoittaa monien tutkijoiden päätyneen siihen, että yritykset käyttävät useimmiten vastuullisuusraportointia keinona parantaa legitimiteettiään. Viestinnällä on luonnollisesti keskeinen rooli legitimiteetin rakentamisessa.

Vastuullisuusraportointi näyttää kehittyneen myös siihen suuntaan, että yritykset pyrkivät itse määrittelemään vastuullisuuden rajat (Bebbington et al. 2008, 342). Usein vastuullisuusraportit pyrkivät opettamaan lukijalle, miten yhteiskuntavastuu tulee käsittää. Tämä johtuu osaltaan siitä, että yhteiskuntavastuuraportit ovat uusi, kehittyvä tekstilaji. On edelleen epävarmuutta koko tekstilajin päämääristä ja vastuullisuuden käsitteestä. Näin ollen tahdotaan kertoa lukijalle, miten yhteiskuntavastuu tulee ymmärtää sen sijaan, että raportoitaisiin todella siitä, mitä yritys on tehnyt yhteiskuntavastuun eteen kuluneella tilikaudella. (Rytkölä 2008, 84.)

Vastuullisuuden rajojen määrittelyä tehdään esimerkiksi määrittelemällä – tai toisinaan epämääräistämällä – sitä, millaisiin asioihin yritysten vastuu yhteiskunnassa edes ulottuu (Virsu 2012, 160). Näin ollen raportit jäävät helposti yksipuoliseksi keskittyen nostamaan esille vain sellaisia asioita, jotka vahvistavat yrityksestä kuvaa vastuullisena yrityskansalaisena. (Bebbington et al. 2008, 342.)

Yritysten vastuullisuusdiskurssissa onkin lopulta kyse koko yritysvastuun käsitteen määrittelystä eli merkitysneuvottelusta, jossa yritykset antavat teksteissään selityksiä sille millainen vastuu on ylipäätään mahdollista ja perusteltua. Vastuullisuusdiskurssi on tästä syystä keskeisessä asemassa myös yritysvastuun tulevaisuuden kannalta. On esitetty, että vastuullisuusraportointia tulisi tutkia myös tältä pedagogiselta kannalta (Thomson ja Bebbington 2005, 31-33), sillä yritykset käyttävät

yhteiskuntavastuuraportointia kanavana kouluttaa sidosryhmiään ympäristövaikutuksiinsa, ympäristöjohtamiseensa, eettisiin näkökulmiinsa ja tasa-arvoon liittyvissä kysymyksissä.

Hirsto (2010) on tutkinut, kuinka taloudellista toimintaa ja yhteiskunnallista vastuuta tuodaan esille eli merkityksellistetään Suomessa ekonomistisen ja moralistisen diskurssin avulla. Ekonomistinen diskurssi painottaa toiminnan arvioimista tehokkuuden näkökulmasta ja moralistinen diskurssi taas peräänkuuluttaa vastuullisuutta yritysten toiminnalta. Näiden kahden diskurssin kamppailu näkyy selvästi nykyisessä keskustelussa yritysten vastuusta. Toisaalta yritysten pääasiallisen tavoitteen katsotaan olevan voiton tuotto, mutta toisaalta niiden kasvaneen vallan myötä katsotaan myös vastuun ympäristöstä ja yhteiskunnasta kasvaneen. (Hirsto 2010.) Ekonomistinen ja moralistinen diskurssi ovat näkyvillä myös oman aineistoni tuottamissa havainnoissa ja keskeisiä käsitteitä tutkimukseni kannalta.

Tämänhetkisessä yhteiskuntavastuudiskurssissa on siis omat ongelmansa, jotka ovat saaneet monet kriittisiksi koko yritysvastuullisuuden suhteen. Eräs haaste tulevaisuuden kannalta saattaa olla, että nykyisenlainen, asiat positiivisessa valossa näyttävä vastuullisuusraportointi vahvistaa vaikutelmaa, jonka mukaan nykyinen yhteiskuntajärjestys on kehittymässä oikeaan suuntaan ympäristöongelmien ratkomisen ja kestävän kehityksen kannalta. Tämä raportoinnin luoma vaikutelma johtuu yritysten paikoitellen yltiöpositiivisesta diskurssista, jonka tarkoituksena on vain parantaa yrityksen omaa yhteiskunnallista hyväksyttävyyttä. Vaikutelma voi johtaa lopulta vallitsevan yhteiskunnallisen järjestyksen ja voimasuhteiden vahvistumiseen, sillä yhteiskuntavastuuraportoinnin yhteiskunnallinen muutospotentiaali on erittäin rajoittautunutta. (Laine 2005, 8.)

3. Kriittinen diskurssianalyysi vastuullisuusraportoinnin tutkimusmetodina

Diskurssien tutkimus voi kertoa paljon todellisuuden luonteesta sekä logiikasta, jolla todellisuuteen vaikutetaan (Onkila 2009,186). Tästä syystä kriittinen diskurssianalyysi on mielestäni toimiva tapa tutkia yritysten vastuullisuusraportteja. Myös Coupland (2005, 356, 357) korostaa, että yhteiskunnassa on vastuullisuusraportoinnin yleistymisen myötä kasvanut tarve kriittiselle yritysten raportoinnin tarkastelulle. Tämän tutkielman tavoitteena on selvittää kriittisen diskurssianalyysin teoreettismetodologista viitekehystä hyödyntäen yritysten vastuullisuusraportoinnista hahmottuvan diskurssin päämuutoksia. Raportoinnin kielenkäyttö vaikuttaa esimerkiksi ymmärrykseemme, mikä on hyväksyttävää yhteiskuntavastuullisuutta. On tärkeää tutkia, millaista vastuullisuusdiskurssia yritykset yrittävät itse luoda eli millä tavalla vastuullisuutta kuvataan kielen keinoin ja mitä ideologioita sen takaa paljastuu.

3.1. Kriittinen diskurssianalyysi teoriana ja menetelmänä

Kriittistä diskurssianalyysiä ei tulisi ajatella yhtenä tietynä metodina, vaan mieluummin lähestymistapana, joka tarkastelee tekstejä tai puhetta usealla tasolla ja perustuu ennen kaikkea vahvasti teoriaan. Se on monitieteinen tutkimusala, eikä niinkään vakiintunut teoria tai tutkimusmetodi, vaan sen teoreettiset taustat, aineistot ja metodologiat ovat vaihtelevia ja moninaisia. (Wodak & Meyer 2001, 14.) Diskurssianalyysi on siis moniulotteinen kokonaisuus, jonka keskeinen ilmiö, kielenkäyttö, jäsentyy erilaisten merkitysten, kommunikatiivisuuden ja myös kulttuurisuuden kautta. Diskurssianalyysissä keskitytään kuvaamaan, miten asioita sanotaan tai miten niistä kirjoitetaan sen sijaan, että kuvattaisiin sanomisen sisältöä. (Potter 1996, 105.)

Diskurssintutkimus on saanut yhä enemmän huomiota kielitieteen ja yhteiskuntatieteiden alueella. Samalla diskurssin käsite on laajentunut ja epämääräistynyt. Laajimmallaan diskurssianalyysillä voidaan tarkoittaa kielenkäytön, tekstien, keskustelujen ja kokonaisten viestintätapahtumien tutkimusta. Kielitieteilijöiden lisäksi diskurssit ovat kiinnostaneet myös yhteiskuntatieteilijöitä, jotka tutkivat diskursseja enemmänkin merkityssysteeminä, tapoina rakentaa tietoa ja sosiaalisia käytänteitä. Yhteiskuntatieteilijät näkevät diskurssin teoreettisempana käsitteenä, jossa on keskiössä se, miten diskurssit synnyttävät, muokkaavat ja välittävät tietoa. (Luukka 2000, 133-

135.) Kriittinen diskurssianalyysi on yksi viimeaikaisimmista diskurssianalyysin suuntauksista, joka yhdistelee sekä kielitieteellisen että yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen näkemyksiä.

Kriittisessä diskurssianalyysissä ajatellaan sosiaalisen todellisuuden rakentuvan kielellisessä vuorovaikutuksessa. Tätä kutsutaan sosiaalisesti konstruktionismiksi. (Wodak ja Meyer 2009, 5.) Diskurssit sosiaalisena käytäntönä muokkaavat ideoita, ajatuksia ja valtasuhteita, jotka vaikuttavat sosiaaliseen kanssakäymiseen. Tästä syystä diskurssi toimii myös eräänlaisena ideologiana maailmassa (Nielsen ja Thomsen 2007, 26-27).

Kriittisessä diskurssianalyysissä on kiinnostuttu erityisesti kielen ja vallankäytön suhteesta. Kieli nähdään välineenä dominoida ja käyttää sosiaalista valtaa. Erityisesti kolme käsitettä liittyy läheisesti kriittiseen diskurssianalyysiin: valta, historia ja ideologiat. Jokainen diskurssi on rakentunut ja tuotettu hiljalleen ajan kuluessa, joten historiallinen näkökulma on erittäin keskeinen diskurssien tutkimuksessa. (Wodak ja Meyer 2001, 1-3.)

Edellä mainitsemani kolme käsitettä ovat keskeisiä tutkimukseni kannalta. Omassa analyysissäni pyrin tarkastelemaan vastuullisuusraportoinnin diskurssia nimenomaan historiallisesta näkökulmasta: pyrin selvittämään miten diskurssi on muuttunut ja rakentunut sellaiseksi kuin se nyt on. Valta on myös keskeinen käsite analyysini kannalta, koska yrityksillä on valtaa vaikuttaa yhteiskuntavastuudiskurssillaan siihen, miten vastuullisuus yhteiskunnassa käsitetään. Pyrin analyysissäni löytämään viitteitä ja esimerkkejä tämän vallan käytöstä. Lisäksi kulloinkin vastuullisuuden ympärillä vallinneiden ideologioiden tutkiminen on keskeinen osa tutkimustani.

Ideologian käsite onkin keskeinen kriittisessä diskurssianalyysissä. Diskurssit eivät koskaan ole ideologisesti neutraaleja. Joskus ideologian näkee tekstistä suoraan, ja joskus ne taas ilmenevät implisiittisinä perusoletuksina ja ”sanomattomina” elementteinä. (Vaara et al. 2006) Tekstit ja niiden sisältämät diskurssit myös muuttavat ja jopa luovat ideologioita. Diskurssit ovat kielellisiä tapoja esittää maailmaa – erilaiset diskurssit ovat erilaisia perspektiivejä maailmaan. Diskurssit eivät pelkästään esitä maailmaa sellaisena kuin se on, vaan ne ovat myös tulevaisuutta muokkaavia, esittävät mahdollisia todellisuuksia, jotka ovat erilaisia kuin nykyinen todellisuus. Fairclough'n (2003) mukaan diskurssit ovat usein myös sidottu tavoitteisiin, joilla yritetään suunnata maailmaa ja käsityksiämme tiettyyn suuntaan. (Fairclough 2003, 124.)

Fairclough'n (esim. 2003) esittämän analyysimallin mukaan diskurssia tulisi aina analysoida kolmella tasolla. Ensinnäkin analysoidaan diskurssikäytäntöjä: olosuhteita missä teksti on tuotettu, jaettu ja luettu. Toiseksi analysoidaan diskurssin tekstuaalista tasoa, kuten kielenkäytön valintoja,

piirteitä ja tyyliä. Kolmanneksi tulee analysoida laajemmin sosiokulttuurisia käytäntöjä ja vallitsevia ideologioita tekstin takana. (Esim. Fairclough 2003) Pidän myös omassa analyysissäni nämä kolme tasoa mielessä, jotta tulkinnasta tulisi mahdollisimman kokonaisvaltaista.

Tutkittaessa yritys vastuuta kriittisen diskurssianalyysin perspektiivistä pohditaan, miksi juuri tietty diskurssi on vallitseva tiettyinä aikoina. Näin saadaan selville, miten yritykset ovat pyrkineet muokkaamaan imagoaan ja luomaan vastuullisuuden diskurssia haluamallaan tavalla. (Burchell ja Cook 2006, 123.) Esimerkiksi vuosikertomukset ovat viestintää täynnä strategisia, retorisia valintoja, joilla organisaatio tähtää esittämään itsensä tietynlaisena toimijana (Laine 2009, 7).

Kielioppi ja sanat eivät yksinkertaisesti mahdollista kirjoittamista ilman perspektiiviä. Myös faktojen antaminen ja totuudenmukainen kirjoittaminen on toisaalta vain tapa käyttää kieltä. Jokin, mikä vaikuttaa ensisilmäykseltä puhtaalta faktalta, saattaa myöhemmin osoittautua ideologiseksi kannanotoksi. (Gee 2005, 4.) Oikeastaan ei ole edes olemassa selkeää tapaa erottaa faktaa fiktiosta. Usein keinot, joilla rakennetaan uskottavia ja värikkäitä fiktioita ovat täysin samoja kuin keinot, joita käytetään rakennettaessa vakuuttavia faktoja. (Potter 1996, 173.)

Fairclough (2003) korostaa, ettei ole olemassa täydellistä ja lopullista tekstin analyysiä. Tekstianalyysi on aina tietyllä tavalla valikoivaa eli olemme kiinnostuneita tietyistä kysymyksistä ja tekijöistä tekstissä ja jätämme kysymättä tällöin joitain toisia kysymyksiä. Tämä saattaa herättää epäilyksiä tekstianalyysin objektiivisuudesta. Todellisuudessa ei ole kuitenkaan mahdollista tehdä täysin objektiivista tekstin analyysiä. (Fairclough 2003, 14.)

Kriittiselle diskurssianalyysille on ominaista asioiden tarkastelu kriittisestä näkökulmasta tavoitteena tuoda esille yhteiskunnallisesti ja poliittisesti relevantteja ajatuksia ja aiheita esille sekä vähitellen saada aikaan muutos kohti ”parempaa” yhteiskunnassa. Kriittinen diskurssianalyysi onkin kiinnostunut erityisesti kielenkäytön ja yhteiskunnan välisestä suhteesta. Yhteiskunnallinen keskustelu voidaan nähdä areenana, jossa erilaiset diskurssit kilpailevat keskenään huomiosta. (Pietikäinen 2000, 192-199.)

3.2. Vastuullisuusdiskurssin tutkimista tukevat kriittisen diskurssianalyysin menetelmät

Seuraavaksi esittelen valitsemani tarkemmat kriittisen diskurssianalyysin menetelmät, joiden näkökulmasta olen aineistoani tarkastellut. Analyysimenetelmät olen valinnut aineiston ohjaamana eli olen tutkinut vastuuviestinnän tekstejä ja huomionut sieltä esiin nousseet teemat.

Tutkielmassani käytän näitä menetelmiä tukena vastuullisuusviestinnän diskurssin muutosta tutkiessani.

3.2.1. Ideologioiden luonnollistaminen

Diskurssien eräs keskeinen ominaisuus on siis niiden kapasiteetti luonnollistaa ideologioita (Fairclough ja Wodak 1997). Luonnollistamisen keinoin jotkin ajatukset esitetään normaaleina eli ikään kuin itsestäänselvyyksinä Kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta luonnollistaminen tarkoittaa hyvin samaa kuin legitimaatio, jonka keinoin luodaan diskursiivisesti rakentunutta ymmärrystä hyväksyttävyydestä. Diskurssit ja niiden eri ominaisuudet, kuten valtasuhteet, perusoletukset ja kielelliset elementit paljastavat sen, mikä on hyväksyttävää ja mikä ei. (Vaara et al. 2006, 793). Tämä ajaa diskurssin pyrkimyksiä tietyn ideologian levittämisessä eteenpäin. Esimerkiksi yhteiskuntavastuuraportoinnissa näytetään luonnollistettavan yrityksen mahdollisuutta toimia samaan aikaan kestävästi ja voittoa tuottaen.

Kun puhumme tai kirjoitamme, otamme aina tietyn perspektiivin siihen millainen maailma on. Tällä tavalla näytämme suhtautumisemme siihen, mikä on mielestämme normaalia, hyväksyttävää, oikein tai väärin, millä tavalla asioiden pitäisi olla, mikä on mahdollista ja mikä ei. Kaikki nämä ovat loppujen lopuksi perspektiivejä siihen mitä uskomme, toivomme ja ajattelemme. (Gee 2005, 2.) Yrityksien tapauksessa kirjoitettu teksti paljastaa, millä tavalla yritys näkee toimintansa ja toisaalta millä tavalla se haluaa sidosryhmiensä näkevän esimerkiksi vastuullisuutensa. Vastuullisuusraportointi on siis yksi kanava muiden rinnalla levittää tietynlaisia ideologioita eteenpäin.

Hyvin pitkälti systemaattinen vuorovaikutuskin perustuu luonnollistuneihin ideologioihin. Näiden ideologioiden epäluonnollistaminen on yksi kriittisen diskurssianalyysin tavoitteista. Analyysissäni pyrin siis kiinnittämään huomion näihin luonnollistuneihin ideologioihin ja tarkastelemaan erityisesti ovatko legitimaation ja luonnollistamisen kohteet muuttuneet vastuullisuusraportoinnissa.

Luonnollistamiseen liittyy läheisesti diskursiivinen keino, jossa faktat tai tiedot esitetään sellaisella tavalla, että ne ovat irrallaan kyseessä olevasta ilmiöstä ja vain olemassa ”jossain ulkopuolella”. Näistä faktoista annetaan kuva, ettei niistä tarvitse edes keskustella tai niitä ei kuulu kyseenalaistaa. Esimerkiksi tiedemiehet voivat esittää tutkimustuloksensa tavalla, joka

etäännyttää heidät itsensä tutkijana tuloksesta, ja he vain antavat tai välittävät faktoja maailmalle. Samalla tavalla voidaan käyttää tällaisia ”etäännyttämisen työkaluja” muissakin yhteyksissä. Jokin idea voidaan esittää esimerkiksi rationaalisenä ratkaisuna tiettyyn ongelmaan tai tilanteeseen, ja tämä helpottaa idean esittämistä väistämättömänä tai tarkoituksenmukaisena. (Mueller ja Whittle 2011, 193-195; Potter 1996.)

Eräs toinen keino luonnollistaa tai virallistaa argumentteja on kytkeä yhteen asioita, joista on jo aiemmin puhuttu. Mueller ja Whittle (2011, 194) ovat tutkineet tätä luonnollistamisen tapaa erityisesti puhutussa kielessä. He puhuvat tavasta ”pakata yhteen aiempi vuorovaikutus” ja tarjota tällä tavalla yleinen, julkinen määritelmä asioista, joita on käsitelty jo aiemmin yhdessä. Tämä yhteisen vuorovaikutuksen tuottama määritelmä oletetaan otettavan itsestäänselvytenä, kun joku vain kertaa sen muille. Myös kirjoitetussa kielessä voidaan yhtäläillä ajatella käytettävän vastaavia keinoja luonnollistettaessa argumentteja. Tällä tavalla virallistamalla tiettyjä asioita, joista ollaan samaa mieltä, pystytään lähtemään yhteisymmärryksessä liikkeelle näistä ”virallistetuista” argumenteista.

3.2.2. Diskursiivisten legitimaatiostrategioiden tunnistaminen

Legitimiteetillä tarkoitetaan diskursiivisesti luotua tunnetta ja mielikuvaa joidenkin tiettyjen diskurssien hyväksyttävyydestä. Näitä legitimoituja diskursseja voidaan jaotella erilaisiksi diskursiivisiksi legitimaatiostrategioiksi. Diskurssi ja sen piirteet määrittelevät, mitä voidaan pitää legitimoituna tai illegitimoituna. (Vaara et. al. 2006, 793-794.) Yhteiskuntavastuuseen liittykin läheisesti legitimoinnin käsite.

Vastuullisuusraportoinnin muutoksia tutkittaessa nousee esille erilaisia diskursiivisia legitimaatiostrategioita, joilla legitimoidaan yrityksen toimintaa. Yhteiskuntavastuuraportoinnin ollessa vielä kehittyvä tekstilaji on selvää, että siinä on ehtinyt korostua jo lyhyessä ajassa useita erilaisia legitimaatiostrategioita. Näiden legitimaatiostrategioiden etsiminen ja määrittely kertoo paljon vastuullisuusdiskurssin muutoksista. Analyysissäni tutkin myös, millaisia legitimaatiostrategioita vastuullisuusraporteista löytyy.

Vaara ym. (2006) ovat erotelleet viisi erilaista legitimaatiostrategiaa, joita he ovat tutkineet median legitimoituneissa yritysraporteissa. Diskurssityypit ovat: normalisointi, arvovaltaistaminen, järjeistäminen, moraalistaminen ja tarinallistaminen. Kaikki nämä legitimaatiostrategiat ovat eräänlaisia keinoja legitimoida yrityksen toimintaa. Tutkin aineistostani, onko näitä

legitimaatiostrategioita tai mahdollisesti joitain muita legitimaatiostrategioita käytetty hyväksi vastuullisuusraportoinnin eri vaiheissa. Seuraavaksi esittelen lyhyesti Vaaran ym. (2006) erottelemat legitimaatiostrategiat.

Vaaran ym. (2006) ja van Leeuwenin (2007) mukaan arvovaltaistamisessa on kyse toiminnan legitimoimisesta viittaamalla esimerkiksi vaikutusvaltaiseen tahoon tai perinteisiin, tapoihin ja vakiintuneeseen toimintaan. Arvovalta voi olla siis joko henkilökohtaista liittyen asemaan tai asiantuntijuuteen tai se voi nojata velvollisuuteen kuten sääntöjen, perinteiden tai lakien noudattamiseen.

Normalisointi taas on keino, jolla pyritään esittämään toiminta normaalina ja luonnollisena. Normalisoinnin keinoin legitimoidaan vaikkapa yritysten ratkaisuja esimerkkien, kuten vastaavien tapahtumien, käytäntöjen ja menneisyyden avulla. Toinen tapa on vedota tulevaisuudessa odotettavissa oleviin tapahtumiin ja käytäntöihin kuin ne olisivat väistämättömiä ja täten normaaleita. (Vaara ym. 2006, 797.)

Rationalisoinnissa on kyse taas tiettyjen toimintojen tai käytäntöjen korostamisesta hyödyllisinä. Välineellisessä rationalisoinnissa keskitytään esimerkiksi hyötyihin, tarkoituksiin, toimintoihin ja lopputuloksiin. Esimerkiksi globaaleissa yrityskaupoissa korostetaan usein niiden hyötyjä fuusioissa olevien yritysten kannalta. (Vaara ym. 2006, 800.)

Vaara et al. (2006, 801) kirjoittavat moralisaation perustuvan taustalla oleviin arvoihin. Heidän tutkimuksessaan tätä legitimaatiostrategiaa käytettiin eniten legitimaation käänteisessä tarkoituksessa: pyrittiin tuomaan esille yritysfuusioiden huonoja puolia. Tämän legitimaatiostrategian tyyli poikkeaa muista, ja siinä kritisoidaan erityisesti neoliberalismin tavoitteita. (Vaara ym. 2006, 801.) Moralisaation voidaan ajatella vetoavan lukijan tunteisiin ja tätä kautta se voi vaikuttaa erittäin vahvasti lukijaan omantunnon kautta.

Viimeinen Vaaran ym. (2006) määrittelemä legitimaatiostrategia on tarinallistaminen. Myös van Leeuwen (2007) on korostanut, kuinka tarinan kertominen vahvistaa käsitystä hyväksyttävästä, sopivasta ja suosittavasta käytöksestä. Esimerkiksi tulevaisuuden ennustukset voidaan nähdä tarinallistamisen keinoina. Dramaattisessa tarinallistamisessa luodaan vahvoja mielikuvia yrityksistä esimerkiksi voittajina, häviäjinä, sankareina tai vihollisina. (Vaara ym. 2006, 802.)

Narratiivien eli tarinoiden käyttö on hyödyllistä yrityksen maineen rakentamisen kannalta. Rakentaessaan imagoaan yritys yrittää vaikuttaa siihen, miten eri sidosryhmät näkevät yrityksen ja sen tuotteet. Narratiivien avulla saadaan siis luotua asiakkaille eräänlaisia fantasioita, joita he

pitävät tavoiteltavina ja hyödyllisinä itselleen. Tarinallistamisessa on kyse usein asiakkaiden tunteisiin ja haaveisiin vetoamisesta. (Vendelo 1998, 128.) Myös vastuullisuusviestinnässä on nähtävillä tarinallistamisen hyväksikäyttöä. Tällä tavalla saadaan luotua sidosryhmille mielikuvia yrityksen vastuullisuudesta.

Omassa analyysissäni on keskeistä tunnistaa millaisia eri legitimaatiostrategioita on vallinnut vastuullisuusraportoinnin kehittyessä. Mielenkiintoista on, ovatko nämä selvästi muuttuneet raportoinnin kehittyessä. Vastuullisuusraportointi on vasta hiljan voimakkaasti kehittynyt tekstilaji, joten sitä ei voi vielä pitää vakiintuneena (Skulstad 2002). Tästä syystä olisi odotuksenmukaista löytää sieltä erilaisia legitimaatiostrategioita, kun raportoinnin merkitystä ja tavoitetta on vielä etsitty yrityksissä.

3.2.3. Interdiskursiivisuus ja tekstilajit

Tärkeä näkökulma kriittisessä diskurssianalyysissä on, että harvoin tekstit ovat vain yhden henkilön työtä ja ajatuksia. Kriittisessä diskurssianalyysissä ei tutkita pelkästään yksittäisiä tekstejä, vaan sen avulla voidaan löytää teksteille yhteisiä piirteitä ja intertekstuaalisia suhteita. Teksteissä neuvotellaan diskursiivisista näkökulmista ja ne ovat usein kamppailujen paikkoja, koska sisältävät useita eri diskursseja ja ideologioita. Intertekstuaalisuuden ja -diskursiivisuuden näkökulmasta kriittinen diskurssianalyysi tutkii siis myös tekstin suhteita toisiin teksteihin. (Wodak ja Meyer 2001, 11-15.)

Pelkkiä yksittäisiä tekstejä ei voida ymmärtää kunnolla, jos niitä ei liitetä muihin samaan tekstilajiin tai ryhmään kuuluviin teksteihin (Vaara ym. 2006, 793). Kuten Fairclough sen osuvasti kiteyttää: ”What is said in a text, is said against a background of what is unsaid, but taken as given” (Fairclough 2003, 40). Eli teksteissä otetaan usein kantaa asioihin, joiden keskustelu on alkanut jossain ulkopuolella muissa teksteissä.

Esimerkiksi vastuullisuusraportit voidaan nähdä omana tekstilajinaan, jolla on sille vakiintuneet piirteet ja tyyli, ja johon kuuluu myös muita vastuullisuutta koskevia kirjoituksia (Bhatia 2010). Tutkimuksessa tarkastelemani vastuullisuusraportit ovat siis interdiskursiivisesti osa suurempaa kokonaisuutta eli ylipäätänsä yritysten vastuullisuutta koskevia tekstejä.

Interdiskursiivisuudella tarkoitetaan siis eri tekstilajien välistä vaikutusta toisiinsa ja kontekstin vaikutusta tekstilajeihin. Interdiskursiivisuuden myötä saattaa syntyä hybridigenrejä, joissa yhdistyy vanhoja käytäntöjä sekä uudenlaisia näkökulmia samaan diskurssiin. Eli tällöin tekstissä

on näkyvillä erilaisia diskursiivisia keinoja ja ammatillisia käytäntöjä. Intertekstuaalisuudessa taas on kyse vain tekstien välisten ominaisuuksien tutkimisesta. (Bhatia 2010.)

Toisinaan ensisilmäyksellä saattaa vaikuttaa esimerkiksi, että raportilla on vain yksinkertainen tavoite kuvailla ja informoida lukijaansa. Tarkemmin tutkittuna saattaa kuitenkin paljastua myös muita tavoitteita raportin takana. Esimerkiksi tekstit voivat pyrkiä piilevästi markkinoimaan tiettyä asiaa, mutta tämä käy ilmi tekstistä vain epäsuorasti. Ensisijaisen tavoitteen lisäksi teksteillä voi olla siis muitakin tavoitteita. (Fairclough 2003, 111.) Vastuullisuusraporteista paljastuikin analyysissäni myös muita tavoitteita konkreettisen menneisyyden vastuullisuustoimien raportoimisen lisäksi.

3.2.4. Yrityksen esittäminen passiivisena tai aktiivisena vastuun kantajana

Tekstien kriittisessä analyysissä on usein olennaista tarkkailla sitä, millä tavalla on esitetty toimintaprosessi ja millaista toimijuutta sekä toimijoita tekstiin kirjoittuu. Esimerkiksi eräs tärkeä kieliopillinen seikka, johon kriittisessä diskurssianalyysissä kiinnitetään huomiota, on nominalisaatio eli verbien korvaaminen nomineilla. Tässä metodissa sen sijaan, että esitettäisiin prosessit prosesseina eli esimerkiksi lauseina, joissa on verbit, esitetäänkin prosessit nominalisoituina eli kokonaisuuksina. Lauseessa ”Moderni maailma on kohdannut muutoksen” sana *muutoksen* on nominalisaatio. Nominalisaation avulla pystytään hävittämään tekstistä prosessien tekijät eli ihmiset. Tällä tavalla toiminnan takana oleva tekijä saadaan pidettyä pimennossa eli huomio ei kiinnity siihen kuka tai mikä on tehnyt jotakin. (Fairclough 2003, 12-13.) Nominalisaatiota käytettäessä tekijä jää passiiviseksi, eikä ole oleellinen tapahtuman kannalta.

Nominalisaatio on siis diskursiivinen keino, joka mahdollistaa tekijyyden ja vastuun hävittämisen lauseesta. Esimerkiksi otsikossa: ”Poliisi tappoi protestoijat” ei ole käytetty hyödyksi nominalisaatiota ja toiminnan takana ovat selkeästi poliisit. Nominalisaatiota käyttäen lause kuuluisi: ”Protestoijien tappaminen”. Poliisien vastuu protestoijien tappamisesta on siis selvästi nominalisaation kautta hävitetty otsikosta. (Mueller ja Whittle (2011, 194.)

Myös passiiviset verbit kuten ”tehtiin”, ”irtisanottiin” tai ”hävitettiin” ja passiiviset adjektiivit kuten ”liikkuva pääoma” ovat eräs tapa kiinnittää huomio vain tapahtuneeseen asiaan eikä siihen kuka on tapahtuman takana. Passiivisuus ja nominalisaatio ovatkin tapoja saada vastuu johonkin

asiaan etäännytettyä itsestään. (Fairclough 2003,13) Passiivilla käyttämällä toiminnasta jää kuva, että se on vähemmän puhujan omassa vallassa ja hallinnassa (Pälli 2003,109-110). Esimerkiksi yritysten käyttäessä passiivilla puhuessaan omasta toiminnastaan, saavat ne vähennettyä osallisuuttaan kuvattuun ilmiöön tai tapahtumaan. Yritys jää näin olleen passiiviseksi toimijaksi ja taka-alalle.

Passiivin käytön vastakohtana me-muodon käyttö taas luo organisaatioista kuvaa aktiivisempina ja inhimillisempinä tekijöinä yhteiskunnassa. Me-pronominin avulla pystytään luomaan yritykselle tietynlaista sosiaalista identiteettiä, joka taas vahvistaa sen inhimillisyyttä. Passiivin käyttö yritysten toimista puhuttaessa on tehokas tekijyyden hämärtämisen keino. Me-pronominin taas osoittaa, että yrityksen toiminnan takana on todella joukko ihmisiä. (Pälli 2003, 109-110.) Me-muodon käyttö antaa vahvemman mielikuvan, että toiminta on puhujan vallassa ja hallinnassa. Näin ollen yritykset voivat monikon 1. persoonassa olevilla verbeillä luoda kuvaa aktiivisemmasta, inhimillisestä ja hallitummasta toiminnasta.

Liittoutumisasteen keinoin taas määritellään sitoutuuko kirjoittaja kirjoittamaansa vai etäännyttääkö hän itsensä siitä. Jonkin asian tai toimenpiteen voi esittää omissa nimissään, toisen sanomana tai yleisenä tietona. Sen minkä näistä tavoista valitsee, vaikuttaa paljon siihen, kenen ymmärretään olevan tapahtuneen toimenpiteen takana. (Potter 1996, 123-149.) Me-muodon käyttö on asian esittämistä omissa nimissään ja antaa tällöin aktiivisemmän ja asiaan sitoutuneemman kuvan toimijasta kuin passiivin ja nominalisaation käyttö. Käyttämällä me-muotoa yritys seisoo inhimillisemmällä tasolla sanojensa takana.

4. Analyysi yhteiskuntavastuuraportoinnin muutosten pääteemoista

Seuraavaksi esittelen aluksi tarkemmin tutkimuksen aineistoani. Tämän jälkeen siirryn suoraan esittelemään analyysini pohjalta esiin nousseita vastuuraportoinnin muutostendenssejä, joita käsittelen kutakin omassa alakappaleessa.

Suomalainen liike-elämä on jo pitkään esitetty edelläkävijänä yhteiskuntavastuussa ja sen raportoinnissa (Onkila 2000, 17). Tästä syystä päätin keskittyä vastuullisuusraporttien tutkinnassa juuri suomalaisiin yrityksiin. Tutkin siis aineistoni pohjalta, miten yritysten vastuullisuusdiskurssi näyttää muuttuneen vuodesta 1994 vuoteen 2011 eli mitä on korostettu raportoinnissa milloinkin, mitä käsitteitä on käytetty ja millä tavoin vastuuta on merkityksellistetty yritysten itse tuottamissa teksteissä. Pyrin löytämään aineiston ohjaamana suurimmat päämuutokset diskurssissa. Diskurssin muutosta tutkimalla paljastuu vastuullisuuden taival tähän pisteeseen, missä se nyt on.

Analyysini materiaalina ovat valitsemieni yritysten erilliset vastuullisuusraportit sekä 1990-luvun puolella vuosikertomusten ympäristölliseen ja sosiaaliseen vastuuseen liittyvät tekstiosiot. Taloudellisesta vastuusta ei vielä 1990-luvulla kirjoitettu vastuun yhteydessä, joten tästä syystä keskityn vain sosiaalisiin ja ympäristöllisiin asioihin tänä aikana. Olen tutkinut erillisiä vastuullisuusraportteja siitä lähtien, kun yritys on alkanut tällaista julkaista ja edeltävältä ajalta olen tutkinut vuosikertomusten yhteiskuntavastuosioita. Analyysini kannalta ei ole niinkään merkityksellistä, mistä lähtien on alettu julkaista erillistä yhteiskuntavastuuraporttia. Sekä vuosikertomusten vastuosiot että erillisten yhteiskuntavastuuraportit paljastavat joka tapauksessa, miten yritys on luonnehtinut vastuullisuutta eri aikoina.

Tutkin neljän suomalaisen suuren yrityksen vastuullisuusraportoinnin kehitystä. Halusin nimenomaan valita mahdollisimman erilaisia yrityksiä eri aloilta, jotta en olisi liian sidottu yhden alan vastuullisuusraportoinnin kehitykseen. Esimerkiksi, jos jokin ala on ollut pitkään edelläkävijä vastuullisuusraportoinnissa, voisi tämä vaikuttaa siihen, miten diskurssi on kehittynyt ja antaa vastuullisuusdiskurssista erilaisen kuvan kuin jonkin toisen alan perusteella saisi. Rajasin valitsemani yritykset olemaan omilla aloillaan Suomen 30 suurimman joukkoon kuuluvia yrityksiä. Valitsin analyysin kohteeksi pelkästään suomenkielisiä raportteja, koska diskurssianalyttiseen tekstien tulkintaan vaikuttavat paljon myös tekstien kielisidonnaiset ilmiöt.

Analysoin diskurssin muutoksia Finnairin, Outokummun, Kemiran ja Fortumin vastuullisuusraportoinneista. Nämä yritykset ovat jo pidemmän aikaa raportoineet laajasti ja palkitusti yhteiskuntavastuustaan. Yritysten välillä vastuullisuusraportoinnissa on tietysti eroja;

esimerkiksi toiset yritykset ovat maininneet ympäristöasioita laajemmin ja aiemmin kuin toiset. En niinkään kuitenkaan tahdo kiinnittää huomiota siihen, mikä yritys aloitti ensimmäisenä ja laajimmin ympäristön huomioimisen raportoinnissa. Sen sijaan keskityn tutkimaan, mitä vaiheita vastuuraportointi näyttää käyneen läpi eri yrityksissä. Keskityn esimerkiksi tutkimaan ja löytämään samanlaisia kehityskulkuja eri yritysten diskurssissa.

Finnair on suomalainen lentoyhtiö, jonka osakkeista Suomen valtio omistaa yli 50 %. Yhtiö harjoittaa reitti- ja lomalentoliikennettä sekä koti- että ulkomailla. Finnair edustaa siis kuljetus- ja huolinta-alaa. Outokumpu valmistaa monenlaisia ruostumattomia terästuotteita, kuten putkituotteita, laippoja ja hitsaustuotteita. Outokumpu edustaa tutkimuksessani metallialaa. Kemira tarjoaa kemikaaliyhdistelmiä runsaasti vettä käyttäville teollisuudenaloille. Kemiran liiketoiminta liittyy vahvimmin valitsemistani yrityksistä suoraan vastuullisuuteen. Yhtiön liiketoiminta-ajatukseen kuuluu asiakkaiden veden, energian ja raaka-aineiden käytön tehostaminen. Kemiran liiketoimintaan itsessään kuuluu siis vastuullisten ratkaisujen myyminen. Kemira toimii kemian ja muovien alalla. Fortumin liiketoimintaa on sähkön ja lämmön tuotanto, myynti ja jakelu sekä energia-alan asiantuntijapalvelut. Suomen valtio omistaa Fortumin osakkeista hieman yli puolet. Fortum on ollut listattuna maailmanlaajuisessa Dow Jones Sustainability World -indeksissä jo kymmenenä peräkkäisenä vuotena. Yhtiö edustaa energia-alaa.

Fortumin kohdalla olen analysoinut myös Neste Oy:n muutamaa vuosikertomusta ajalta ennen kuin Fortum muodostettiin Neste Oy:n ja Imatran Voima Oy:n fuusiossa. Tämä ei hankaloita analyysiä, koska raportoinnin diskurssin muutoksen kannalta ei ole oleellista, että Imatran Voima fuusioitui Neste Oy:n kanssa. Aikaisemmista raporteista paljastuu joka tapauksessa, millainen diskurssi vallitsi Fortumin vastuullisuuden raportoinnin alkuaikoina.

Jo pelkästään neljän yrityksen tutkiminen on analyysini tapauksessa hedelmällistä, koska yritysten vastuullisuusraportoinnissa on otettu ja otetaan edelleen esille selvästi samanlaisia asioita riippumatta toimialasta. Useat tutkijat (esim. Cormier ja Magnan 2003, Coupland 2005, Burchell ja Cook 2006, Crawford 2007, Pälli ja Turunen 2011) ovat havainneet yritysten vastuullisuusraportoinnin sisältävän yhteisiä piirteitä, näkemyksiä ja ideologioita niin sisällöllisesti kuin muodollisesti. Eli hyvinkin erilaiset yritykset kirjoittavat samalla tavalla vastuullisuudesta ja sen merkityksestä itselleen käyttäen samantyyllisiä kielellisiä valintoja ja argumentointia. Tietysti eri yhtiöt käytännössä vähentävät eri tavoilla päästöjään, mutta vastuullisuuden taustalla oleva logiikka ja ideologia on hämmästyttävän samanlaista.

Aloitan diskurssin muutoksen tutkimisen vuodesta 1994, koska näyttää siltä, että tästä alkaen on ympäristöstä kirjoitettu vuosikertomusten yhteydessä säännöllisesti. Toki joidenkin yritysten kohdalla on saatettu mainita ympäristöasioista jo aiemmin, mutta päämuutokset ovat löydettävissä 1990-luvun puolivälistä aloittaessa. Aiempien vuosien raportoinnin tutkiminen ei olisi tuonut oman tutkimukseni kannalta merkittävästi tuloksiin vaikuttavaa oleellista lisätietoa.

Yritysten vastuullisuusraportoinnin analysoinnin pohjalta olen jaotellut suurimmat muutokset diskurssissa omiksi teemoikseen. Käsittelen kutakin muutosta omassa alaluvussa. Vuosikertomuksista, ympäristöraporteista ja yhteiskuntavastuuraporteista keräämiäni esimerkkikatkelmien avulla pyrin havainnollistamaan kyseistä muutosta. Ensin näytän esimerkeissä, millaista raportointi on ollut 90-luvun puolessa välissä ja tämän jälkeen siirryn analyysiesimerkeissäni kohti uudempia raportteja.

Analysoin seuraavaksi omissa alaluvuissaan neljää muutosteemaa, jotka nousivat aineiston tulkinnassani keskeisiksi. Teemat ovat 1) muutos tiiviistä, menneisyyteen keskittyvästä informoitidiskurssista kohti pedagogisuutta, tulevaisuusorientoituneisuutta ja vastuun pohdiskelua, 2) vastuullisuuden määritelmän laajeneminen, 3) win-win-argumentin ideologinen muutos ja 4) vastuullisuuden muuttuminen velvollisuudesta strategiseksi mahdollisuudeksi.

4.1. Muutos tiiviistä ja menneisyyteen keskittyvästä diskurssista kohti pedagogisuutta, tulevaisuusorientoituneisuutta ja pohdiskelua

Analyysini pohjalta selvisi, että kaikkien tutkimieni neljän yrityksen vastuullisuusraportoinnin alkuaikojä on leimannut tiivis, konkreettisiin ja yksiselitteisiin faktoihin nojaava sekä menneisyyteen katsova diskurssi. Asian ytimeen mentiin suoraan kiertelemättä ja pyrittiin kertomaan oleellisimmat raportoidun ajanjakson aikana tapahtuneet ympäristöön vaikuttaneet tekijät ja tapahtumat. Myös Laine (2009,10) kirjoittaa esimerkiksi Kemiran olleen jo 1970-luvulla vuosikertomuksissaan suhteellisen avoin ympäristöllisistä vaikutuksistaan. Ympäristölliset asiat otettiin esille raporteissa joskin lyhyesti ja yksinkertaisesti. Kemira jopa myöntää luonnon kärsivän sen toimista ja vaikeat ympäristölliset ongelmat ovat jääneet sen mukaan ratkomatta. (Laine 2009, 10-11) Jopa tällainen negatiivinen ja ongelmalähtöinen raportointi siis leimasi ympäristökeskusteluiden alkuaikojä.

Seuraavat esimerkit 1-4 havainnollistavat tätä suoraan asiaan menevää ja tiivistä diskurssia.

Esimerkki 1: Muita toimenpiteitä, joilla ympäristön haittoja on vähennetty tilikauden aikana ovat olleet mm. vähäliuotteisten pintamaalien käyttöönotto ja rasvanpoistoprosesseissa syntyvien kloorattujen hiilivetypäästöjen vähentäminen merkittävästi korvaavilla menetelmillä. (Finnair, Vuosikertomus 1994)

Esimerkki 2: Erillisen ympäristöraportoinnin sijaan konserni suosii tiivistä raportointia tärkeistä ympäristökysymyksistä ja -tiedoista osana vuosikertomusta. (Kemira, Vuosikertomus 1995)

Esimerkki 3: Lupaehdoista poikkeava tilanne todettiin neljällä toimipaikalla. Viranomaiset ovat tietoisia asiasta ja korjaavat toimenpiteet on käynnistetty. Rikossyytteitä ei ole vireillä. (Kemira, Vuosikertomus 1996)

Esimerkki 4: Finnairin Tekniikassa tapahtui vuoden aikana kolme ympäristövahinkoa. Kussakin, toisistaan riippumattomassa tapauksessa, orgaanisia liuottimia oli päässyt maaperään ja vahingot havaittiin rutiinitarkastuksissa. Korjaaviin toimenpiteisiin ryhdyttiin välittömästi, lisäpilaantuminen ehkäistiin ja tapaukset raportoitiin ympäristöviranomaisille. (Finnair, Ympäristötiedot 2002)

Esimerkissä 1 Finnair luettelee lyhyesti enempää kommentoimatta listan muodossa toimenpiteitä, joilla ympäristön haittoja on vähennetty tilikauden aikana. Näkökulma on siis erittäin laaja: koko ympäristön haittojen vähentäminen. Toimenpiteitä ei sen enempää avata, vaan selitetään lyhyesti, mitä *tilikauden aikana* on todella tehty. Huomion keskipisteenä ovat selkeästi menneisyydessä tapahtuneet ja konkreettiset toimet.

Kemira toteaa avoimesti ja suoraan esimerkissä 2, että suosii tiivistä raportointia tärkeistä ympäristökysymyksistä. Tiiviys ja keskittyminen oleellisten päästöjen raportointiin, ympäristövahinkoihin ja oleellisiin ympäristöinvestointeihin näyttää leimanneen Kemirankin raportointia. Kuten esimerkistä 3 näkyy, Kemira toteaa avoimesti lupaehdoista poikkeavia tilanteita esiintyneen neljällä toimipaikalla. Sen tarkempaan ei eritellä missä ja millaisia tilanteita. Myös reagoinnit poikkeavuuksiin todetaan äärimmäisen lyhyillä lauseilla ja yksiselitteisesti. Keskeisintä raportoinnissa oli todella kertoa konkreettisesti, miten ympäristöstä on huolehdittu menneellä tilikaudella.

Esimerkissä 4 todetaan suoraan tapahtuneen kolme *ympäristövahinkoa*. *Ympäristövahinko*-sanaa ei ole kuitenkaan käytetty Finnairin raportoinnissa ollenkaan vuoden 2002 jälkeen. Sanaan liittyy negatiivinen sävy, jota on varmaankin tahdottu välttää myöhemmin. Kuitenkin vielä vuonna 2002 vahingoista kerrottiin suhteelliseen suoraan ja näkyvällä paikalla. Esimerkiksi vuonna 2011 Finnair kertoo tällaisista vastaavista vahingoista vasta aivan raporttinsa lopussa, paikassa, johon ei huomio kiinnity helposti. Myöskään sanaa *vahinko* ei enää käytetä, kuten esimerkki 5 havainnollistaa.

Esimerkki 5. Pienempiä vuotoja oli muutama: Finnair Cateringin käyttämissä kuormausautoissa sattui vuoden aikana 8 hydraulinestevuotoa. Vuodot tapahtuivat asfaltille ja kaikki vuotanut hydraulineste saatiin kerättyä pois. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkin 5 tekstiosio sijoittui siis raportin loppuosaan. Aiemmassa tiiviissä raportoinnissa kerrottiin onnettomuudet sekä faktat hieman suuremmin ja jopa käyttäen negatiivisen sävyn antavia termejä kuten *ympäristövahinko*. Tämä vahvistaa, että 90-luvun puolella tavoitteena oli yksinkertaisesti ja suoraan tuoda esille merkittävimmät ympäristöön liittyneet toimet ja tapahtumat.

Esimerkki 6: Jätevesien puhdistus on myös tehokasta eikä niiden ole todettu aiheuttaneen haitallisia ympäristövaikutuksia merialueella. (Outokumpu, Vuosikertomus 1995)

Esimerkki 7: Ilmastomyötäisten energialähteiden (vesivoima, ydinvoima, tuulivoima, biopolttoaineet, maakaasu) osuus sähköntuotannosta oli 80 prosenttia, mikä on samaa luokkaa kuin vuonna 1998. Yhteensä sähkön ja lämmön tuotannossa biopolttoaineiden käyttö kasvoi 7 prosenttia edellisestä vuodesta ja maakaasun käyttö 51 prosenttia. (Fortum, Vuosikertomus 1999)

Esimerkki 8: Suomessa Uudenkaupungin tehtaiden ravinnepäästöt ilmaan ja veteen kasvoivat hieman edellisvuoden ennätysmatalalta tasolta, mutta ovat silti 30-70 % sallituista rajoista. (Kemira, Vuosikertomus 1996)

Esimerkeissä 6, 7 ja 8 raportoidaan vastaavalla tavalla tilikauden menneistä tapahtumista imperfektissä. Kaikkia näitä esittelemiäni esimerkkejä leimaa sama menneisyyteen katsominen ja

tiivis olennaisimpien faktojen esittely. Raportoinnissa keskityttiin pelkästään päästöihin, jätteisiin ja toiminnan ympäristövaikutuksiin kuten raporttien nimeämisen ja otsikoinnin perusteella – ”Ympäristötiedot” tai ”ympäristönsuojelu” – voi myös päätellä. Esimerkissä 6 on pääosassa jätevesien puhdistus ja esimerkissä 8 ravinnepäästöt ilmaan ja veteen. Raportoinnin keskittyessä pelkästään ympäristönsuojeluun oli yritysten toisaalta mahdollisesti helpompi tietää, mitä kaikkea raporttiin kuuluu sisällyttää. Nykyään, kun vastuullisuus sisältää lukuisia osa-alueita, on yritysten hankalampi päättää, mitä kaikkea raporteihin tulisi sisällyttää.

Esimerkki 9: Puhdistetut jätevedet johdetaan jatkossa kunnalliseen puhdistamoon, jolloin typpikuormitus läheiseen järveen loppuu. (Kemira, Vuosikertomus 1994)

Esimerkissä 9 Kemira kertoo merkittävän kuuloisesta parannuksesta hyvin lyhyesti ja hehkuttamatta tai painottamatta sitä sen enempää. Lauseessa todetaan vain, että typpikuormitus läheiseen järveen *loppuu*. Myös merkittävien parannusten raportointi on aiemmin ollut tällä tavalla asiapitoista ja tiivistä.

Esimerkki 11: Finnair vastustaa paikallisia, veroluonteisia ympäristömaksuja. (Finnair, Ympäristöraportti 1997)

Esimerkissä 11 suhtautuminen veroluonteisiin ympäristömaksuihin esitetään hyvin vahvalla verbillä, *vastustaa*. Lauseen jälkeen ei mitenkään perustella kommenttia tarjoamalla esimerkiksi syitä näin vahvaan kannanottoon. Tämä kuvaa hyvin suoraa diskurssia, joka vallitsi aiemmin. Tärkeintä oli vain välittää faktat, eikä esimerkiksi opettaa lukijaa tai vaikuttaa hänen tulkintaansa vastuullisuudesta ja yrityksen ympäristötoiminnasta. Yhtiö ei esimerkissä 11 pyri opettamaan lukijalle, miksi vastustaa ympäristömaksuja. Pedagogisuutta ei siis ollut aiemmassa yhteiskuntavastuuraportoinnissa lähes ollenkaan. Lukijalle oli tarkoitus vain välittää mahdollisimman objektiivisesti tietoa yrityksen ympäristötoiminnasta.

Esimerkki 11 on kuitenkin siinä mielessä ajalle poikkeuksellinen, että se pelkän informaation tarjoamisen sijaan ottaa myös kantaa asioihin, joista selvästi keskustellaan muualla. Esimerkissä 11 onkin näkyvillä selkeästi vastuutekstien interdiskursiivisuus, kun raportissa otetaan kantaa muualla käytäviin, aihepiiriin liittyviin keskusteluihin.

Esimerkki 12: Vaikka lentoliikenne kuluttaa paljon energiaa, lentokoneiden istuinpaikkakohtaista polttoainekulutusta on saatu vähennetyksi puoleen 1970-luvun alun lukemista. (Finnair, Ympäristöraportti 1997)

Esimerkki 13: Ympäristöön tapahtuneiden vuotojen määrä laski 23:sta 16:een, mutta palokunnan sammutustoimia vaatineiden tulipalojen lukumäärä nousi 10:stä 14:ään. Tapahtumilla ei ollut merkittäviä vaikutuksia ympäristöön. (Fortum, Vuosikertomus 2000)

Esimerkeistä 12 ja 13 käy myös ilmi ympäristöraportoinnissa aiemmin vallinnut tiivis, faktapainotteinen ja menneisyyteen katsova diskurssi. Tarkoituksena oli raportoida yrityksen ympäristötoimista ja -tapahtumista kuluneen tilikauden ajalta sen kummemmin ottamatta kantaa ympäristöasioihin ja vastuullisuuteen ilmiönä yhteiskunnassa. Kyseessä oli siis informaation välittäminen tiiviissä muodossa lukijoille. Pedagogisuus raportoinnissa oli 90-luvun puolella lähes olematonta. Aiempi diskurssi ei pyrkinyt vetoamaan lukijan tunteisiin eikä siinä näkynyt kantaa ottavaa tai moralistista diskurssia, joka painottaa yritysten vastuuta ympäristöstä ja yhteiskunnasta. Vastuullisuus ei vielä tähän aikaan ollut samalla tavalla tunteita herättävä keskustelu yhteiskunnassa kuin nykyään. Myöskään termiä *vastuu* ei käytetty missään muodoissa 90-luvun raportoinnissa. Vielä ei ollut alettu systemaattisesti ajatella, että ympäristöstä huolehtiminen kuuluu todella yritysten vastuun piiriin. Termiä *vastuullisuus* ei vielä tunnettu tai ajateltu. Lähinnä ympäristötoimista kerrottiin niin sanotusti ylimääräisenä hyvänä ja ympäristövahingoista raportoitiin totuutta kaunistelematta.

Aiempaa diskurssia nimitän informointidiskurssiksi. Vuosien kuluessa tässä informointidiskurssissa on tapahtunut suuria muutoksia, joista kerron seuraavissa alaluvuissa.

4.1.1. Pedagogisuus ja pyrkimys vaikuttaa lukijan näkemyksiin

Sen sijaan, että yhteiskuntavastuuraportoinnissa pyrittäisiin vain kertomaan, miten vastuullisuuden saralla on konkreettisesti mennyt kuluneella tilikaudella, siinä on selvästi lisääntynyt ja vahvistunut pedagoginen diskurssi. Raportointi on muuttunut kanavaksi, jossa pyritään vaikuttamaan lukijan käsityksiin vastuullisuudesta. Lukijan opettaminen ja omien näkemysten sekä määritelmien antaminen vastuullisuudesta johtuneeseen myös osaltaan yhteiskuntavastuun käsitteen laajuudesta ja monimutkaisuudesta. Vastuullisuus voi tarkoittaa

hyvin erilaisiakin asioita, kuten ympäristönsuojelua, henkilöstöstä huolehtimista tai sidosryhmien kanssa vuoropuhelua. Tästä syystä jokainen yritys tahtoo määritellä itse, mitä vastuullisuus heille tarkoittaa.

Esimerkki 14: Finnair näkee sidosryhmävuoropuhelun yhtenä tärkeimpänä yhteiskuntavastuun elementtinä. (Finnair, Yhteiskuntavastuureportti 2010)

Esimerkki 15: Mitä kestävä kehitys tarkoittaa sinulle? Viime kädessä se tarkoittaa kestäväää toimintaa. Yhtiönä meidän perimmäinen tavoitteemme on elinvoimaisuus ja kestävään arvon luominen osakkeenomistajille. (Finnair, Yhteiskuntavastuureportti 2011)

Esimerkki 16: Kerromme mitä vastuullisuus meille tarkoittaa ja miten se näkyy toiminnoissamme. Millaisia vaikutuksia ruostumattoman teräksen tuottajana meillä on tehtaitamme ja yksikköjämme ympäröivään luontoon, yhteiskunnan taloudelliseen tilaan ja ihmisten hyvinvointiin. (Outokumpu ja ympäristö 2004)

Näissä kolmessa esimerkissä kerrotaan, mitä vastuullisuus merkitsee juuri kyseisille yhtiöille. Esimerkissä 14 nousee heti esille vastuullisuuden määrittelyn subjektiivisuus, kun kirjoitetaan miten *Finnair näkee* yhteiskuntavastuun. Kyse on siis Finnairin omasta näkemyksestä. Myös esimerkissä 15 kysellään Finnairin toimitusjohtajan Mika Vehviläisen omaa määritelmää kestäväälle kehitykselle. Toimitusjohtajan oma määritelmä kestäväälle kehitykselle määrittelee yhtiön näkemystä siihen. Esimerkissä 16 on myös selkeä subjektiivinen yhtiön oma vastuullisuuden määrittely: ”Kerromme mitä vastuullisuus meille tarkoittaa..”. Kaikissa esimerkeissä vastuullisuus siis määritellään yhtiön omalla tavalla. Tällainen puhetapa voidaan tulkita lukijan opettamisena tietämään ja ymmärtämään, mitä vastuullisuus merkitsee tässä tietyssä kontekstissa.

Esimerkki 17: Näkemyksemme mukaan yritysvastuu käsittää ympäristöön liittyvän, taloudellisen ja sosiaalisen vastuun sekä näiden vaikutukset keskeisiin sidosryhmiimme. Näiden kolmen vastuun olisi oltava tasapainossa. (Outokumpu ja ympäristömme 2008)

Esimerkki 18: Eihän maailmassa ole tarkkaa määritelmää ympäristöliiketoiminnalle, joten olemme sopineet, mitä pidämme ympäristötuotteina ja säilytämme kriteerit samoina vuodesta toiseen. (Kemira, Ympäristöraportti 2001)

Esimerkki 19: Fortumille kestävä kehitys merkitsee sitä, että pyrimme toiminnassamme talouden, ympäristön ja yhteiskunnallisten näkökohtien tasapainoon vaikuttamalla myönteisesti niihin yhteisöihin, joissa toimimme. (Fortum, Vuosikertomus 2004)

Esimerkit 17-19 tuovat myös esille, kuinka vastuullisuus määritellään ja opetetaan lukijalle yhtiön omasta perspektiivistä. Ilmaisut kuten ”Näkemyksemme mukaan yritysvastuu käsittää --” ja ”Fortumille kestävä kehitys merkitsee --” ovat erittäin subjektiivista totuutta ilmaisevia. Kaikissa esimerkeissä vastuullisuutta määritellään myös hieman eri tavalla.

Esimerkki 18 on mielenkiintoinen, kun todetaan, että tarkka määritelmä ympäristöliiketoiminnalle puuttuu, joten ”*olemme sopineet mitä pidämme ympäristötuotteina*”. Yritysten yhteiskuntavastuun määritelmien epäselvyys on ajanut yrityksiä luomaan omia määritelmiä sen ympärille. Tässä nousee esille Banerjeen (2007) kysymys, onko järkevää, että yritykset määrittelevät itse yhteiskuntavastuun rajat. Tällöin ne pystyvät nostamaan helpommin esille asioita, joissa toimivat jo valmiiksi vastuullisesti. Yritysten vertailu myös hankaloituu, kun eri yhtiöt nostavat vastuullisuuden piiriin kuuluvaksi erilaisia asioita.

Sen lisäksi, että vastuullisuusraporteissa esitetään lukijoille yhtiön omia määritelmiä ja näkemyksiä siitä, mitä vastuullisuus heille merkitsee, ovat kantaottavat ja vaikuttamaan pyrkivät kommentit yleistyneet. Seuraavat esimerkit valaisevat tätä uutta trendiä.

Esimerkki 20: Ruostumattoman teräksen tuotannon eri prosessivaiheissa syntyy erilaisia materiaalivirtoja, joiden määrittely on hankalaa ja jotka halutaan usein ympäristöhallinnon taholta luokitella jätteeksi. Myös tuotannon raaka-aineena käytettävä kierrätysteräs on haluttu luokitella jätteeksi. Osa materiaalista voidaan kuitenkin hyödyntää erilaisina tuotteina, jolloin jätteen määrä itse asiassa vähenee. (Outokumpu, Ympäristökatsaus 2003)

Esimerkki 21: Finnair on valmis tukemaan ja osallistumaan päästökauppaan, mutta näkee, että lentoliikenteen globaalin luonteen takia lentoyhtiöiden välinen tasapuolisuus toteutuu vain koko maailman kattavassa päästökaupassa. (Finnair, Ympäristöraportti 2007)

Esimerkki 22: Päästökauppa EU:n esittämässä muodossa rankaisee eurooppalaisia yhtiöitä, sillä Euroopasta käsin liikennöivät yhtiöt maksavat kaikkien lentojensa päästöistä, muualta tulevat vain Eurooppaan tai Euroopasta liikennöitävistä lennoista. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2008)

Esimerkissä 20 Outokumpu antaa oman näkemyksensä siitä, miten materiaalivirtoja pitäisi määritellä ympäristöhallinnon taholta. Esimerkissä todetaan ympäristöhallinnon määrittelevän materiaaleja jätteeksi, vaikka Outokumpu on eri mieltä niiden luokittelusta. Tällä tavalla ympäristökatsauksessa otetaan kantaa vallinneeseen luokittelumetodiin sen sijaan, että kerrottaisiin kuluneen tilikauden ympäristötoimenpiteistä. Vastuullisuusraportoinnissa puututaan siis tiedon suoran välittämisen sijaan toimintatapoihin ja esitetään niistä omia näkemyksiä.

Finnair on pyrkinyt ottamaan vastuullisuusraporteissaan paljon kantaa päästökauppaan. Kuten esimerkeistä 21 ja 22 ilmenee, Finnair antaa omia näkemyksiään siitä, miten päästökauppa tulisi järjestää tasapuolisesti. Esimerkissä 21 todetaan Finnairin olevan valmis tukemaan päästökauppa, *mutta näkee* koko maailman kattavan päästökaupan reilumpana. Ympäristöraportissa 2007 esitetään siis Finnairin omia näkemyksiä, miten päästökauppa tulisi järjestää. Myös esimerkissä 22 otetaan päästökauppaan kantaa erittäin vahvalla verbillä *rankaisee*: Finnair siis toteaa, että EU:n esittämässä muodossa päästökauppa *rankaisee* eurooppalaisia yhtiöitä. Näin vahvalla kannanotolla päästökauppaan on varmasti syynsä, ja Finnair pyrkinee vaikuttamaan vastuullisuusraportoinnissaan sidosryhmien näkemyksiin ja tulevaisuuden päätöksiin päästökaupasta. Esimerkkien kaltaiset vahvat ja tunteita herättävät kannanotot poikkeavat paljon alkuaikojen objektiivisesta informointidiskurssista.

Esimerkit 23 ja 24 osoittavat myös, kuinka vastuullisuusraportit ovat yrityksille paikka ottaa kantaa asioihin ja esittää omia näkemyksiään. Esimerkeissä Fortum antaa omia näkemyksiään päästökaupan järjestämisestä. Esimerkissä 23 todetaan suoraan, että päästökaupan yksityiskohtia *pitää kuitenkin vielä hioa*. Tämä pakkoa ilmaiseva rakenne *pitää hioa* ottaa vahvasti ja suorastaan pakottavasti kantaa päästökauppaan. Esimerkissä 24 otetaan myös kantaa ja esitellään omia näkemyksiä: ”Fortumin näkemyksen mukaan --”. Mielenkiintoinen on myös ehdollinen rakenne

”Fortum tukee periaatteessa --”, jonka jälkeen kerrotaan ehdot, millaisten ehtojen toteutuessa yhtiö tukee päästökauppaa.

Esimerkki 23: Fortum tukee markkinapohjaisia toimintamalleja, jotka ovat joustavia, mutta eivät vaaranna ilmastotavoitteita. Monia päästökaupan yksityiskohtia pitää kuitenkin vielä hioa, jotta menettelystä tulee läpinäkyvä ja se soveltuu avoimille energiamarkkinoille. (Fortum, Vuosikertomus 2002)

Esimerkki 24: Fortum tukee periaatteessa päästökaupan kaltaista markkinapohjaista ohjausta. Päästöoikeuksien alkujako on päästökaupan kansallisen toteutuksen avainkysymyksiä. Fortumin näkemyksen mukaan alkujako olisi tärkeää kohdella kaikkia teollisuudenaloja tasapuolisesti. (Vuosikertomus 2004)

Kuten näistä kaikista esimerkeistä havaitsee, aiemmista menneen tilikauden vastuullisuuteen liittyvien tapahtumien raportoinnista on tullut vastuun määrittelyyn ja keskusteluun vaikuttavia tahoja. Aiemmin raporteissa pysyttiin konkreettisissa ympäristötoiminnan faktoissa, ja se mistä raportoitiin, otettiin enemmän ulkopuolelta annettuna. Nykyään yritykset opettavat lukijalle, miten vastuullisuus tulisi ymmärtää. Lisäksi ne ottavat kantaa erilaisiin keskusteluihin, esimerkiksi päästökaupan toteuttamisesta, pyrkien kertomaan omia näkemyksiään päättäjille päätösten tueksi sekä muille sidosryhmille heidän mielikuviinsa vaikuttamiseksi. Vastuullisuusraportointi on siis nykyään enemmän tai vähemmän, riippuen yrityksestä, myös vaikuttamiskanava. Vastuullisuus on muuttunut tietyllä tavalla objektiivisesta raportoinnista hieman subjektiivisemmaksi ja tunteita herättäväksi argumentoinniksi yritysten taholta.

4.1.2 Katse tulevaisuudessa ja tavoitteissa

Toinen merkittävä muutos aiemmassa menneisyyteen ja faktoihin katsovassa vastuullisuusdiskurssissa on aikahorisontin muuttuminen tulevaisuuteen katsovaksi ja sitä pohtivaksi. Aikaisemmin kerrottiin, miten ympäristötoiminta on sujunut menneellä tilikaudella ja vastuullisuusraportoinnin verbit olivat näin ollen lähinnä imperfektissä. Nykyään katsotaan yhä enenevässä määrin menneisyyden sijasta tulevaisuuteen ja kerrotaan, miten vastuullisuutta tullaan

parantamaan ja mitkä ovat tulevaisuuden tavoitteet. Seuraavat esimerkit havainnollistavat tällaista tulevaisuuspuhetta.

Esimerkki 25: Menestyvät organisaatiot katsovat tulevaisuuteen ja panostavat kestäväan kilpailukykyyn. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2010)

Esimerkki 26: Biopolttoaineiden tulevaisuus (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkki 27: Fortumin pitkän aikavälin tavoitteena on olla CO₂- päästötön sähkö- ja lämpöyhtiö. (Fortum, Vuosikertomus 2008)

Esimerkki 28: Kohti päästötöntä energiatulevaisuutta. (Fortum, Kestävän kehityksen raportti 2010)

Esimerkeissä 25-28 katse on tiukasti tulevaisuudessa menneisyyden sijaan. Esimerkissä 26 otsikko *biopolttoaineiden tulevaisuus* luo lupaavia ajatuksia ja mielikuvia tulevaisuuden hienoista mahdollisuuksista. Se myös luo lukijalle mielikuvan biopolttoaineista melko varmana asiana tulevaisuudessa. Esimerkissä 28 samalla tavalla otsikko *kohti päästötöntä energiatulevaisuutta* maalailee tulevaisuuden tavoitetiljoja. Tulevaisuuteen katsovien otsikkojen avulla saadaan luotua mielikuvia yrityksen jatkuvasta kehittymisestä. Kuitenkin esimerkissä 28 kirjoitetaan pelkästään *kohti* eli ei oteta mitenkään kantaa päästöttömyyden saavuttamiseen eikä siihen, onko sitä ylipäättään mahdollista saavuttaa. Joka tapauksessa otsikot onnistuvat luomaan kuvaa, että yritys on matkalla kohti hyviä päämääriä. Toisaalta tulevaisuuden pohtiminen myös osoittaa lukijoille yrityksen ajattelevan vastuullisuutta pitkällä aikavälillä ja tavoitteellisesti.

Tulevaisuuteen keskittyminen vie huomion pois menneisyyden konkreettisista saavutuksista tai vahingoista vastuullisuuden saralla. Näin ollen keskitytään tavoitteisiin ja siihen mihin suuntaan halutaan mennä sen sijaan, että pohdittaisiin, mikä tilanne on nyt. Tällainen tulevaisuuden tavoitetiljojen kuvailu on eräs tarinallistamisen keino, joka toisaalta myös legitimoii yrityksen toimintaa. Luotaessa visioita tulevaisuuden kestävästä ja vastuullisesta toiminnasta yritys ikään kuin oikeuttaa olemassaoloaan. Vaikka yritys ei olisi tavoittanut aiempia tavoitteitaan, on tärkeintä, että ollaan matkalla kohti niitä. Keskeistä ei välttämättä edes ole päästäänkö tavoitteisiin, koska tulevaisuuden tarinat luovat silti lukijalle heti mielikuvia vastuullisuudesta.

Myös esimerkissä 29 etualaistetaan tulevaisuuden tavoitteet. Hyvien asioiden tavoittelu vahvistaa myös tämänhetkistä kuvaa yrityksestä vastuullisena yrityskansalaisena.

Esimerkki 29: Tavanomaisten ympäristöön liittyvien kehitystavoitteiden lisäksi olemme asettaneet itsellemme erityisiä yritysvastuun teemavuoden tavoitteita. (Outokumpu ja ympäristömme 2008)

Esimerkissä kirjoitetaan *kehitystavoitteista*. Tavoitteiden asettamisessa onkin kyse jatkuvan kehittymisen ja parantamisen mielikuvan luomisesta. Raporteissa käytetään jatkuvasti enemmän tilaa tulevaisuuden visioiden kertomiseen sen sijaan, että raportoitaisiin tiiviisti saavutetuista tuloksista - kuten aiemmin tehtiin. Erityisesti vastuullisuusraporttien alkuosissa keskitytään tulevaisuuteen ja itse saavutetut tavoitteet todetaan vasta raportin lopussa. Tämä tapa toisaalta vahvistaa yrityksistä kuvaa tulevaisuuteen katsovina ja itseään kehittävinä, uudistuvina toimijoina. Vahvasta tulevaisuusdiskurssista vastuullisuusraportoinnissa kertoo myös analysoimieni yritysten paljon käyttämä verbi *pyrkii*. Kaikki yhtiöt pyrkivät johonkin tulevaisuudessa vastuullisuudellaan:

Esimerkki 30: Fortum pyrkii jatkuvasti parantamaan kilpailukykyään ilmastoasioissa ja pitämään sähköntuotantonsa kasvihuonekaasupäästöt Euroopan energiateollisuuden alhaisimpien joukossa. (Fortum, Vuosikertomus 2006)

Esimerkki 31: Fortum pyrkii jatkuvasti kehittämään vesivoiman tuotantoa sekä lisäämään biopolttoaineiden ja jätteiden hyötykäyttöä aina, kun se on teknisesti ja taloudellisesti mahdollista. (Fortum, Vuosikertomus 2006)

Esimerkki 32: Kemira pyrkii globaalisti lisäämään sähkössä omavaraisuuttaan nykyisestä 25 prosentista. (Kemira, Ympäristöraportti 2009)

Esimerkeissä 30-32 korostetaan kuinka *Fortum pyrkii* tai *Kemira pyrkii* johonkin. *Pyrkii*-verbi on mielenkiintoinen, koska se osoittaa vain toiminnan aikomusta ja pyrkimyksiä tulevaisuudessa, eikä anna varmaa kuvaa siitä, että pyrkimykset todella saavutettaisiin. *Pyrkii*-verbi on siis myös yksi tapa kertoa tulevaisuuden tavoitteista. Tärkeämpää kuin pyrkimysten saavuttaminen, on luoda lukijalle vahvoja mielikuvia tärkeistä pyrkimyksistä. Pälli ja Turunen (2011, 297) ovat huomanneet saman ilmiön ja toteavat vastuullisuutta voivan osoittaa se, että yritys ilmaisee tekstissä pyrkimyksiä tai aikeita vastuun kantamiseen. Heidän mukaan tällaiset intention

ilmaukset voivat toisaalta olla merkkejä vastuun pohtimisesta yrityksessä, mutta vaarana on vastuullisuuden määrittäminen vain hyvien aikeiden tasolle.

Tulevaisuuspuheeseen kuuluu myös pitkän aikavälin tavoitteiden asettaminen, mitä kuvastavat seuraavat esimerkit:

Esimerkki 33: Pitkän aikavälin tavoitteemme on olla johtava kestävän kehityksen energiayhtiö Pohjoismaissa. (Fortum, Vuosikertomus 2004)

Esimerkki 34: Fortumin kestävän kehityksen päämäärät vuoteen 2020 (Fortum, Vuosikertomus 2008)

Esimerkissä 33 kirjoitetaan pitkän aikavälin tulevaisuuden tavoitteesta. Termiä *kestävän kehityksen energiayhtiö* ei sen kummemmin avata konkreettisella tasolla. Tarkemmin mietittyinä termi on erittäin ympäröivä ja epäselvä, mutta pelkästään termin käyttäminen luo kuvaa, että yhtiö miettii kestävästä kehityksestä. Esimerkissä 34 nostetaan esille myös erittäin pitkän aikavälin tavoitteita ja käytetään termiä kestävä kehitys hyväksi mielikuvien luonnissa. Esimerkkien havainnollistavalla tavalla raportoinnissa on siis oleellista tulevaisuuden suunnittelu ja hienot aikomukset.

Tutkimani yritykset pohtivat vastuullisuusraporteissaan tulevaisuutta myös laajemmin kuin vain omien tavoitteidensa kannalta. Tässä on kyse siitä yhteiskuntavastuun käsitteen avaamasta perspektiivistä, että yritys on vastuussa omalla tavallaan myös koko yhteiskunnasta. Esimerkit 33 ja 34 valaisevat tätä tulevaisuuden laajempaa pohdiskelua.

Esimerkki 33: Maapallo tulevaisuudelle: Maailma ei ole vain nykyhetken ihmiskuntaa ja ekoympäristöä varten. Ihmisen velvollisuus on turvata elämän edellytykset ja monimuotoisuus myös tuleville sukupolville. (Outokumpu ja ympäristö 2007)

Esimerkki 34: Vesi on olennainen raaka-aine teollisuudelle ja välttämätön luonnonvara meille kaikille. Tulevaisuudessa vesi on myös yhä vahvemmin strateginen raaka-aine, jonka riittävyys ja kustannukset aiheuttavat suuria haasteita teollisuudelle. Kemiran visiona on olla johtava vesikemian yhtiö. (Kemira, Ympäristöraportti 2009)

Esimerkissä 33 on selvästi taustalla kestävän kehityksen määritelmä, jonka mukaan tehtävänä on turvata myös tulevaisuuden sukupolville hyvä elinympäristö. Kestävän kehityksen määritelmä onkin tuonut raportointiin tulevaisuuteen katsovan perspektiivin. Määritelmä itsessään sisältää tulevaisuuteen katsovan perspektiivin, joten sitä käyttävät yritykset joutuvat näin ollen katsomaan vastuullisuutta tulevaisuuden näkökulmasta. Uudet määritelmät voivat avata siis vastuullisuuteen kokonaan uusia näkökantoja.

Molemmat esimerkit ottavat vastuullisuuden tulevaisuuden pohtimiseen laajemman näkökulman kuin vain yritysten omat tavoitteet. Näissä kahdessa esimerkissä näkyikin tulevaisuuteen keskittymisen lisäksi seuraavassa kappaleessa selittämäni pohdiskeleva diskurssi.

Kuten esimerkeistä käy ilmi, tarkastelemieni yritysten raportoinnissa tulevaisuuden pohtiminen ja tavoitteiden esittely on yksi selvästi esillä oleva teema. Raportointi vastuullisista tavoitteista ja kestävästä tulevaisuudesta luo lukijalle mielikuvia yrityksestä hyvänä yrityskansalaisena huolimatta esimerkiksi sen vastuullisuuden todellisesta nykytilasta. Esimerkiksi Pälli ja Turunen (2011) ovat huomanneet tulevaisuuspuheen olevan yksi yhteiskuntavastuuraporttien ominaispiirre. Vastuullisuuteen liittyvät tekstit sisältävät paljon puhetta siitä, miten yritys tulee parantamaan toimintaansa.

Toisaalta myös muissa yritysten tuottamissa teksteissä, kuten vuosikertomuksissa, on nykyään paljon puhetta tulevaisuuden toimista ja tavoitteista. Esimerkiksi sijoittajaviestinnässä yritysten on pakollista antaa tietoa tulevaisuudestaan. (Pälli ja Turunen 2011, 297.) Tulevaisuuspuheen lisääntyminen on kuitenkin selkeä tekijä, joka erottaa yhteiskuntavastuuraportoinnin alkuaikojä nykyisestä raportoinnista. Tulevaisuuden pohtiminen toisaalta myös vahvistaa pitkäjänteistä ja tavoitteellista kuvaa yrityksistä vastuullisuuden saralla. Se ei kuitenkaan kerro mitään tämänhetkisestä vastuunkannosta.

4.1.3 Filosofisuus ja pohdiskelu

Kolmas muutos tiiviissä ja menneisyyteen katsovassa diskurssissa on raporteihin ajan kuluessa ilmestynyt vastuullisuuden pohdiskelu ja jopa eräänlainen filosofisuus. Vastuullisuusraporteista on tullut paikka pohtia vastuullisuuden merkitystä ja tärkeyttä yhteiskunnassa sen sijaan, että kerrottaisiin mitä on todella tehty asioiden edistämiseksi. Tietyllä filosofisuudella ja pohdiskelulla

pyritään näyttämään sitoutuneisuus yhteiskuntavastuuseen. Pohdiskelu ei kuitenkaan kerro mitään lukijalle yrityksen todellisesta vaikutuksesta ympäristöön.

Esimerkki 35: Yritys on osa yhteiskuntaa. Se on vastuussa toiminnastaan niin sisäisille kuin ulkoisillekin sidosryhmille. Yrityksen tulee toimia avoimesti ja rakentaa toimintaansa ympäristöönsä ja ympäröivää yhteiskuntaa kunnioittaen. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2008)

Esimerkissä 35 keskitytään pohtimaan yritysten vastuuta ja asemaa yhteiskunnassa. Finnair muodostaa omia määritelmiä ja sääntöjä, miten yrityksen *tulee toimia*, jotta sen voitaisiin ajatella olevan vastuullinen. Kantaa ei kuitenkaan oteta konkreettisesti siihen, toimiiko yritys itse tällä tavalla. Kuitenkin lukijalle syntyy helposti mielikuva, että yritys toimii näiden pohdintojensa määrittämällä tavalla. Pohdiskelevat osuudet raporteissa ovat melko laajasta näkökulmasta asioita tarkastelevia ja näin ollen hieman epämääräisiä. Yritysten vastuuraporttien teksteissä onkin paljon merkkejä tämänkaltaisista sisällöttömistä lauseista, itsestäänselvyyksistä ja saman asian toistelusta moneen kertaan (Pälli ja Turunen 2011, 284).

Esimerkin 35 osoittamalla tavalla pyritään luomaan mielikuvia lukijoille pohtimalla miten tulisi toimia, sen sijaan, että kerrottaisiin miten on todellisuudessa toimittu. Toisaalta vastuullisuuden laaja pohtiminen kertoo myös sen epäselvyydestä ja ristiriitaisuudesta. Yritykset joutuvat pohtimaan itsekin, mitä yhteiskuntavastuu todella tarkoittaa ja kirjaavat näitä pohdintojaan nähtäväksi.

Esimerkki 36: Yksikään esimies ei mielellään kerro alaiselleen, että tämän työt loppuvat. Irtisanominen on aina kipeä ja vaikea prosessi, jonka voi tehdä oikein tai väärin. Se, miten kohtelemme ihmisiä tällaisessa tilanteessa, kertoo paljon siitä, miten kannamme vastuamme. Se myös määrittää jatkossa kykymme pitää ihmiset meillä töissä ja houkuttaa yhtiöön parhaita osaajia. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkki 36 ei myöskään kerro mitään yrityksen todellisista vastuullisuustoimista kuluneella raportointikaudella. Sen sijaan siinä pohditaan, miten irtisanomisten tapauksessa tulisi kohdella ihmisiä. Se, että irtisanomista luonnehditaan kipeäksi ja vaikeaksi prosessiksi tekee yrityksestä inhimillisemmän ja puolustelee irtisanomisia luoden niistä kuvaa pakollisena toimenpiteenä. Irtisanomisten kipeyden pohtiminen onnistuu luomaan mielikuvaa vastuullisesta yrityksestä, vaikka se ei todellisuudessa kerro paljoakaan toiminnasta. Pelkkä pohdiskelu ihmisten

kohtelemisesta luo kuvan, että yrityksen sisällä on mietitty tämänkaltaisia asioita. Filosofisuus ja pohdiskelu ovat eräänlainen moraalistamisen tapa, kuten Hirsto (2010) nimittää eettisiin näkökantoihin keskittyvää diskurssia. Pohtimalla irtisanomisen ikävyyttä ja hankaluutta esimiehelle yritys voi pyrkiä antamaan näyttöä sen korkeasta moraalista.

Seuraavat esimerkit kuvastavat sitä, miten pitkiäkin tekstinpätkiä käytetään vastuullisuuden pohtimiseen faktojen välittämisen sijasta:

Esimerkki 37: Energia on nyky-yhteiskunnalle ja sen kehittämiseksi välttämätön perushyödyke. Maailmanlaajuiset megatrendit, kuten globalisaatio, väestönkasvu, luonnonvarojen niukkuus, ilmastonmuutos, ympäristöongelmat, teknologian kehitys ja kuluttajien tarpeet muuttavat energiajärjestelmää ja johtavat kestävien energiaratkaisujen kysynnän lisääntymiseen. (Fortum, Kestävän kehityksen raportti 2010)

Esimerkki 38: Huolenpito ympäristöstä ja ihmisistä kuuluu outokumpulaisiin perusarvoihin ja kestävän kehityksen periaatteen mukaiseen vastuulliseen metallien tuotantoon. (Outokumpu, Vuosikertomus 2000)

Esimerkissä 37 Fortum pohtii erittäin laajasta näkökulmasta energian merkitystä tulevaisuuden yhteiskunnassa. Esimerkissä 38 pohditaan outokumpulaisia perusarvoja loppujen lopuksi melko sisällöttömässä lauseessa. *Outokumpulaisista arvoista* puhuminen inhimillistää yritystä ja luo kuvaa, että yrityksen sisällä keskitytään järjestelmällisesti miettimään vastuuta.

Esimerkeissä 39 ja 40 myös lähinnä keskitytään pohtimaan vastuuta konkreettisen toiminnan raportoinnin sijasta. Lauseet kuten ”*kuunteleminen on aina erittäin tärkeätä, mutta se ei riitä*” ovat merkkejä Pällin ja Turusen (2011, 284) esille nostamasta sisällöttömyydestä raporteissa – paljon puhetta, vähän asiaa. Esimerkissä 40 pohditaan mihin toiminnan tulee perustua, eikä anneta näyttöä siitä, mihin toiminta todella perustuu.

Esimerkki 39: Vuoden 2006 raporttimme punaisena lankana oli henkilöstön, asiakkaiden ja muiden keskeisten sidosryhmien kuunteleminen. Kuunteleminen on aina erittäin tärkeätä, mutta se ei riitä. On mentävä eteenpäin, siirryttävä konkreettisiin tekoihin. (Outokumpu ja ympäristö 2007)

Esimerkki 40: Toimintamme tulee perustua keskinäiseen luottamukseen ja arvostukseen. Yhdessä ja yksilöinä luomme edellytykset työssä menestymiseen sekä kannustavaan ja kehittyvään työyhteisöön. Katse eteenpäin ja nokka nousuun! (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2010)

Esimerkeissä on kirjoitettu motivoivalla tavalla vastuusta, kuten todettu, että *yhdessä ja yksilöinä luomme edellytykset työssä menestymiseen*. Tällaisen motivoivan tyylin, liittyen kannustavaan ja kehittyvään työyhteisöön, voidaan ajatella olevan kohdistettu yrityksen omille työntekijöille, jotka ovatkin tärkeä sidosryhmä yrityksille. Kyse on kuitenkin enemmän filosofoinnista ja pohdiskelusta kuin yritysten vastuukäytäntöjen raportoinnista.

Vastuullisuuden pohtiminen esimerkkien havainnollistamalla tavalla on siis osa tietynlaista moraalistamisen diskurssia. Tahdotaan luoda lukijalle kuva, että vastuullisuutta mietitään yrityksen sisällä ja yrityksellä on korkea moraalit ja arvot. Tietysti raporteissa on myös edelleen todellisia faktoja, mutta aiemmasta raportoinnista poiketen niihin on tullut lisäksi vastuun pohtimiseen keskittyviä osioita. Hienon kuuloiset tekstipätkät saattavat toisaalta myös pyrkiä motivoimaan tiettyjä sidosryhmiä – kuten osakkeenomistajia – uskomaan vastuullisuuden kannattavuuteen ja näin ollen legitimoimaan yhteiskuntavastuuta yritykselle kannattavana toimintona. Aiemmassa tiiviissä vastuullisuusraportoinnissa ei kuitenkaan ole merkkejä nykyisen kaltaisesta pohdiskelusta laisinkaan.

4.2. Vastuullisuus määritelmien viidakkona – ympäristönsuojelusta yrityskansalaisuuteen

Yhteiskuntavastuuraporttien diskurssin muutoksen ymmärtämiseen liittyy kiinteästi ymmärryksen teeman ympärillä jatkuvasti muuttuneista ja kehittyneistä käsitteistä. Se, mitä käsitteitä on valittu milloinkin käytettäviksi, kertoo paljon siitä, miten yrityksessä ja yhteiskunnassa on ymmärretty milloinkin vastuullisuus.

Uusien käsitteiden luominen on toisaalta myös merkki siitä, että vanhat käsitteet eivät ole enää riittäneet selittämään kyseistä ilmiötä. Esimerkiksi Alasuutari (1996, 382) kirjoittaa uusien teorioiden toimivan tietynlaisena yhteiskunnallisena mallina, joka erottelee ja luo uusia määritelmiä. Teorioiden kehittämisen myötä siis syntyy täysin uusia käsitteitä. Ennen näiden

käsitteiden lanseeraamista ei kyseistä ilmiötä edes ole pystytty ymmärtämään uuden käsitteen mahdollistamalla tavalla. Käsitteet tekevät ilmiötä olemassa olevaksi ja näkyväksi meille. Tämä pätee myös vastuullisuuden käsitteisiin. Uusien käsitteiden kehittymisen myötä näkökulmamme vastuullisuuteen on muuttunut. Tästä syystä käsitteiden muutoksen tutkiminen on keskeistä.

Monet tutkijat (esim. Beltratti 2010, Panapanaan 2005, Banerjee 2007, Christofi 2012, Berns et. al 2009) korostavat yhteiskuntavastuun epäselvää määritelmää. Tämä kertoo toisaalta siitä, että käsitteenä se on vielä vakiintumaton ja muutoksenalainen. Muuttuvasta käsitteestä on vaikea luoda selkeää määritelmää.. Se, ettei yhteiskuntavastuulle ole edes olemassa yleisesti hyväksyttyä määritelmää (Panapanaan 2005,135) vaikeuttaa huomattavasti vastuun tutkimista yritysten toiminnassa ja raportoinnissa.

Seuraavaksi analysoin, miten vastuullisuuden määrittely näyttää muuttuneen viimeisten 17 vuoden aikana. Tutkin, mitä on aiemmin katsottu kuuluvan vastuullisuuteen ja miten se toisaalta määritellään nykyään. Aloitan tutkimalla vastuullisuuden, tai tarkemmin ottaen ympäristönsuojelun, hahmottumista 90-luvun puolella.

Esimerkki 41: Kemira Oyj saavutti ykköspalkinnon hyvästä ympäristönsuojelun vuosiraportoinnista Suomessa. (Kemira, Vuosikertomus 1998)

Esimerkki 42: Ympäristönsuojelun taso Base Metalsin tuotantolaitoksilla on hyvä. (Outokumpu, Vuosikertomus 1995)

Esimerkki 43: Harjavallan sulatto- ja tehdasinvestointien yhteydessä on kiinnitetty erityistä huomiota ympäristökysymyksiin. (Outokumpu, Vuosikertomus 1995)

Esimerkki 44: Konsernin ympäristö-, terveys- ja turvallisuusasioissa keskityttiin tulevien vuosien painopisteiksi määriteltyihin alueisiin. (Neste, Vuosikertomus 1996)

Esimerkit 41-44 kertovat, mikä oli keskeisintä raportoinnissa 90-luvulla: ympäristö. Kaikki neljä yritystä kirjoittavat lähinnä käsitteen *ympäristö* kautta vastuullisuudestaan. Yhteiskuntavastuun käsite ei ollut näihin aikoihin vielä vakiinnuttanut asemaansa, joten vastuun kolmijakoisuutta ei tunnettu tai ajateltu. Esimerkeissä 41 ja 42 näkyy paljon käytetty termi *ympäristönsuojelu*. Keskeistä oli siis ympäristön suojele yrityksen erilaisilta päästöiltä ja jätteiltä. Esimerkissä 43 on käytetty termiä *ympäristökysymys*. Termit olivat tällä tavalla hieman ympäripyöreitä, eikä niitä myöskään avattu sen tarkemmin. Esimerkin 44 mukaisesti Fortum/Neste on rinnastanut jo 1990-

luvulla ympäristöasiat terveys- ja turvallisuusasioihin. Tämä enteileekin sosiaalisen vastuun mukaan astumista yhteiskuntavastuun kenttään. Kuitenkin, kuten kaikki esimerkit havainnollistavat, ympäristönsuojelu oli raportoinnin keskeisin näkökulma.

Termiä *vastuu* ei käytetty missään muodossa 90-luvun puolella. Termi sisältää jo itsessään ajatuksen yrityksen tilivelvollisuudesta ja vastuullisuudesta toimiansa vaikutukseen. Tämä ei ollut näkökulma vastuullisuuteen vielä 90-luvulla, vaan puhuttiin ympäristönsuojelusta. 2000-luvulla *vastuu* alkoi terminä yleistyä kovaa vauhtia raportoinnissa. Esimerkiksi vielä vuonna 1999 Finnairin vuosikertomuksessa oli mainittu *vastuu*-termi jossain muodossaan vain kaksi kertaa. Vuonna 2007 samainen termi oli mainittu kuitenkin jo yli 20 kertaa. Tämä havainnollistaa hyvin sen vakiintumista hiljalleen erittäin keskeiseksi yritysmaailmassa. *Vastuu*-termi eri muodoissaan edellyttää nykyään uudella tavalla vastuullisuuden olevan yksi liiketoimintoihin kuuluva osa-alue. Esimerkki 45 havainnollistaa kohti 2000-lukua tultaessa tapahtunutta muutosta – alettiin käyttää enemmän termiä *vastuullisuus*. Näkökulma näyttääkin tällöin vaihtuneen, mikä viittaa siihen, että ympäristönsuojelu alettiin nähdä enemmän yrityksen vastuuseen kuuluvana ja jopa pakollisena asiana, eikä se enää ollut ylimääräistä hyvää toimintaa. Kuitenkin pääosassa oli vielä tällöin nimenomaan ympäristövastuullisuus eikä esimerkiksi sosiaalinen vastuu.

Esimerkki 45: Outokummun ympäristövastuullisuuden perustana ovat osaava henkilöstö sekä tuotantotoiminnassa käytettävät, osin itse kehitetyt teknologiat. (Outokumpu, Vuosikertomus 1998)

Vastun käsitteen laajenemiseen liittyy joka tapauksessa se, että ympäristönsuojelun rinnalle alettiin 1990-luvun lopulta alkaen tuoda muita teemoja. 2000-luvun alussa erityisesti kestävä kehityksen määritelmä näyttää vallanneen tilaa yritysten raportoinnissa. Sitä tunnutaan käytettävän Banerjeen (2007, 64-65) havaintojen mukaisesti hyvin monenlaisissa konteksteissa ja epäselvyytensä takia kestäväälle kehitykselle voidaan antaa useita erilaisia määritelmiä. Myös yrityksen arvoista ja yhteiskunnasta kokonaisuutena on alettu puhua huomattavasti enemmän 2000-luvun alussa. Seuraavat esimerkit havainnollistavat näitä kehityskulkuja.

Esimerkki 46: Huolenpito ympäristöstä ja ihmisistä kuuluu outokumpulaisiin perusarvoihin ja kestävä kehityksen periaatteen mukaiseen vastuulliseen metallien tuotantoon. Tavoitteena on saavuttaa jatkuvasti parempia tuloksia niin liiketoiminnassa kuin ympäristönsuojelussa ja yhteiskunnan jäsenenä. (Outokumpu, Vuosikertomus 2000)

Esimerkissä 46 nostetaan esille outokumpulaiset perusarvot. Tällä tavalla arvoihin vetoamalla tuodaan vastuullisuus tietynlaiseen järjestelmälliseen viitekehykseen ja luodaan lukijalle mielikuvaa yritystä ohjaavista vastuullisista arvoista. Outokumpu kirjoittaa *kestävän kehityksen periaatteen* mukaisesta *vastuullisesta* metallien tuotannosta. Kestävän kehityksen käsitettä käytetään hieman epämääräisesti kuvattaessa metallien tuotantoa. Tarkoituksena tuntuu olevan lähinnä vastuullisuutta kuvaavien termien runsas viljely. Esimerkissä painotetaan myös yrityksen asemaa yhteiskunnan jäsenenä. Tällainen yrityksen hahmottaminen yhteiskunnan jäsenenä tuntuu yleistyneen tultaessa 2000-luvulle. Yrityksen hahmottaminen yhteiskunnan jäsenenä on varmasti vaikuttanut termin yhteiskuntavastuu ilmestymiseen.

Esimerkki 47: Henkilöstön hyvinvointi kestävän kehityksen pohja (Finnair, Vuosikertomus 1999)

Esimerkki 48: Finnairin palveluilmettä raikastettiin virkapuku-uudistuksella: 3000 työntekijän virkapuvut vaihdettiin uusiin kestävän kehityksen hengessä. (Finnair, Ympäristötiedot 2002)

Esimerkki 49: Kestävä kasvu on kannattavaa. (Finnair, Vuosikertomus 2004)

Esimerkki 50: Yhteiskuntavastuu on vastuuta yritystoiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja yrityksen sidosryhmiin. (Finnair, Vuosikertomus 2003)

Esimerkissä 47 käytetään myös kestävän kehityksen käsitettä hieman yllättävässä kontekstissa. Näyttää enemmän siltä, että käsitettä on haluttu käyttää lähinnä mielikuvien luomisen tueksi.

Myös esimerkissä 48 kestävän kehityksen käsite otetaan esille yllättävässä yhteydessä ja epämääräisesti. Herää kysymys, mitä tarkoittaa virkapukujen uudistus kestävän kehityksen hengessä. Esimerkissä 49 kirjoitetaan taas kestävästä kasvusta. Kestävä kasvu kuulostaa ulospäin vastuullisemmalta kuin pelkkä kasvu. Tässä on kyse ekonomistisen ja vastuullisuuden diskurssin sekoittumisesta keskenään.

Esimerkissä 50 käytetään käsitettä yhteiskuntavastuu, joka tuntuukin vakiinnuttaneen paikkansa vahvasti vastuullisuudesta kirjoitettaessa. Finnair määrittelee yhteiskuntavastuun olevan vastuuta yritystoiminnan vaikutuksista yhteiskuntaan ja sidosryhmiin. Näkökulma on siis laaja ja myös sidosryhmät huomioidaan yhteiskuntavastuun käsitteessä.

Esimerkissä 51 Kemira toteaa keskustelun siirtyneen ympäristöstä laajemmaksi. Raportissa nostetaan myös esille termi sosiaalinen vastuu ja yrityksen arvot kuten esimerkissä 9. Terminä *sosiaalinen vastuu* ja *yhteiskuntavastuu* näyttävät yleistyneen selvästi 2000-luvun alussa. Yhteiskuntavastuun käsite korostaa uutta näkökulmaa, johon liittyy yrityksen vastuu koko yhteiskunnasta. Käsitteenä se on huomattavasti laajempi kuin ympäristönsuojelu tai ympäristövastuu.

Esimerkki 51: Keskustelu, joka lähti ympäristöpuolelta liikkeelle, on laajentumassa yrityksen yhteiskuntavastuun ja sosiaalisen vastuun suuntaan. Se nostaa yrityksen arvot entistä vahvemmin valokeilaan. (Kemira, Ympäristöraportti 2001)

Esimerkki 52: Meidän näkemyksemme mukaan vastuullinen yritystoiminta eli yritysvastuu käsittää taloudellisen, ympäristöön liittyvän ja sosiaalisen vastuun sekä näiden vaikutukset keskeisiin sidosryhmiimme. (Outokumpu ja ympäristö 2007)

Kuten esimerkistä 52 huomaa, vastuun kolmijakoisuus on vahvistunut ajan kuluessa ja ympäristönsuojelun rinnalle on noussut myös sosiaalinen ja taloudellinen vastuu. Kattokäsitteeksi näyttääkin muodostuneen 2000-luvun puoleenväliin tultaessa ensin kestävä kehitys ja myöhemmin yhteiskuntavastuu, jossa huomioidaan vastuun kolme osa-aluetta. Tähän on suurelta osin vaikuttanut kansainvälisen Global Reporting Initiativen (GRI:n) yleistyminen myös suomalaisessa vastuullisuusraportoinnissa. GRI:n suosituksissa vastuu on jaettu juuri tällä tavalla kolmeen osa-alueeseen. Vastuun käsitteen laajentumisesta kertoo myös lisääntynyt vetoaminen yhteiskuntaan kokonaisuutena, kuten termistä *yhteiskuntavastuu* voi päätellä.

Yhteiskuntavastuun kolmen ulottuvuuden toistelu viestinnässä on vakiinnuttanut ajattelutavan yhdeksi vastuullisuuden määritelmäksi. Tätä vastuun kolmiulotteisuutta ei enää oikeastaan kyseenalaisteta ollenkaan, vaan ajatellaan vastuun muodostuvan juuri näistä kokonaisuuksista. Toisaalta voisihan vastuun määritellä yhtä hyvin jollain muullakin tavalla kuin näiden kolmen nimenomaisen ulottuvuuden avulla. Yhteiskuntavastuun käsitteeseen on myös luonnollistettu taloudellinen vastuu yhdeksi ympäristöllisen ja sosiaalisen vastuun rinnalle. (Pälli ja Turunen 2011)

Nykypäivänä yhteiskunnallisen vastuun raportointi näyttää sisältävän ympäristöasioiden ohella sosiaalisen vastuun piiriin kuuluvia asioita, kuten esimerkiksi terveyteen, turvallisuuteen, henkilöstön hyvinvointiin, asiakaspalveluun, sidosryhmäyhteistyöhön ja globaalin toiminnan

periaatteisiin kuten alihankkijoihin liittyviä tekijöitä. Monet näistä sosiaaliseen vastuuseen luettavista toimista kuitenkin kuuluvat jo muutenkin valmiiksi yritysten ydinliiketoimintaan. Pälli ja Turunen (2011, 295) korostavat, että vastuullisuuden hankalimmin hahmotettava ulottuvuus onkin sosiaalinen vastuu. Seuraavat esimerkit havainnollistavat sosiaalisen vastuun käsitteen laajenemista koskemaan yritystoimintaan jo muutenkin kuuluvia tekijöitä.

Esimerkki 53: Säännöllisen ja toimivan lentoliikenteen taloudellinen merkitys Suomen kaltaiselle syrjäiselle maalle on huomattava. Finnair-konserni on myös merkittävä työllistäjä ja veronmaksaja. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2010)

Esimerkki 54: Työntekijöistä huolehtiminen on Fortumille ensiarvoisen tärkeää. (Fortum, Kestävän kehityksen raportti 2010)

Esimerkki 55: Yksi asiakaslupauksistamme on kuljettaa matkustaja aikataulussa määränpäähän. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2009)

Esimerkissä 53 vastuullisuudeksi luetaan työpaikkojen tarjoaminen ja verojen maksaminen. Lisäksi korostetaan jo itsessään lentoliikenteen keskeistä merkitystä Suomen kaltaiselle syrjäiselle maalle. Ikään kuin itse lentoliikenne olisi jo automaattisesti vastuullista sen keskeisen merkityksen takia. Esimerkissä 54 vastuullisuuteen lasketaan kuuluvaksi työntekijöiden hyvinvointi ja esimerkiksi 55 asiakkaiden odotusten täyttäminen. Kuitenkin asiakkaan kuljettaminen aikataulussa määränpäähän on jo valmiiksi Finnairin liiketoiminnan kannalta oleellinen tekijä.

Kuten näistä esimerkeistä käy ilmi, vastuullisuusraportteihin on alettu nostaa ajan myötä paljon asioita, joita yritykset huomioivat ydinliiketoiminnassaan joka tapauksessa. Tässä voidaan nähdä olevan kyse Banerjeen (2007, 66) esille nostamasta ilmiöstä, että yhteiskuntavastuun käsitteet ovat muuttuneet entistä enemmän yritysten päämääriin sopiviksi eli ne ovat kapitalisoituneet. Esimerkkien havainnollistavaa vastuullisuutta on helppo tavoitella, koska se tapahtuu itsestään liiketoiminnan strategisia tavoitteita toteutettaessa. Myös itse liiketoiminta tällä tavalla määritellään keskeiseksi yhteiskunnan toimivuuden kannalta.

Toisaalta on myös tietystä määrin järkevää pyrkiä integroimaan vastuullisuus ja itse liiketoiminta keskenään. Jos vastuullisuuden tavoittelu on todella osa liiketoimintaa, muodostuu siitä merkityksellisempää ja kokonaisvaltaisempaa yritysten kannalta. Näin ollen saadaan luotua

mahdollisesti tavoitteellisempaa vastuullisuutta. Kuitenkaan vastuullisuus ei voi olla pelkästään ydinliiketoiminnan tavoitteiden saavuttamista.

Aiemmin pelkästään ympäristönsuojelun ollessa raporttien keskiössä oli liiketoiminnan menestyksen ja vastuullisuuden välillä selkeämpi ristiriita. Vastuullisuuden saavuttaminen oli työlästä, koska esimerkiksi päästöjen vähentäminen ei ole valmiiksi yritysten liiketoimintaa. Toki edelleen myös ympäristönsuojelu on keskeistä yritys vastuussa ja vaatii investointeja, mutta määritelmän laajentumisen myötä on helpompi ajatella, ettei vastuullisuuden ja taloudellisen näkökulman välillä ole niin suurta ristiriitaa. Käsitteen laajeneminen siis osaltaan tukee win-win-argumenttia - sekä yritys että yhteiskunta voivat hyötyä samaan aikaan. Myös Rytkölä (2008) toteaa yhteiskuntavastuun määritelmille olevan tyypillistä nostaa vastuun kohteina esiin yrityksen toimintaan muutenkin kuuluvia asioita.

Toisaalta vastuullisuus on myös hyvä ymmärtää laajasta näkökulmasta, koska tällöin sen voidaan ajatella olevan yritysten arvomaailmaan kuuluva, kaikkialle ulottuva tapa toimia ja ajatella. Joka tapauksessa, kuten aiemmin totesin, käsitteen laajuus näyttää saavan jopa yritysjohtajat itsekkin epävarmoiksi yhteiskuntavastuun johtamisesta yrityksissä (Berns et al. 2009, 24; Christofi et al. 2012). Lisäksi yritys vastuun valvominen ja läpinäkyväksi tekeminen todellisuudessa on sitä hankalampaa, mitä laajempi ja moniulotteisempi käsite on.

Yhteiskuntavastuun käsitteestä on siirrytty viime aikoina vielä pidemmälle ja sen rinnalle on noussut yrityskansalaisuuden käsite. Yrityskansalaisuus kuvaa yrityksen asemaa ja vastuuta yhteiskunnasta erittäin laajasta näkökulmasta. Jo käsite itsessään kuvaa yritystä osana yhteiskuntaa. Esimerkeissä 56 ja 57 yritykset käyttävät yrityskansalaisuuden käsitettä hyödykseen raportoinnissa.

Esimerkki 56: Hyvän yrityskansalaisuuden merkitys sisältyy Fortumin toiminnan tarkoitukseen: Energiamme edesauttaa nykyisten ja tulevien sukupolvien elämää. (Fortum, Vuosikertomus 2006)

Esimerkki 57: Outokumpu osallistuu hyvänä yrityskansalaisena yhteisöjensä elämään erityisesti tuottamalla liiketoiminnallaan taloudellista lisäarvoa. (Outokumpu ja ympäristö 2005)

Esimerkissä 56 Fortum pyrkii aiemmin mainitsemaani tuotteiden ja palveluiden yhteiskuntavastuullistamiseen. Vastuullisuus – tai tässä tapauksessa hyvä yrityskansalaisuus – sisältyy jo valmiiksi Fortumin toiminnan tarkoitukseen. Hyvän yrityskansalaisuuden

määritelmään kuuluu myös yhteisöjen elämään osallistuminen aktiivisesti, kuten esimerkki 57 havainnollistaa. Toisaalta se mitä *yhteisöt* tarkoittavat tässä yhteydessä jää hieman epäselväksi. Yrityskansalaisuuden käsite luo mielikuvaa, että yritys on yksi kansalainen muiden joukossa ja sen tulee yhtä lailla kantaa vastuu teoistaan.

Esimerkki 58: Kemia ympäristöongelmien ratkaisijana: Kemikaalit mielletään usein ympäristöongelmaksi, mutta itse asiassa ne ovat välttämätön osa ympäristöongelmien ratkaisua. (Kemira, Ympäristöraportti 2008)

Esimerkissä 58 kemikaalien tuottaminen esitetään jo itsessään vastuullisena, koska ne ovat osa ympäristöongelmien ratkaisua. Vastuullisen yrityksen määritelmä voidaan siis ymmärtää nykyisen raportoinnin perusteella erittäin laajasti. Yritykset pyrkivät näyttämään tällä tavalla jopa ydinliiketoimintaansa vastuullisena ja kriittisenä osana yhteiskuntaa. Myös Pälli ja Turunen (2011, 287) ovat huomanneet vastuusta raportoivien tekstien määrittelevän vastuullisuuden siten, että organisaation toimet asettuvat määritelmän piiriin.

Yritysten toiminnan oikeutuksen voidaankin ajatella olevan yksi vastuuviestinnän keskeinen päämäärä. Maine vastuullisena yrityksenä yritetään ansaita jo pelkästään toimimalla tietyllä alalla (Pälli ja Turunen 2011, 289). Toki yritykset ovat erittäin keskeisiä yhteiskuntien menestyksen kannalta, emmekä tulisi toimeen ilman niiden liiketoimintaa. Tässä mielessä itse liiketoimintakin voidaan hahmottaa eräänlaisena vastuunkantona. Kuitenkin aiempaan ympäristönsuojelulliseen näkökulmaan verrattuna on yritysten vastuun hahmottaminen muuttunut ja laajentunut erittäin ratkaisevasti.

Myös itse vastuullisuusraporttien nimet heijastelevat tutkimieni yritysten kohdalla vastuullisuuden määrittelyn muutosta. Esimerkiksi Finnair on nimennyt raporttinsa vuosina 2002 ja 2003 nimellä Ympäristötiedot. Termi *tiedot* korostaa aiemmin mainitsemaani tiivistä ja faktoihin perustuvaa diskurssia – kyse on vain lähinnä ympäristöä kuormittavien päästölukujen raportoinnista sidosryhmille. Vuodesta 2004 vuoteen 2007 Finnair käytti nimeä *Ympäristöraportti*, eli edelleen ympäristö on ollut raportoinnin pääosassa. Termi raportti antaa kuitenkin laajemman kuvan viestinnän sisällöstä kuin aiempi termi *tiedot*. Vuodesta 2008 vuoteen 2011 Finnair on käyttänyt raportistaan nimeä *Yhteiskuntavastuuraportti*. Tässä näkökulma on laajentunut käsittämään ympäristöllisen, sosiaalisen sekä taloudellisen vastuun, ja yhteiskuntaa tarkastellaan laajemmin kokonaisuutena.

Outokumpu käytti vielä 1999 vuosikertomuksen osana olevassa vastuuosiossa otsikkoa ”Ympäristönsuojelu”. Vuoden 2000 vuosikertomuksessa otsikoksi muutettiin ”Ympäristö, terveys ja turvallisuus” eli käsitteen näkökulma laajeni myös sosiaalisen vastuun puolelle. Vuonna 2003 julkaistiin erillinen vastuullisuusraportti, jonka nimenä oli *Ympäristökatsaus*. Vuodesta 2004 vuoteen 2007 nimenä on toiminut *Outokumpu ja ympäristö*, missä selvästi edelleen ympäristö on keskiössä. Nimellä luodaan kuitenkin tehokkaasti mielikuvia Outokummusta ja ympäristöstä yhdessä sisällyttämällä molemmat otsikkoon. Tästä nimi on taas muuttunut vuodeksi 2008 *Outokumpu ja ympäristömme*. Nimi luo kuvaa yhteisestä ympäristöstä *me*-muodon keinoin, mikä vetoaa mahdollisesti lukijan tunteisiin paremmin. Tästä nimi on muuttunut vielä *Yritysvastuuraportiksi* vuonna 2012, mikä antaa laajemman kuvan yrityksen vastuullisuuden hahmottamisesta. Yritysvastuu käsittää kaikki kolme vastuun osa-aluetta, eikä koske pelkkää ympäristöä. Pelkästään raporttien nimien tutkimisesta hahmottuu yhteiskuntavastuun määritelmien muokkaantuminen ajan kuluessa.

Fortumin vuonna 2000 julkaisema raportti oli nimeltään *ympäristöraportti*, mutta myöhemmin yritys on vaihtanut nimeksi *Kestävän kehityksen raportti*. Vuonna 2011 kestävän kehityksen raportin kannessa oli lisätty teksti ”Kohti aurinkotaloutta”. Teksti luo heti ensimmäiseksi lukijalle vahvoja mielikuvia tulevaisuuden tavoitteista. Toisaalta nimi on paljon informoivampi kuin yksinkertaisesti ympäristöraportti.

Aiemmasta tiukasti ympäristöön ja sen suojeluun katsovasta perspektiivistä on siirrytty selvästi huomattavasti laajempaan vastuullisuuden käsitteeseen. Ympäristönsuojelu on laajentunut kestävän kehityksen ja yhteiskuntavastuun määritelmien kautta lopulta hyväksi yrityskansalaisuudeksi, ja yritystä tarkastellaan ennemminkin osana yhteiskuntaa, kuten yrityskansalaisuuden käsite kertoo.

Voidaan ajatella, että vastuun käsitteen laajeneminen ja epämääräisyys on toisaalta sekavoittanut koko ilmiön ymmärrystä yritysmaailmassa. Lisäksi käsitteen epäselvyys ja laajuus antaa yrityksille vapauksia liittää vastuullisuuteen tekijöitä, jotka kuuluvat muutenkin niiden liiketoimintaan. Tästä herää kysymys, pitäisikö yhteiskuntavastuun määritelmää yhtenäistää ja selkeyttää? Yhteiset pelisäännöt voisivat tehdä yritysvastuun helpommin hallittavaksi. Pälli ja Turunen (2011, 283) toteavatkin, että vastuutekstit viestivät vahvasti siitä, että vastuullisuuden merkitys ei ole yhteiskunnallisesti selvä, ja yhteiskuntavastuu käsite on jatkuvan neuvottelun ja muutoksen kohteena.

4. 3. Ekonomistinen ja vastuullisuuden diskurssi törmäyksessä – ideologioiden luonnollistamisen muutos

Yrityksen taloudellista tuottoa ja yhteiskuntavastuuta koskevat ideologiat raportoinnin takana ovat muuttuneet ajan kuluessa. Mielenkiintoista yritysten vastuullisuusraportoinnissa on se, miten kirjoitetaan vastuullisuuden ja taloudellisen hyödyn välisestä suhteesta. Teoreettisessa osiossa esittelemäni kahden eri diskurssin, eli ekonomistisen ja vastuullisen win-win-diskurssin, välillä on selkeitä ristiriitoja ja kamppailuja. Niistä huomaa, kuinka epävarmoja vastuullisuuden hyödyistä todellisuudessa vielä ollaan. Toisaalta taloudellisen hyödyn korostaminen on edelleen erittäin vahvaa yritysmaailmassa (Banerjee 2007, Laine 2005), mutta samaan aikaan toisaalta kirjoitetaan, kuinka keskeistä vastuullisuus on menestyksen kannalta erityisesti tulevaisuudessa (Berns et al 2009, 24). Esimerkiksi Hutchins et al. (2005, 26-28) painottavat vastuullisuusdiskurssin perustuvan nimenomaan siihen, että vastuullisuudesta hyötyy sekä yhteiskunta, ympäristö että yritys itse.

Seuraavaksi näytän esimerkkien avulla, miten ympäristövastuun ja taloudellisen vastuun käsittäminen on muuttunut diskurssien muuttuessa. Tässä on kyse erityisesti siitä, minkälaista diskurssia on luonnollistettu milloinkin. Tutkimalla vastuullisuusraportoinnin kehitystä on löydettävissä selkeä muutos vastuullisuuden ja ekonomistisen perspektiivin välisestä suhteesta.

Esimerkki 59: Lentotoiminnan ympäristöpolitiikassa noudatetaan kansainvälisen lentokuljetusjärjestön IATA:n tavoitteita minimoida lentoliikenteen ympäristöhaitat taloudellisesti järkevällä tavalla lento- ja työturvallisuutta vaarantamatta. (Finnair, Vuosikertomus 1994)

Esimerkki 60: Ympäristön kannalta kaikkein haitallisimmat materiaalit korvataan toisilla silloin, kun se on mahdollista ja taloudellisesti järkevää. (Finnair, Vuosikertomus 1997)

Esimerkki 61: Kalustoon ja laitteisiin kohdistuvien muutospaineiden osalta Finnair ottaa ympäristönsuojelussa huomioon seuraavat tekijät:

- 1.muutos ei saa heikentää lento- tai työturvallisuutta
- 2.muutoksen on oltava teknisesti mahdollinen
- 3.muutoksen on oltava toiminnallisesti ja taloudellisesti järkevä
- 4.muutoksen aiheuttama hyöty ympäristön kannalta on oltava selkeä. (Finnair, Vuosikertomus 1997)

Esimerkit 59-61 kuvaavat ympäristöraportoinnin alkuajoille tyypillistä tapaa luonnollistaa taloudellisten seikkojen ensisijaisuutta verrattuna ympäristöön, joka tulee vasta toissijaisena. Tätä järjestystä ei pyritä mitenkään peittelemään, vaan se kerrotaan avoimesti. Esimerkissä 59 Finnair toteaa yksiselitteisesti noudattavansa IATA:n tavoitteita *taloudellisesti järkevällä tavalla*. Tällainen taloudellinen järkevyys on erittäin yleinen termi, johon vedottiin yritysten raporteissa ennen usein. Taloudellinen järkevyys on yrityksille käsite, joka kertoo automaattisesti, mikä on tärkeää ja miten kannattaa toimia. Se on myös niin vakiintunut ja usein käytetty käsite, että sillä on helppo luonnollistaa talouden ensisijaisuutta. Käsite on myös selkeä osoitus Hirston (2010) esittelemästä ekonomistisesta perspektiivistä yritystoimintaan. Ympäristöhaittojen minimoimisessa on siis rajaavana tekijänä taloudellinen järkevyys.

Myös esimerkissä 60 vedotaan taloudelliseen järkevyyteen ja todetaan, että vain *kaikkein haitallisimmat* materiaalit korvataan toisilla. Järjestys on selkeä: taloudelliset kriteerit katsotaan ensin ja vasta tämän jälkeen mietitään ympäristöä. Tekstissä asetetaan selkeät ehdot milloin materiaalit korvataan toisilla. Määrittely *kaikkein haitallisimmat materiaalit* tukee myös kuvaa, ettei ympäristö ole etusijalla ja aivan kuin pakon edessä korvataan ainoastaan haitallisimmat materiaalit.

Esimerkki 61 asettaa myös tiukat ehdot, milloin on järkevää suojella ympäristöä. Termi ”*muutospaineet*” korostaa ympäristönsuojelun tavoitteiden ja muutosten tulevan yrityksen ulkopuolelta paineena ja velvollisuutena – se ei ole tärkeää niinkään yritykselle itselleen. Lisäksi taas todetaan muutoksen täytyvän *olla taloudellisesti järkevä* ja lisäksi sen *hyöty täytyy olla ympäristön kannalta selkeä*, jotta sitä edes kannattaa toteuttaa. Taloudellinen menestys määritellään ja legitimoidaan yksinkertaisilla määräyksillä ja säännöillä tärkeämmäksi kuin ympäristön etu.

Käskymuodot ”ei saa heikentää” ja ”on oltava” luovat kuvaa yksinkertaisista säännöistä, joita on vain pakko noudattaa. Muutoksen *on oltava* taloudellisesti järkevä. Tämä on kuin yksinkertainen totuus, jota ei tule kyseenalaistaa. Mueller ja Whittle (2011, 193) kirjoittavat juuri tällaisesta diskursiivisesta keinosta, jonka avulla väitteet saadaan kuulostamaan faktoilta, joita ei kuulu kyseenalaistaa. Finnairin vain kuuluu *ottaa huomioon* nämä luettelemansa tekijät. Tekijät on myös lueteltu kuin sääntökirjan tavoin numeroituna. Myös *ottaa huomioon* sanavalinta on mielenkiintoinen. Finnair luo tällä kuvan, että se vain passiivisena ottaa huomioon sille ulkopuolelta annetut velvollisuudet. Tämä legitimoit talouden ensisijaisuutta ja ympäristönsuojelun

toisarvoisuutta siihen verrattuna. Diskurssissa on siis selkeänä ja luonnollisena esittäytyvä hierarkia, joka kerrotaan avoimesti.

Mueller ja Whittle (2011) kirjoittavat myös kielellisestä strategiasta, jossa virallistetaan tiettyjä argumentteja viittaamalla asioihin, joista ollaan yleisesti oltu aiemmin samaa mieltä. Kun kerrataan yhteisen, aiemman vuorovaikutuksen tuottama määritelmä muille, oletetaan se otettavan itsestäänselvyytenä. Tällainen vastaava virallistaminen on näkyvillä termissä *taloudellinen järkevyy*s. Sitä käytetään esimerkeissä aivan kuin termi olisi jo niin selvä ja aiemmin sovittu, että se on jo itsestäänselvyys. Taloudellinen järkevyy on siis jo aiemman vuorovaikutuksen tuottama määritelmä, joka vain tulee ulkopuolelta ja otetaan itsestäänselvyytenä huomioon.

Näihin kaikkiin kolmeen esimerkkiin sisältyy siis automaattisesti ajatus, että taloudellista tuottoa ja vastuullisuutta ei ole mahdollista saavuttaa yhtä aikaa. Niihin liittyy selkeitä trade-off-tekijöitä eli win-win-argumentti ei toimi 1990-luvun vastuullisuusdiskurssissa. Seuraavat esimerkit avaavat vielä tarkemmin tätä huomiota. Esimerkeissä 62-64 ympäristönsuojelu kirjoittuu raporteihin selkeästi kustannustekijänä.

Esimerkki 62: Kemira Agro Pernis B.V:n tehtailla Hollannissa käynnissä oleva lupamenettely saattaa haitata kyseistä liiketoimintaa merkittävästi. (Kemira, Vuosikertomus 1998)

Esimerkki 63: Erityisiä ympäristöriskejä, joilla olisi merkittävää vaikutusta konsernin taloudelliseen asemaan, ei ole tiedossa. (Outokumpu, Vuosikertomus 1999)

Esimerkki 62 kuvaa vahvalla ja kantaa ottavalla verbillä *haitata* tapaa, millä ympäristölupamenettely vaikuttaa liiketoimintaan. Ympäristönsuojelu on tässä normaalista liiketoiminnasta erillään oleva velvollisuus, joka haittaa liiketoimintaa. Ympäristön etu kirjoittuu automaattisesti taloudellisen edun jälkeen ja vastuun kantaminen on pikemminkin hidaste ja haitta yrityksen ydinliiketoiminnalle. Esimerkissä 63 käytetään mielenkiintoista termiä *ympäristöriski*, joka määrittyy taloudelliseen asemaan vaikuttavana tekijänä. Ympäristöriskeistä relevanteiksi määritellään tässä vain sellaiset, joilla voisi olla taloudellista vaikutusta.

Aiempaa vastuullisuusdiskurssia leimasi vahvasti ympäristönsuojelutoimenpiteiden arviointi osakkeenomistajan näkökulmasta. Oltiin huolissaan ympäristönsuojelun aiheuttamista kustannuksista ja jatkuvasti vakuuteltiin osakkeenomistajille, että taloudellinen näkökulma on

yrittäjälle tärkein. Tämä diskurssi on muuttunut ajan myötä, vaikka edelleen voiton maksimointi on etusijalla ja ekonomistista diskurssia legitimoidaan vahvasti.

Aiemmin vallinneessa diskurssissa taloudellisen näkökulman ensisijaisuus normalisoitiin legitimaatiostrategialla, jossa legitimoitiin taloudellista vastuuta vetoamalla käytäntöihin ja menneisyyteen. Tällaista vetoamista käytäntöihin, tapoihin ja menneisyyteen Vaara et al. (2006, 800) nimittävät normalisoinnin diskurssityypiksi.

Seuraavat esimerkit kuvaavat millaisia ideologioita on alettu luonnollistaa ja legitimoida vastuullisuusraportoinnissa yhä enemmän viime aikoina. Voiton maksimoinnin diskurssi ei enää näyttäydykään yhtä suoraviivaisena diskurssina. Uudemmissa yhteiskuntavastuuraporteissa näkyy selvästi Hirston (2010) mainitsemien ekonomistisen ja moralistisen diskurssin sekoittuminen.

Esimerkki 64: Nykyisessä maailmanlaajuisessa talouden taantumassa, joka rasittaa myös Outokumpua, on entistäkin tärkeämpää toimia vastuullisesti ja yrittää pitää yritysvastuun kolme osa-aluetta tasapainossa. (Outokumpu ja ympäristömme 2008)

Esimerkki 65: Luovuudella vastaamme asiakkaan odotuksiin, löydämme myös keinoja parantaa taloudellista kestävyyttä sekä edistämme ympäristön kannalta parhaita käytäntöjä. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2010)

Näissä vastuullisuusraportoinnin tuoreemmissa esimerkeissä vastuullisuuden ja talouden välinen suhde on selvästi muuttunut. Esimerkeissä 64 ja 65 voiton maksimoinnilla ja menestyksellä ei ole ristiriitaa vastuullisuuden kanssa eli luodaan kuva, että on mahdollista toimia yhtä aikaa tuottoisasti ja vastuullisesti. Vastuullisuus ei ole enää pelkkä kustannus, vaan se on jopa keskeistä menestyksen kannalta. Tämä on suuri muutos verrattuna aikaan, jolloin painotettiin enemmän taloudellisen näkökulman ensisijaisuutta. Win-win-argumentti siis legitimoidaan nykyvastuullisuusdiskurssissa.

Esimerkissä 64 todetaan, että on *entistäkin tärkeämpää toimia vastuullisesti* ja yritysvastuun kolmen osa-alueen tasapainon saavuttaminen on käytännössä mahdollista ja tavoittelemisen arvoista. ”*Entistäkin tärkeämpää*” ilmaisu luo kuvaa, että aina olisi ajateltu vastuullisuuden olevan hyväksi menestyksen kannalta, vaikka tämä ei välttämättä pidä paikkaansa. Esimerkissä myös haluttaneen korostaa, ettei edes taloudellinen taantuma saa yritystä tinkimään sen vastuullisuudesta.

Ylipäättään määritelmien muuttuminen pelkästä ympäristöstä kohti vastuullisuuden kolmijakoa on muuttanut koko yhteiskuntavastuun ajatusmaailmaa siihen suuntaan, että kaikkien kolmen osa-alueen hallitseminen yhtä aikaa on mahdollista. Määritelmä vastuullisuuden kolmijakoisuudesta sisältää jo itsessään sen faktan, että yritykset voivat tavoitella yhtä aikaa kaikkia kolmea tekijää. Taloudellinen vastuu ja ympäristövastuu on sisällytetty samaan määritelmään. Tämä on selvästi erilainen lähtökohta vastuullisuuteen kuin 90-luvun vastuullisuuden diskurssissa.

Esimerkissä 65 pohditaan kuin itsestään selvän faktan tavoin, että luovuuden keinoin on mahdollista parantaa taloudellista kestävyyttä ja edistää ympäristön kannalta parhaita käytäntöjä. Molempia on tämän mukaan siis mahdollista tavoitella yhtä aikaa. Kuitenkin on huomattava, että vastuullisuus näyttäytyy esimerkissä 65 tärkeänä edelleen pelkästään menestyksen takaamiseksi. Nyt osakkeenomistajille legitimoidaankin vastuullisuutta sillä perusteella, että se on tärkeä tekijä menestyksen kannalta. Legitimaation kohde on siis muuttunut taloudellisen näkökulman ensisijaisuudesta vastuullisuuden merkitykseen talouden kannalta. Aivan kuin vastuullisuuden tärkeyttä yritettäisiin perustella osakkeenomistajille tai muille sidosryhmille.

Esimerkki 66: Isohkoista kemianyhtiöistä nimenomaan Kemiralle on ollut luonteenomaista hakea ympäristövetoista kasvua. (Kemira, Ympäristöraportti 2001)

Esimerkki 67: Vastuullisen ja kannattavan liiketoiminnan välillä ei ole ristiriitaa. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkit 66 ja 67 vahvistavat myös näkemystä, että on mahdollista toimia yhtä aikaa tuottoisasti ja vastuullisesti. Se ei ole pelkästään mahdollista, vaan jopa kannattavaa yritykselle. Esimerkissä 66 puhutaan jo *ympäristövetoisesta kasvusta* eli vastuullisuuden annetaan ymmärtää voivan tuottaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Esimerkissä 67 todetaan yksiselitteisesti ja suoraan, ettei ristiriitaa vastuullisen ja kannattavan liiketoiminnan välillä ole. Asia esitetään täysin varmana, eikä sitä sen enempää perustella. Toisaalta se, että tällainen lause on faktamaisesti todettu raportissa todistaa, että asiaa on aiemmin epäilty ja kaikki eivät sitä usko. Tästä syystä asiaa halutaan vakuutella faktan tavoin epäileville lukijoille. Lauseen olemassaolo raportissa todistaa sen, että jossain muualla täytyy olla meneillään keskustelu, joka kyseenalaistaa tämän näkökulman. Tässä on kyse interdiskursiivisuudesta.

Vastuullisuusraporttien tekstin sisältöön vaikuttavat myös muut vastuullisuusviestintään liittyvät tekstit, jotka ovat interdiskursiivisesti yhteydessä toisiinsa (Bhatia 2010). Esimerkin 67 lausetta ei

olisi kirjoitettu, elleivät raporttiin interdiskursiivisesti vaikuttaisi myös muut aihepiiriin liittyvät tekstit. Lauseella viitataan keskusteluun, joka tapahtuu aivan muualla.

Esimerkki 68: Taloudellisena tavoitteenamme on tuottaa mahdollisimman suurta ja kestävää taloudellista lisäarvoa. (Outokumpu ja ympäristömme 2008)

Esimerkki 69: Vastuuntuntoisella kannattavuuden vaalimisella ja kestäväällä kasvustrategialla on luotu taloudellista terveyttä, joka mahdollistaa investoinnit myös tulevaisuuteen. (Finnair, Vuosikertomus 2005)

Esimerkeissä 68 ja 69 käytetään aivan uudenlaista näkökulmaa havainnollistavia termejä kuten *mahdollisimman suuri kestävä taloudellinen lisäarvo*, *vastuuntuntoinen kannattavuuden vaaliminen* ja *kestävä kasvustrategia*. Näissä termeissä on sekoitettu ekonomistinen ja vastuullisuuden diskurssi keskenään. Vastuullisuuden ja talouden välillä ei enää ole näiden termien mukaan ristiriitaa, vaan ne kytkeytyvät toisiinsa vahvasti. Vastuullisuusraportoinnissa onkin syntynyt eräänlainen vastuuntuntoisen kannattavuuden hybridigenre, joka legitimoii ajatusta win-win-argumentin puolesta. Vastuullisuusraportoinnissa on näin ollen myös nähtävillä ekonomistisen ja moralistisen diskurssin yhteentörmäys (Hirsto 2010).

Esimerkki 70: Vastuullinen toiminta on yritysmaailmassa välttämätöntä. Menestyvät yritykset nivovat yhteiskuntavastuun osaksi strategista päätöksentekoa. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2010)

Esimerkissä 70 Finnair, joka aiemmin ilmaisi tarkat kriteerit, milloin voidaan toteuttaa taloudellisesti järkevästi ympäristöinvestointi, on muuttanut asennoitumistaan vastuullisuuteen radikaalisti. Nyt todetaankin faktan tavoin vastuullisen toiminnan olevan peräti *välttämätöntä*. Välttämättömyyden ilmaiseminen tällä tavalla tuo esille vastuullisuuden uutta, erittäin keskeistä merkitystä yritysmaailmassa. Yksinkertainen toteamus, että *menestyvät yritykset nivovat yhteiskuntavastuun osaksi strategista päätöksentekoa* on erittäin yksiselitteinen, varma eikä jätä tilaa spekulatioille onko todella näin. Tällaisella varmuuteen nojaavalla retoriikalla tuodaan asia esille kuin se olisi fakta jostain ulkopuolelta eikä sitä kuuluisi kyseenalaistaa.

Esimerkki 71: Strateginen yritysvastuu (Kemira, Yritysvastuuraportti 2011)

Esimerkki 71 osoittaa, kuinka Kemira Yritysvastuuraporttinsa väliotsikossa korostaa yritysvastuun strategisuutta. Otsikossa sekoitetaan selvästi ekonomistinen ja vastuullisuuden diskurssi keskenään. Vastuullisuutta käsitellään talouselämän ja yritysmaailman käsitteiden

kautta. Vastuullisuutta katsellaan siis näin ollen yritysmaailman ”linssien läpi”. Yhteiskuntavastuu muovautuu tällöin toisaalta yrityksen omien intressien ja totuttujen liiketoiminnan ajatusmallien kautta.

Jossain määrin vastuullisuuden käsitteet tehdään nykyään olemassa oleviksi liiketoiminnan tuttuun määritelmien kautta. Vastuullisuuden näkökulma on tällöin toisaalta erittäin rajoittunut, kun se on sidottu vahvasti taloudellisiin näkökohtiin. Vastuullisuuden käsitteiden määrittäminen liiketoiminnan tuttuun käsitteiden kautta selittää sitä, miten on mahdollista, että vastuullisuus on voinut muuttua raportoinnissa yhtäkkiä kustannuksesta strategiaa edistäväksi tekijäksi. On helpompi nähdä vastuullisuus mahdollisuutena, kun käsite itsessään määritellään ekonomistisemmasta perspektiivistä. Tämä selittää, miksi ristiriita yhteiskuntavastuun ja kannattavuuden välillä on loiventunut ajan myötä. Tästä herää toisaalta myös keskeinen kysymys, ymmärrettiinkö vastuullisuus aiemmin vähemmän ekonomistisesta näkökulmasta? Vastuullisuus oli aiemmin nimenomaan puhtaasti ympäristönsuojelua, joka vaati rahaa ja aikaa yritykseltä.

Aikaisempi ympäristönsuojelun näkeminen kustannuksena tuntuu hyvin kaukaiselta verrattuna tähän nykyään vahvistuneeseen hybrididiskurssiin, joka korostaa usean hyvän aspektin saavutettavuutta yhtä aikaa. Nykyään käytetään myös enemmän vaivaa siihen, että perustellaan miksi taloudellinen tulos on niin tärkeä yritykselle. Ennen tällaisia perusteita ei vaadittu yrityksiltä. Esimerkki 72 esittää, kuinka talouden tärkeyttä perustellaan sillä, että vain kannattava yritys voi toimia ympäristön kannalta vastuullisesti.

Esimerkki 72: Yhteiskuntavastuun kantaminen alkaa taloudesta. Kilpailukykyinen ja kannattava Finnair pystyy investoimaan moderniin laivastoon, mikä on suurin ympäristöteko, jonka lentoyhtiö voi tehdä. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2008)

Esimerkissä 72 näkyikin hyvin taloudellisen vastuun luonnollistuminen osaksi yhteiskuntavastuuta. Finnair argumentoi, että *yhteiskuntavastuun kantaminen alkaa taloudesta*. Toisaalta voitaisiin yhtä hyvin ajatella taloudellisen vastuun kuuluvan joka tapauksessa keskeisesti yritysten liiketoimintaan ja olevan tulevaisuuden takaamiseksi välttämätöntä, joten sitä ei ole välttämättä tarpeellista sekoittaa ympäristöön ja sosiaaliseen vastuuseen kuuluviin seikkoihin.

Kaiken kaikkiaan ympäristönsuojelu ja muu yhteiskuntavastuu ovat siis muuttuneet kustannuksesta strategiseksi mahdollisuudeksi. Aiemmin annettiin ymmärtää, että voiton maksimoinnin ja vastuullisuuden välillä on ristiriita. Tuo ristiriita on ajan myötä loivennut ja

lopulta hävinnyt kokonaan raportoinnista. Nyt legitimoidaan, että on mahdollista toimia yhtä aikaa vastuullisesti ja taloudellisesti tehokkaasti.

Crawfordin (2007) johtajille suunnatun kyselytutkimuksen perusteella näyttää todella siltä, ettei voiton maksimoinnin ja vastuullisuuden välillä nähdä enää nykyään ristiriitaa yritysten sisällä. Kysyttäessä haastateltavilta johtotason henkilöiltä esimerkiksi, että täytyykö vastuullisuustoimien tuoda jonkinlaista hyötyä liiketoiminnallisesti, vastaus oli selkeä ja yhdenmukainen. Haastateltavista tuntui itsestään selvältä, että vastuullisuuden takana on aina tietty liiketoimintaa edistävä tavoite. Lisäksi 1990-luvulla yritysten vastuullisuuden käsitteessä hyväksyttiin ja myönnettiin olevan enemmän konflikteja liiketoiminnan ja yhteiskunnan välisen suhteen näkökulmasta. Tänä päivänä yrityksissä tunnutaan kuitenkin puhuttavan luottavaisesti oman yrityksen edellytyksistä toimia yhtä aikaa vastuullisesti, kannattavasti ja kestävän kehityksen mukaisesti. (Crawford 2007, 864-875.)

4.4. Lakien ja yhteiskunnan odotusten noudattajasta aktiiviseksi edelläkävijäksi

Yritysten vastuullisuusretoriikassa on, ja erityisesti siinä on ennen ollut, paljon viittauksia yhteiskunnan sosiaalisiin odotuksiin. Yritykset antoivat aiemmin ymmärtää, että toimivat vastuullisesti, koska yhteiskunta odottaa sitä niiltä. Esimerkiksi Chevron raportoi: ”Global forces have encouraged us to change the way we work.” (Coupland 2005, 359) Tällainen retoriikka poikkeaa paljon nykyisestä vastuullisuusretoriikasta. Vaikka on selvää, että yhteiskunta odottaa yritysten toimivan vastuullisesti, eivät yritykset nykyään tahdo välttämättä suoraan myöntää odotusten tai lakien olevan syynä vastuullisuuteen. Sen sijaan raportoinnissa yritetään enemmänkin korostaa vapaaehtoisuutta ja edelläkävijyyttä vastuullisuudessa. Aiemmin myönnettiin suoraan yritystä ympäröivien odotusten ajavan niitä vastuulliseksi, mutta nykyään pyritään osoittamaan omakohtaista kiinnostusta yhteiskuntavastuuseen ja halua ylittää yhteiskunnan odotukset.

Esimerkiksi Finnair raportoi vuoden 1994 vuosikertomuksen yhteydessä ympäristöasioistaan seuraavalla tavalla:

Esimerkki 73: Lentokaluston hankintapäätöstä tehdessään Finnair on ottanut huomioon tiedossa olevat ympäristönormit. (Finnair, vuosikertomus 1994)

Esimerkki 74: Finnair sopeutti välittömästi lentotoimintansa yöliikenteen meluntorjuntasuunnitelman mukaiseksi. (Finnair, vuosikertomus 1994)

Esimerkki 73 tuo selvästi esille, että lait ja normit asettavat yhtiölle rajoitteita, jotka täytyy ottaa huomioon hankintapäätöksissä. Tähän aikaan ympäristöstä huolehtiminen nähtiin lähinnä lakien ja normien noudattamisen kautta. Ne asettivat tietyn lähtötason ympäristösuojelulle ja tämä riitti. Vastuullisuus oli siis enemmän reaktiivista sääntöjen noudattamista toisin kuin nykyinen proaktiivinen vapaaehtoisuuden ja edelläkävijyyden painottaminen. Verbi ”on ottanut huomioon” on jo itsessään erittäin reaktiivinen ja luo kuvaa pakollisesta toimenpiteestä, joka on yhteiskunnan odotusten mukaan suoritettu. Se, että ympäristönormit on otettu huomioon hankintapäätöksissä, ei nykyään edes olisi välttämättä mainitsemisen arvoinen seikka. On itsestään selvää, että ympäristölaki huomioidaan toiminnassa ja lakien noudattamista ei enää edes nähdä vastuullisuutena.

Esimerkki 74 tuo samalla tavalla esille, kuinka toimintaa ”sopeutetaan” säännösten mukaan. Verbi *sopeuttaa* on myös hyvin passiivinen, luoden kuvaa pakollisista säännöistä, joihin sopeudutaan pakon edessä. Toiminta siis muuttuu vastuullisempaan suuntaan vain, kun uusia sääntöjä ja lakeja astuu voimaan.

Esimerkki 75: Lievä pölypäästön raja-arvon ylitys Harjavallassa vuonna 1996 johtui laitevauriosta, joka korjattiin. Tornion terästehtaalla typpipäästöt veteen ovat ylittäneet lupaehtojen raja-arvot mutta vuonna 1997 valmistuva prosessimuutos poistaa ongelman. (Outokumpu, Vuosikertomus 1996)

Esimerkki 76: Ympäristönsuojelun edistämiseksi kehitetään energiaa ja raaka-aineita säästävää tuotantoa ja kierrätystä sekä käytetään parhaita taloudellisesti käyttökelpoisia teknisiä ratkaisuja lainsäädännön ja yhteiskunnan asettamien velvoitteiden täyttämiseksi. (Outokumpu, Ympäristönsuojelu 1993)

Esimerkki 75 kertoo samaa tarinaa kuin edelliset, eli kuinka lupaehtojen raja-arvot määrittelevät ympäristön kannalta vastuullista toimintaa. Aiemmin raportoitiin vastaavalla tavalla tarkkaan onko toimittu raja-arvojen asettamien rajoitusten puitteissa. Myös esimerkissä 76

ympäristönsuojelua todetaan edistettävän juuri *lainsäädännön ja yhteiskunnan asettamien velvoitteiden täyttämiseksi*.

Aiemmin vastuullisuus näyttäytyi erittäin yksinkertaisena ja selkeänä prosessina, kun siinä keskityttiin lähinnä lakien ja yhteiskunnan odotusten täyttämiseen. Esimerkissä 75 Outokumpu selittää, kuinka raja-arvon ylitys johtui laitevauriosta, joka yksinkertaisesti ”*korjattiin*”. Tällainen imperfektissä oleva passiivinen verbi luo mielikuvan, että ongelma on hoidettu helposti pois. Samoin todetaan toisen tehtaan raja-arvojen noudattamisen hoituvan varmasti, kun *1997 valmistuva prosessimuutos poistaa ongelman*. On mielenkiintoista kuinka yksiselitteisesti ja helposti ongelmat vain ”poistetaan” ja ”korjattiin”. Lakien ja säädösten määräämä vastuullisuus näyttäytyy selkeästi suoraviivaisempänä ilmiönä kuin nykyinen monimutkainen vapaaehtoisuuteen perustuva yhteiskuntavastuu, jonka määritelmä itsessäänkin on jo epäselvä laajuutensa myötä.

Rakenne ”lievä pölypäästön ylitys” esimerkissä 75 on nominalisaatio. Nominalisaation avulla tekstistä hävitetään tekijä eli tässä tapauksessa yritys, ja huomio kiinnittyy pelkästään siihen, mitä on tapahtunut (Potter 1996; Fairclough 2003; Mueller ja Whittle 2011). Raja-arvon ylitys vain tapahtuu tässä ja huomio ei kiinnity yritykseen, joka on syypäänä ylitykseen. Muutenkin passiivien käyttö kuten ”korjattiin” ja ”ovat ylittäneet” häivyttävät yritystä toiminnan toteuttajana ja jättävät sen etäiseksi. On luonnollista, että yritys tahtoo etäännyttää itsensä negatiivisista tapahtumista. Passiivisten muotojen ja nominalisaation käyttö kuvaavat yrityksen hyvin reaktiivisena toimijana häivyttäen tekstin puhujan eli yrityksen ja pienentäen sen osallisuutta kuvattuun toimintaan. Yritys on vain passiivinen lakien noudattaja. Vastuullisuus esittäytyi aiemmassa raportoinnissa näin ollen passiivisena, pakollisena asiana.

Myös esimerkissä 76 yritys jää itse taustalle passiivisten muotojen kuten ”kehitetään” ja ”käytetään” myötä. Toiminnan kuvaaminen passiivisena leimasi yritysten 1990-luvun alun suhtautumista vastuullisuuteen. Raportoinnissa ei ollut tarvetta luoda kuvaa aktiivisesta yrityksestä toimimassa ympäristön hyväksi, vaan riitti passiivinen yhteiskunnan odotusten noudattaminen. Passiivin ja nominalisaation käyttö vahvistavat kuvaa vastuullisuudesta velvollisuutena ja yritys ei näyttäydy yhtä inhimillisenä toimijana kuin, jos käytettäisiin esimerkiksi me-pronominia. Tämä sama passiivisuus tulee esille myös esimerkissä 77.

Esimerkki 77: Parissa tapauksessa uudet lupaehdot edellyttävät keskisuuria ympäristöinvestointeja, joita on kuitenkin ennakoitu konserniyhtiöissä. Merkittäviä ympäristöhaittoja tai syytetoimenpiteitä aiheuttaneita luparikkomuksia ei esiintynyt, ei myöskään huomattavia vaikeuksia saada ympäristölupia uusille toiminnoille. (Kemira, Vuosikertomus 1994)

Esimerkissä 77 verbi ”*edellyttää*” on taas passiivinen ja kuvaa pakollisuutta luoden mielikuvaa ympäristöinvestoinneista pakollisena toimenpiteenä, joita yhteiskunta odotuksineen edellyttää. Ympäristöinvestoinnit näyttävät keinoja totella asetettuja määräyksiä, eivätkä näyttydy tekstissä niinkään itsessään tärkeinä yhtiölle. Lisäksi kommentti, että ei ole huomattavia vaikeuksia saada ympäristölupia uusille toiminnoille on mielenkiintoinen. Vastuullisuus on osaksi vain sitä, että hankitaan ympäristölupia. Tämä retoriikka on muuttunut huomattavasti ajan myötä vastuullisuusdiskurssin kehittyessä.

Esimerkki 78: Euroopassa vuosituhanen vaihteessa kiristyvät autojen pakokaasumääräykset tuovat moottorirakenteisiin muutoksia. Toisaalta nämä muutokset asettavat uusia vaatimuksia polttoaineille ja toisaalta ne luovat mahdollisuuksia kehittää bensiiniä ja dieselöljyä nykyistä vähäpäästöisemmiksi. (Neste Oy, Vuosikertomus 1996)

Kuten esimerkki 78 näyttää, Neste Oy on jo melko aikaisin alkanut luoda rooliaan vastuullisuuden edelläkävijänä, joka ei ajattele sitä pelkästään lakien kautta. Esimerkissä kirjoitetaan määräysten toisaalta aiheuttavan uusia *vaatimuksia* polttoaineille, mutta toisaalta tämä on myös *mahdollisuus* kehittää bensiiniä ja dieselöljyä vähäpäästöisemmiksi. Tämä ”vaatimus vastaan mahdollisuus” retoriikka osoittaa Nesteen miettineen vastuullisuutta itseisarvona jo melko aikaisessa vaiheessa. Siirtymä lakien rajoittamana, minimien noudattajana toimimisesta, vapaaehtoiseksi ympäristöä aktiivisemmin kunnioittavaksi toimijaksi näkyy Nesteen raportoinnissa jo aiemmin kuin muilla yhtiöillä. Kuitenkin Neste kirjoittaa pakokaasumääräyksistä vielä toiminnan suunnan näyttäjänä, koska pelkästään määräykset ”*tuovat moottorirakenteisiin muutoksia*” – ei yhtiön oma halu toimia näin.

Kaikissa edellisissä esimerkeissä lait ja säädökset on nostettu etusijalle ympäristöstä kirjoitettaessa. Tällainen diskurssi tuntuukin leimanneen ympäristöraportoinnin alkuaikoja. Tätä diskurssia kutsun Vaaran ym. (2006) ja Van Leeuwenin (2007) määrittelemän legitimaatiostrategian mukaisesti arvovaltaistamiseksi. Arvovaltaistamisen (authorization) avulla legitimoidaan toimintaa viittaamalla esimerkiksi persoonattomaan tahoon kuten perinteisiin,

lakeihin tai tapoihin. Myös yhteiskunta ja sen odotukset ovat selkeä auktoriteetti, johon yritykset ennen vetosivat vahvasti vastuullisuudesta kirjoittaessaan. Eli aiemmin raportointia hallitsi tietty arvovaltaistamisen legitimaatiostrategia, jossa yritys näyttäytyi passiivisena lakien noudattajana vastuullisuuden saralla.

Lakeihin ja yhteiskunnan odotuksiin vetoaminen ei tarkoita mielestäni, että yritykset olisivat missään nimessä vastuuttomia. Kyse voi olla pelkästään siitä, että tähän aikaan diskurssi vastuullisuudesta kirjoitettaessa oli suurempi. Tuohon aikaan yhteiskunta ei myöskään edellyttänyt yhtä vahvasti laajaa vapaaehtoisuuteen perustuvaa vastuuta, vaan lakien noudattaminen riitti. Yhteiskunnan odotukset ovat selvästi muuttuneet, mikä luonnollisesti vaikuttaa siihen, miten yritykset kirjoittavat vastuusta. Seuraavaksi käsittelen sitä, miten vastuullisuusdiskurssi on muuttunut lakien ja reaktiivisen toiminnan sijasta enemmän kohti vapaaehtoista aktiivisuutta. Muutos ei ole suoraviivainen ja toiset yritykset - kuten Neste Oy - ovat luoneet aktiivisen edelläkävijän imagoa teksteissään jo aiemmin kuin toiset. Kuitenkin raportoinnista löytyy selkeästi päätrendinä tietyt muutokset.

Seuraavat esimerkit näyttävät, kuinka vastuullisuusraportoinnin diskurssi on läpikäynyt selkeän muutoksen tultaessa tähän päivään. Lakeja ei enää pelkästään noudateta, vaan pikku hiljaa on alettu kirjoittaa niiden ylittämistä ja vapaaehtoisuudesta sekä vastuullisuudesta liiketoimintamahdollisuutena.

Esimerkki 79: Finnair panostaa ympäristöteknologiaan ja pysyy proaktiivisella toiminnallaan ympäristölainsäädännön edellä. (Finnair, Vuosikertomus 1999)

Esimerkki 80: Lakien noudattaminen muodostaa toimintamme pohjan. Parantamalla kaiken aikaa toimintamme vastuullisuutta tähtäämme yhä korkeammalle tasolle. (Outokumpu ja ympäristö 2006)

Esimerkki 81: Ylittämällä asetetut odotukset vahvistamme entisestään asiakkaidemme luottamusta. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkit 79-81 luonnehtivat näkyvää muutosta raportoinnissa, jossa yritykset tahtovat osoittaa tekevänsä enemmän kuin lait ja odotukset velvoittavat. Verbi *panostaa* esimerkissä 79 on erittäin aktiivista toimintaa kuvaava. Enää ei ole kyse ”sopeutumisesta” lakeihin kuten aiemmissa esimerkeissä, vaan tahdotaan nimenomaan panostaa ympäristön eteen. Lisäksi puhutaan *proaktiivisesta toiminnasta*, jolla painotetaan aktiivisuutta vastuullisuuden suhteen. Outokumpu kirjoittaa esimerkissä 80 *parantavansa kaiken aikaa* vastuullisuutta *yhä korkeammalle tasolle*.

Kaiken aikaa ja yhä korkeammalle tasolle luovat kuvaa aktiivisesta ja tehokkaasta parantamisesta ja erityisesti *yhä korkeammalle* korostaa kuinka ollaan jo nyt korkealla tasolla, mutta tahdotaan vieläkin paremmiksi.

Esimerkissä 81 kirjoitetaan myös *odotusten ylittämisestä*, joka vahvistaa *entisestään* asiakkaiden luottamusta. Korostetaan siis luottamuksen olevan jo muutenkin korkealla tasolla ja tahdotaan olla vielä vastuullisempia kuin odotukset velvoittavat. 2000-luvun lopun raporteissa näkyy selvä lakien ylittämisen ja ennakkoinnin korostaminen. Mitä pidemmälle tästä mennään, sen vahvemmin vapaaehtoisuutta ja omaa yritysten kiinnostusta olla vastuullinen korostetaan.

Esimerkki 82: Kerromme vastuullisen yritystoiminnan alueella itsellemme asettamistamme tavoitteista ja miten ne olemme saavuttaneet. (Outokumpu ja ympäristö, 2007)

Esimerkissä 82 Outokumpu kirjoittaa sen *itselleen* asettamista tavoitteista eli on kyse vapaaehtoisesta vastuullisuudesta, eikä lakien sanelemasta toiminnasta. Toisaalta tämä lakien ylittäminen ja vastuullisuuden määrittely yrityksen omien käsitysten aiheuttaa joidenkin tutkijoiden mielestä myös ongelmia vastuullisuudelle.

Esimerkki 83: Mittaamme toimintamme vaikutuksia, koska liiketoiminnassa – kuten elämässäkin – se mitä mitataan on myös se, mitä lopulta kehitetään. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkki 83 valaisee muutosta, kuinka raporteissa nykyään kuvataan luonnon itseisarvoa, eikä sen suojelua pelkästään uusien lakien voimaantulon takia. Aiemmassa retoriikassa ympäristön itseisarvoa ei tuotu yhtä vahvasti esille, vaan luvat ja rajoitukset edellyttivät ympäristöinvestointeja. Ei korostettu sitä, että lakien toimeenpano voisi olla hyvä myös ympäristön itsensä kannalta. Finnair korostaakin esimerkissä 83 mittaavansa vastuullisuustoimintansa vaikutuksia kehittääkseen vastuullisuuttaan tämän pohjalta. Annetaan siis kuva, että mittaamista tehdään, koska ympäristövaikutuksen parantamisella on itsessään merkitystä yhtiölle – ei siksi että näin täytyisi tehdä ulkopuolelta tulevien sääntöjen takia.

Vastuullisuusdiskurssin kehityksestä huomaa selvän muutoksen, kuinka yhteiskuntavastuu on muuttunut - ainakin diskurssin tasolla - velvollisuudesta mahdollisuudeksi. Lait ja paineet

yhteiskunnan suunnalta olivat velvollisuus, ja myöhemmin taas on alettu kirjoittaa vastuusta menestyksen mahdollistajana.

Esimerkki 84: Vastuu ympäristöstä ja hyvä työturvallisuuden taso ovat entistäkin tärkeämpiä menestyäksemme tulevaisuuden yhteiskunnassa. (Outokumpu, Vuosikertomus 2000)

Esimerkki 85: Menestyminen pitkällä aikavälillä riippuu Fortumin kyvystä muuttaa kestävän kehityksen haasteet liiketoimintamahdollisuuksiksi. (Fortum 2003 Vuosikertomus)

Esimerkeistä 84 ja 85 nousee esille mainitsemani muutos vastuullisuudesta velvollisuutena mahdollisuudeksi ja menestyksen edellytykseksi. Esimerkissä 84 on menty jo niin pitkälle, että todetaan vastuun ympäristöstä olevan tärkeä menestyksen takaamiseksi tulevaisuuden yhteiskunnassa. Toisaalta tästä näkyy myös, että yritykset odottavat ja olettavat vastuullisuuden olevan tulevaisuuden yhteiskunnassa vieläkin keskeisemmässä asemassa, eikä yhtiö voi menestyä näin ollen sitä huomioimatta. Fortum toteaa esimerkissä 85 menestyksen riippuvan sen kyvystä muuttaa kestävän kehityksen haasteet liiketoimintamahdollisuuksiksi. Fortum siis näkee pitkän aikavälillä tietyn muutoksen liiketoimintalogiikassa, ja tulevaisuudessa menestyvien yhtiöiden täytyy ajatella uudesta näkökulmasta liiketoimintaansa.

Mielenkiintoista on myös, miten yritykset luovat raportoinnillaan kuvaa itsestään edelläkävijöinä vastuullisuuden suhteen. Tämä kuvaa hyvin suurta muutosta, joka on kuljettu lupa-arvojen ylitysten ja lakien noudattamisen raportoinnista vapaaehtoisuuteen ja edelläkävijyyteen vastuullisuudessa. Seuraavat esimerkit kuvaavat tätä nykyistä edelläkävijyyden diskurssia.

Esimerkki 86: Tavoitteenamme on pysyä edelläkävijänä, ja siksi poistamme asteittain käytöstä vanhempia koneita ja valmistaudumme teknologiahuippua edustavien Airbus 350 -koneiden vastaanottamiseen vuodesta 2015 alkaen. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2011)

Esimerkki 87: Olemme sitoutuneet vastuullisuuteen, ja tavoittemme on olla ykkösluokassa myös siinä. (Outokumpu ja ympäristö 2006)

Esimerkki 88: Haluamme rakentaa edelläkävijänä kestäväää energiatulevaisuutta avoimessa ja aktiivisessa vuorovaikutuksessa asiakkaidemme ja muiden sidosryhmiemme kanssa. (Fortum, Vuosikertomus 2003)

Esimerkki 89: Standardin keskeneräisyys hankaloittaa vesijalanjälkien laskemista ja vertailtavuutta, mutta haluamme olla edelläkävijöitä tälläkin saralla. (Kemira, Ympäristöraportti 2010)

Esimerkki 90: Askeleen edellä (Kemira, Ympäristöraportti 2010)

Kuten yllä olevista esimerkeistä käy ilmi, kaikki neljä tutkimaani yritystä tahtovat olla edelläkävijöitä ja toimia ykkösluokassa yhteiskuntavastuullisuudessa. Suomalaiset suuret yritykset ovat toisaalta olleet vastuullisuuden raportoinnissa ja sen omaksumisessa toimintaansa esimerkillisiä. Alun passiivinen yritys, joka noudattaa lakeja kuuliaisesti on siis muuttunut diskurssissa erittäin aktiiviseksi alansa edelläkävijäksi tai ainakin tällaista mielikuvaa tahdotaan diskurssin keinoin levittää lukijoille. Esimerkkien käsitteet ja verbit kuten *edelläkävijä*, *sitoutuneet*, *ykkösluokassa*, *aktiivisessa vuorovaikutuksessa* ja *askeleen edellä* kaikki luovat kuvaa yrityksistä aktiivisina toimijoina. Voitaisiinkin puhua edelläkävijyyden diskurssista, joka leimaa nykyistä vastuuraportointia ainakin näiden neljän suomalaisen suuren yrityksen tapauksessa. Kemira painottaa esimerkissä 89 tahtovansa olla edelläkävijä *tälläkin* saralla eli luodaan mielikuvaa yrityksen olevan jo ennestään edelläkävijä monella muulla saralla. Esimerkin 90 otsikko ”Askeleen edellä” on myös tehokas luomaan mielikuvia edistyksellisestä toiminnasta. Erityisesti otsikkoihin pyritään pistämään vastaavia mielikuviiin vaikuttavia ja tarttuvia lausahduksia.

Edelläkävijyyden diskurssi luo sidosryhmille mielikuvia yrityksestä aktiivisena toimijana, joka ottaa vastuullisuuden vakavissaan. Tässä on kyse myös tarinallistamisesta. Kuten Vaara ym. (2006, 802) kirjoittavat dramaattisessa tarinallistamisessa luodaan vahvoja mielikuvia yrityksistä esimerkiksi voittajina, häviäjinä, sankareina tai vihollisina. Analysoimissani yrityksissä pyritään näyttäytymään vastuullisuuden edelläkävijöinä ja tällöin samalla eräänlaisina voittajina vastuullisuuden saralla.

Aktiivista kuvaa yrityksestä vahvistaa myös huomattavasti lisääntynyt me-muodon käyttö. Kirjoittamalla yrityksestä me-muodossa luodaan kuvaa, kuinka yrityksen takana on todella

ihmisiä, jotka toimivat vastuullisesti. Me-muodolla saadaan inhimillistettyä toimintaa ja näytetään, että yrityksen sisällä kaikki ihmiset seisovat vastuullisuuden takana. Kuten Mueller ja Whittle (2011, 193) kirjoittavat, me-muodon avulla on helpompi oikeuttaa väitteitä ja mielipiteitä sekä seistä sanomansa takana vahvemmin. Asteittain lisääntynyt me-muodon käyttö vastuullisuusraportoinnissa siis luo yhtiöstä aktiivisen kuvan toimijana, joka seisoo vahvasti sanomansa takana. Kirjoittamalla esimerkkien tavoin ”tavoitteenamme”, ”olemme sitoutuneet” tai ”haluamme rakentaa” tuntuu yritys paljon läheisemmältä ja vilpittömämmältä kuin kirjoittamalla ”Outokumpu haluaa” tai ”Finnair on sitoutunut”. Me-pronominia vahvistaa yrityksen osallisuutta kyseessä olevan toiminnan suhteen.

Kaiken kaikkiaan vastuullisuuden diskurssissa on nähtävillä suuri muutos velvollisuudesta toimia lakien ja odotusten mukaan, edelläkävijyyteen ja vapaaehtoiseen odotusten ylittämiseen. Yritys on kärjistettynä muuttunut teksteissä reaktiivisesta proaktiiviseksi ja vastuullisuus velvollisuudesta mahdollisuudeksi. Aiempaa diskurssia leimasi enemmän arvovaltaistamisen legitimaatiostrategia ja nykyistä leimaa edelläkävijyyden legitimaatiostrategia. Myös Pälli ja Turunen (2013) toteavat vastuullisuusraporttien luonnehtivan nykyään vastuuta enemmän strategisena toimintona velvollisuuden sijasta, mikä on valittu ideologinen kanta. Historiallisesta näkökulmasta fokus on muuttunut vastuullisuudesta velvollisuutena ja pakkona - ”doing good to do good” - kohti strategista vastuullisuutta - ”doing good to do well.” (Pälli ja Turunen 2011, 298.) Lakien noudattaminen ei enää riitä siihen, että yritys nähtäisiin aidosti vastuullisena. Esimerkki 91 avaa hyvin tätä näkökulmaa. Vastuullinen yritys on nykyään aktiivinen kehittäjä eikä passiivinen lakien noudattaja.

Esimerkki 91: Vastuullisuuden viitekehyksen nähdään usein tulevan lainsäädännöstä ja edelläkävijäyritysten odotetaan ylittävän nämä vaatimukset. Vastuulliset yritykset kuitenkin myös luovat uusia käytäntöjä. Sidosryhmät odottavat yritysten johtavan riskejään – ei vain seuraavan tai minimoivan niitä. (Finnair, Yhteiskuntavastuuraportti 2010)

5. Tutkimuksen johtopäätökset

Seuraavaksi esittelen analyysini keskeisimmät tutkimustulokset ja annan muutamia suosituksia liittyen yritysten vastuullisuusraportointiin ja sen diskurssiin tulevaisuudessa. Tutkimukseni perusteella suomalaisten suurten yritysten – tai ainakin tarkastelemieni yritysten – vastuullisuusdiskurssi näyttää muuttuneen yllättävän paljon viimeisten 17 vuoden aikana. Tämä on toisaalta osoitus myös siitä, että koko vastuullisuuden ymmärtäminen yhteiskunnassa on muuttunut suhteellisen nopeassa ajassa huomattavasti. Vastuullisuuden käsitteen ja ideologioiden muutos on siis näkyvillä tutkimieni yritysten vastuullisuusdiskurssissa. Yritysten viestintä heijastelee omalta osaltaan koko teeman kehitystä ja toisaalta myös vaikuttaa samalla yritysvastuun kehittymiseen.

5.1. Tutkimuksen tulokset

Tutkielmani tavoitteena oli tutkia, miten suomalaisten suurten yritysten vastuullisuusdiskurssi näyttää muuttuneen niiden omien vastuullisuusraporttien perusteella viimeisten 17 vuoden aikana. Tutkin neljän eri valitsemani suuren yrityksen vuosikertomuksia ja yhteiskuntavastuuraportteja vuodesta 1994 vuoteen 2011. Diskurssista keskityin etsimään suurimpia muutoksia aiemman 1990-luvun raportoinnin ja nykyisen raportoinnin väliltä.

Aineistoni analyysin pohjalta paljastui, että tutkimieni yritysten vastuullisuusdiskurssissa ja tekstien tavassa hahmottaa sekä kuvailla vastuullisuutta ilmiönä on tapahtunut erittäin suuria muutoksia. Ennen yritysvastuusta raportointiin ja koko vastuullisuutta kuvailtiin hyvin erilalla kuin siitä raportoidaan nykyään. Tekstien takana näyttäytyvä yritys hahmottui hyvin erilaisena 90-luvun raportoinnissa verrattuna nykyiseen raportointiin.

Suuret muutokset diskurssissa kertovat toisaalta siitä, että vastuullisuus yritysmaailmassa on ollut voimakkaan kehityksen ja muutoksen kohteena viime vuosikymmeninä. Yritysten vastuullisuusraportointi ei pelkästään raportoi yrityksen vastuullisuuskäytännöistä, vaan se myös tuottaa kuvaamaansa kohdetta eli tässä tapauksessa yhteiskuntavastuuta (Pälli ja Turunen 2011). Yhteiskuntavastuuraportteille on nykypäivänä laajentunut paljon muita viestinnällisiä tarkoituksia kuin vain pelkkä informaation objektiivinen välittäminen lukijoille. Muutokset tutkimieni yritysten vastuudiskurssissa olen jaotellut neljään pääluokkaan. Nämä päämuutokset ovat:

1. Muutos tiivistä, menneisyyteen katsovasta ja faktoihin keskittyvästä diskurssista kohti pedagogista, tulevaisuussuuntautunutta ja vastuuta pohdiskelevaa diskurssia.
2. Vastuullisuuden käsitteen muutos ja laajeneminen: aiemmasta ympäristönsuojelullisesta näkökulmasta laajentuminen käsittämään paljon enemmän.
3. Ideologioiden luonnollistamisen muutos: win-win-argumentin kehittyminen ja ekonomistisen sekä vastuullisuuden diskurssin yhteensulautuminen.
4. Vastuullisuuden muutos diskurssin tasolla velvollisuudesta strategiseksi mahdollisuudeksi ja yritysten muuttuminen passiivisesta lakien noudattajasta aktiiviseksi edelläkävijäksi.

Aineistostani paljastui, että yritykset käyttävät erilaisia legitimaatiostrategioita, ideologioiden luonnollistamista ja passiivisia sekä me-muotoisia verbejä hyödykseen luodessaan mielikuvia itsestään ja vastuullisuudestaan. Esimerkiksi Vaaran ym. (2006) jaottelemista legitimaatiostrategioista vastuullisuusraportoinnissa on tutkimukseni perusteella käytetty toiminnan legitimoinnin tueksi arvovaltaistamisen, tarinallistamisen, normalisoinnin ja moralistamisen legitimaatiostrategioita.

Vastuullisuutta määritellään nykyään hyvin vaihtelevilla tavoilla ja yritykset kehittelevät myös omia määritelmiään siitä. Vastuullisuusraportointia tutkimalla huomaa, kuinka vastuullisuuden suhteen on vielä paljon epävarmuutta yritysmaailmassa. Esimerkiksi on epävarmuutta sen todellisista hyödyistä yritykselle ja epävarmuutta missä määrin on mahdollista edes yhdistää vastuullisuus ja kannattavuus järkevällä tavalla. Tämä epävarmuus näkyy diskurssista, kun yritykset pyrkivät vastaamaan ulkopuolella käytäviin keskusteluihin raportoinnissaan. Seuraavaksi esittelen neljä löytämäni päämuutosta diskurssissa hieman yksityiskohtaisemmin.

Ensinnäkin, tutkimani ajanjakson alkuaikoja leimasi erittäin tiivis ja tiukasti menneen raportointikauden faktoja selvittävä diskurssi. Tavoitteena oli raporttien nimen mukaisesti vain kertoa, miten vastuullisuuden saralla oli edetty raportointikauden aikana eli pyrittiin selkeään informaation välittämiseen lukijoille. Negatiivisemmista ympäristövaikutuksista kerrottiin avoimesti ja lyhyesti. Pedagogisuus eli pyrkimys opettaa lukijoita vastuun merkityksestä ja sisällöstä tai vetoaminen lukijan tunteisiin sekä etiikkaan moralistisella diskurssilla oli lähes olematonta. Tiivistä, faktojen välittämiseen keskittyntä diskurssia nimitän *informointidiskurssiksi*.

Tällainen tiivis ja menneisyyden faktoihin keskittyvä diskurssi oli toisaalta myös yksinkertaisempi ja selkeämpi, kun raportoinnilla oli vain tämä tietty tiedonvälittämisen tavoite. Vastuuraportointi näyttäytyi tähän aikaan melko selväpiirteisenä ja vastuullisuusviestintä suoraviivaisena asiana – viestinnän päämäärät olivat yksiselitteiset ja yrityksille itselleenkin selvemmat.

Alkuaikojen informointidiskurssi on muuttunut selkeästi tultaessa kohti tätä päivää. Raportoinnin päätarkoitus on laajentunut tiedottamisesta enemmän strategiseksi toiminnaksi. Yritykset käyttävät yhteiskuntavastuuraportteja nykyisin paikkana opettaa lukijoille, miten yhteiskuntavastuu tulisi ymmärtää ja mikä siinä on keskeistä. Aineistosta löytyikin paljon esimerkkejä, joissa yritykset luovat ja viestivät eteenpäin omia määritelmiään vastuusta. Pedagogisuuteen liittyy myös se, että raporteissaan yritykset antavat nykyään selkeitä kannanottoja ja ehdotuksia, miten vastuullisuus tulisi tulevaisuudessa järjestää. Esimerkiksi kritisoidaan vaikkapa kansainvälistä päästökauppaa ja annetaan omia ehdotuksia mitä sen suhteen tulisi huomioida. Yhteiskuntavastuuraporttien avulla pyritään siis myös vaikuttamaan yritysvastuun tulevaisuuden kehittymiseen. Aiemmin tarkoituksena oli taas raportoida ympäristötapahtumista kuluneen tilikauden ajalta sen kummemmin ottamatta kantaa vastuullisuuteen ilmiönä yhteiskunnassa ja ympäristöasioihin.

Menneisyyteen keskittyvä diskurssi on muuttunut vastuullisuusraportoinnissa tätä päivää kohden tultaessa yhä enemmän tulevaisuuteen katsovaksi. Erityisesti raporttien alkupuolella keskitytään kuvailemaan, mitkä ovat yrityksen yhteiskuntavastuun tavoitteita ja millaista tulevaisuutta tahdotaan rakentaa. Yksi syy luoda tällaisia visioita kestävästä ja hyvästä tulevaisuudesta on, että ne luovat mielikuvia lukijalle vastuullisesta yrityksestä, vaikka eivät todellisuudessa kerro mitään vastuunkannon nykytilanteesta. Tulevaisuuspuhe on myös eräs tarinallistamisen keino (Vaara ym. 2006, 802), joka legitimoii yrityksen tämänhetkistä toimintaa.

Taloudellisen raportoinnin tapauksessa ei ole yhtä suurta riskiä, että lukijat ajattelevat tulevaisuuden visioiden jäävän vain hyviksi pyrkimyksiksi. Vastuullisuusraportoinnissa tulevaisuuteen keskittyvät vihreät ja kestävät lausahdukset kuten ”Kohti aurinkotaloutta” saavat helpommin viherpesun leiman ja tuntuvat vain pelkältä puheelta. Sen sijaan taloudelliset tulevaisuuden tavoitteet tuntuvat helpommin lukijoista konkreettisemmilta ja realistisemmilta. Tästä syystä yritysten kannattaa olla erityisen tarkkoina yhteiskuntavastuuraporttiansa tulevaisuusmielikuvien luomisen kanssa.

Kolmas muutos aiemmassa informointidiskurssissa on pohdiskelun ja filosofisuuden lisääntyminen vastuuraportoinnissa. Raporteista onkin muodostunut paikka, jossa jopa kuuluu

pohtia yhteiskuntavastuun merkitystä ja tärkeyttä syvällisesti. Tällä pohdinnalla yritykset osoittavat sitoutuneisuutensa vastuullisuuteen. Pohdiskelu luo mielikuvia lukijoille aktiivisesta, korkeamoraalisesta ja jopa ”älykkäästä” yrityksestä, mutta ei kerro mitään todellisesta vastuunkannosta. Näissä pohdintaosuuksissa käytetäänkin loppujen lopuksi melko sisällöttömiä ja mahtipontisia lauseita hyväksi. Pohdiskelu on osoitus Hirston (2010) esille nostamasta moraalistamisen diskurssista. Jo pelkkä vastuullisuuden pohtiminen antaa yrityksestä kuvan korkeamoraalisena.

Aineistosta löytämäni ensimmäinen suuri päämuutos diskurssissa on siis raportoinnin päämäärien muuttuminen pedagogisuuden, tulevaisuuden tavoitteiden ja pohdiskelun suuntaan pelkän informaation välittämisen sijaan. Raportoinnilla on näin ollen nykyään enemmän päämääriä ja funktioita kuin niiden nimissä oleva termi *raportti* antaa olettaa.

Toinen merkittävä muutos diskurssissa on vastuullisuuden käsitteen laajeneminen vähitellen. Alkuun raporteissa oli kyse pelkästään ympäristönsuojelusta, jolloin vastuullisuus näyttäytyi yritysten kannalta melko yksinkertaisena prosessina. Vähitellen näkökulma pelkästä ympäristönsuojelusta laajentui käsittämään ensin kestävä kehityksen, sosiaalisen vastuun ja lopulta yritysten yhteiskuntavastuun määritelmän. Sosiaalinen vastuu ja taloudellinen vastuu nousivat siis vasta myöhemmin mukaan. Suuri muutos olikin *vastuu*-sanan käytön yleistyminen raportoinnissa 2000-luvun aikana. Sana havainnollistaa muutosta, kuinka yhteiskuntavastuu alettiin nähdä enemmän juuri yritysten vastuuseen luonnostaan kuuluvana asiana eikä ylimääräisenä ”hyvänä” toimintana. *Vastuu*-sana painottaa asian olevan pakollista yritykselle, koska se sisältää itsessään ajatuksen, että jokaisen kuuluu kantaa vastuunsa.

Se, miten yhteiskuntavastuun on milloinkin määritelty on myös vaikuttanut yritysten konkreettiseen vastuullisuuteen. Yhteiskuntavastuuseen on määritelty kuuluviksi ympäristöllinen, sosiaalinen ja taloudellinen vastuu. Tämä määritelmä on luonnollistettu osaksi vastuullisuuskeskustelua toistelemalla sitä vastuuviestinnässä jatkuvasti. Vastuun jakautumista näihin kolmeen ulottuvuuteen ei enää kyseenalaisteta ja yhteiskuntavastuusta näyttää yritysten raporttien perusteella muodostuneen eräänlainen kattokäsite.

Yritysten yhteiskuntavastuun käsite on siis laajentunut huomattavasti 1990-luvun puolivälistä lähtien. Toisaalta, koska siihen liittyy monia eri käsitteitä, kuten ympäristöllinen, taloudellinen ja sosiaalinen vastuu, kestävä kehitys, yhteiskuntavastuu ja aivan viimeisimpänä yrityskansalaisuus,

on koko teema muuttunut epäselvemmäksi kuin mitä se oli aiemmin. Lisäksi erityisesti sosiaalisen vastuun piiriin näytetään aineistoni perusteella nostettavan hyvin monenlaisia asioita, jotka kuuluvat jo valmiiksi yritysten liiketoiminnan piiriin. Tällaisia yhteiskuntavastuuraportteihin nostettavia toimia ovat esimerkiksi hyvä asiakaspalvelu, verojen maksaminen ja oman ydinliiketoiminnan tuottaman palvelun tarjoaminen yhteiskunnalle.

Yhteiskuntavastuun käsitteen ollessa näin laaja, epäselvä ja yritysten välillä vaihteleva on erittäin hankalaa vertailla yritysten vastuuta keskenään. Lisäksi käsitteen epäselvyys ja laajuus antaa yrityksille vapauksia liittää vastuullisuuteen tekijöitä, jotka kuuluvat muutenkin niiden liiketoimintaan. Tällöin on helpompi vaikuttaa vastuulliselta ulospäin sidosryhmille. Käsitteen laajennuttua koskemaan muutenkin yritysten liiketoimintaan kuuluvia toimintoja vaikuttaa myös siltä, ettei voiton maksimoinnin ja vastuullisuuden välillä ole niin suurta ristiriitaa kuin aikaisemmin näytti olevan. Aiemmin, kun vastuullisuus käsitettiin pelkästään ympäristönsuojeluna, oli ristiriita vastuullisuuden ja voiton maksimoinnin välillä ymmärrettävästi suurempi.

Kolmas aineistoni pohjalta noussut havainto on ekonomistisen ja vastuullisuuden ideologioiden luonnollistamisen muutos. Aiemmin vastuullisuusraporteissa annettiin ymmärtää vahvemmin, että voiton maksimoinnin ja vastuullisuuden välillä on ristiriita. Kirjoitettiin, kuinka ympäristöinvestoinnit voidaan toteuttaa, jos niiden hyöty on merkittävä ja investointi taloudellisesti järkevä. Ristiriitaa vastuun ja taloudellisen näkökulman välillä ei yritetty kiistää ja tämä näkyi selkeästi raporteissa. Tällöin myös legitimoitiin taloudellisen näkökulman ensisijaisuutta raporteissa. Win-win-argumentti ei siis selvästi pätenyt ennen. Nyt kuitenkin luonnollistetaan sitä, että on mahdollista toimia yhtä aikaa vastuullisesti ja taloudellisesti järkevästi. Näkökulma on siis muuttunut täysin päinvastaiseksi ja win-win-argumentti näyttäisi pätevän ainakin tutkimieni yritysten vastuuraporttien perusteella. Vastuullisuuden oikeuttaminen yritysmaailmassa voi olla aiheellista esimerkiksi osakkeenomistajien luottamuksen lunastamiseksi. Heille täytyy perustella, miksi yritys käyttää rahaa vastuullisuuden eteen, kun aiemmin todettiin yksiselitteisesti vastuullisuuden olevan ristiriidassa voiton maksimoinnin kanssa.

Vastuullisuuden käsitteen laajenemisen ja toisaalta kapitalisoitumisen myötä ekonomistinen ja vastuullisuuden diskurssi ovat muodostaneet uuden *vastuuntuntoisen kannattavuuden hybrididiskurssin*. Kirjoitetaan esimerkiksi kestävästä kasvusta, vastuullisesta kannattavuudesta ja luonnollistetaan ajatusta, että vastuullisuus voi olla kannattavaa yritykselle. Tässä uudessa

vastuuntuntoisen kannattavuuden diskurssissa vastuullisuuden käsitteet on yhä enenevässä määrin määritelty liiketoiminnan käsitteiden kautta.

Koko käsitys taloudellisen tuloksen ja vastuullisuuden suhteesta on siis muuttunut näiden 17 vuoden aikana merkittävästi. Näkökulma vastuullisuuteen ja sen määritelmät ovat kokeneet analyysini pohjalta selkeän muutoksen. Jo pelkästään se, että yhteiskuntavastuun yhdeksi ulottuvuudeksi on määritelty taloudellinen vastuu, antaa ymmärtää automaattisesti, että on mahdollista yhdistää ekonomistinen ja vastuullisuuden perspektiivi.

Neljäs havaitsemani päämuutos vastuullisuusraportoinnin diskurssissa on vastuullisuuden muuttuminen velvollisuudesta vapaaehtoiseksi edelläkävijyydeksi. Aiemmin ympäristönsuojelua toteutettiin lähinnä noudattamalla lakeja ja pyrkimällä vastaamaan yhteiskunnan odotuksiin. Vastuullisuus näyttäytyi velvollisuutena ja yritykset passiivisina lakien noudattajina. Tämä vahvasti lakeihin ja odotuksiin nojaaminen on esimerkki Vaaran et al. (2006) ja van Leeuwenin (2007) arvovaltaistamisen legitimaatiostrategiasta, jossa legitimoidaan toimintaa viittaamalla esimerkiksi persoonattomaan tahoon kuten perinteisiin, lakeihin tai tapoihin.

Sen sijaan nykyään raportoinnissa pyritään osoittamaan, että tahdotaan vapaaehtoisesti ylittää yhteiskunnan odotukset. Yritys tekstin takana näyttäytyy erilaisilla tekstillisillä valinnoilla, kuten me-muodon käytöllä, aktiivisena edelläkävijänä, joka näkee vastuullisuuden mahdollisuutena velvollisuuden sijasta. Kaikki tutkimani yritykset korostivat olevansa ykkösluokassa vastuussaan tai edelläkävijöitä siinä. Tästä syystä nimitänkin nykyistä legitimaatiostrategiaa edelläkävijyyden legitimaatiostrategiaksi. Yritysten korostaminen edelläkävijöinä on myös merkki Vaaran et al. (2006, 802) tunnistamasta dramaattisesta tarinallistamisesta, jossa luodaan vahvoja mielikuvia yrityksistä esimerkiksi voittajina, häviäjinä, sankareina tai vihollisina. Suomalaiset suuret yritykset näyttäytyvät raportoinnissa lähes poikkeuksetta voittajina.

Tutkimustulokseni osoittavat, että muutokset vastuullisuusdiskurssissa ovat olleet tutkimallani ajanjaksolla selkeitä ja suuria. Diskurssintutkimus osoittaa suomalaisten suurten yritysten läpikäyneen suuria muutoksia vastuullisuusraportointinsa saralla viimeisten 17 vuoden aikana. Yhteiskuntavastuuraportit ovat nykyään täynnä myös muita päämääriä kuin pelkästään raportointikauden vastuullisuustoimien ja -tapahtumien raportointia. Raportit eivät enää nimensä mukaisesti pelkästään raportoisi niin kuin oli ennen, vaan ne myös ottavat osaa laajaan keskusteluun yhteiskuntavastuusta ja legitimoivat tiettyjä ideologioita. Kaikki tutkimukseni pohjalta esille nousseet muutokset ja niiden aiheuttamat ongelmat tiedostamalla - kuten vastuun käsitteen laajenemien ja epäselvyys useissa tilanteissa - on toivottavasti helpompi rakentaa

tulevaisuudessa entistäkin vastuullisempia ja läpinäkyvämmiin yhteiskuntavastuustaan raportoivia yrityksiä.

5.2. Liiketoiminnalliset suositukset ja jatkotutkimus

Yhteiskuntavastuuraportointi on erittäin haasteellista ja aikaavievää yrityksille. Lisäksi yrityksiin kohdistuu paikoitellen syytöksiä viherpesusta ja asioiden pelkämästä kirjoittamisesta tekojen sijaan. Yritykset pyrkivät toisinaan profiloitumaan viestinnällään vastuullisemmiksi kuin todellisuudessa ovat. Toisaalta yhteiskunta ja yritysten välinen kilpailu saattavat painostaa yrityksiä kuvailemaan itseään vastuullisena, ja retoriikan tasolla on helpompi näyttäytyä hyvänä yrityskansalaisena kuin todellisuudessa. Vastuullisuustekstien voidaan kuitenkin ajatella olevan itsessään tärkeitä vastuullisuuden kehittymisen kannalta. Kun asioita kirjataan tekstien muotoon, ne selkenevät, ja teksteistä tulee asioiden ymmärrystapaan vaikuttavia toimijoita (Pälli & Turunen 2011, 285).

Analyysini perusteella voidaan esittää muutamia seikkoja, joiden suhteen yritysten kannattaisi olla erityisen tarkkoja vastuullisuusraportoinnissaan, ja jotka ovat keskeisiä tulevaisuudessa vastuullisuuden kehittymisen kannalta. Ensinnäkin, yhteiskuntavastuuraportoinnin alkuperäistä päätarkoitusta eli konkreettisesta yrityksen vastuullisuudesta tiedottamista ei saisi jättää taka-alalle raporteissa. Yritysten vastuullisuutta pystytään vertailemaan vain todellisten faktojen ja raportoinnin kautta. Vastuullisuusraportoinnin pohjalta tulisi pystyä tarkastelemaan yritysten kehitystä yhteiskuntavastuun saralla.

Toisekseen, vastuullisuusraporttien käyttämisessä imagon rakentamisen välineenä tulee olla erittäin varovainen, koska tällöin yritys saatetaan helposti leimata vain suurien lupausten ja kauniiden sanojen kirjoittajaksi. Keskeinen haaste onkin tasapainon löytäminen imagonrakentamisen ja informoinnin välillä. Pedagogisuus ja vastuun pohdiskelu raporteissa eivät ole välttämättä paha asia, jos koetaan olevan tärkeää lisättävää keskusteluun yhteiskuntavastuusta. Toisaalta näihin tai tulevaisuuden tavoitteiden ja ihannetilojen maalailuun ei kuitenkaan saisi uhrata liikaa tilaa, koska tällöin monia sidosryhmiä kiinnostavat todelliset toimenpiteet jäävät helposti taka-alalle. Tärkeintä on kuitenkin loppujen lopuksi, että raportoinnin kautta saadaan käsitys yritysten vastuullisuuteen liittyvistä toimenpiteistä.

Kolmanneksi, vastuullisuuden käsitteiden laajentuminen aiheuttaa omat haasteensa raportoinnin kannalta. Raportteihin ei välttämättä kannata liittää sosiaaliseen vastuuseen kuuluviksi tekijöitä, jotka kuuluvat jo muutenkin yrityksen liiketoimintaan. Tämä ei saa yrityksiä näyttämään sen

vastuullisemmilta. Yhteiskuntavastuun käsitteen selkiyttäminen ja yksinkertaistaminen yrity maailmassa olisikin tärkeää koko vastuullisuuden tulevaisuuden kehittymisen takia. Yritysten välinen vertailtavuus helpottuisi, kun kaikilla yrityksillä olisi selvät sävelet, mitä vastuun piiriin todella kuuluu. Yhteiskuntavastuun käsite ei saisi olla tulkinnanvarainen ja neuvoteltavissa.

Yritysten kannattaisikin mieluummin pyrkiä määrittelemään muutama oman toimintansa kannalta oleellinen ja tärkeä vastuullisuusteema ja pyrkiä raportoinnissa tiiviYTEEN. Laaja yhteiskuntavastuuraportti on erittäin raskas yritykselle toteuttaa ja myös lukijoiden on usein vaikeampi löytää siitä olennaisimmat asiat. Raportointia ei tulisi missään nimessä tehdä vain raportoimisen takia, vaan sillä tulisi olla selkeät päämäärät. Tällä tavalla vastuullisuudesta voisi tulla myös yritysten sisällä helpommin hallittava kokonaisuus.

Neljänneksi, voidaan myös nostaa esille kysymys, olisiko selkeyttämisen kannalta helpointa säätää yritysten vastuullisuusraportointia rajoittavat lait, jotka olisivat kaikille samat. Ainakin talousviestintä nojaa vahvasti lakeihin ja on näin ollen helpommin hallittavissa. Yrityksen on hyvin hankalaa olla itse oma vastuullisuutensa valvoja. Yhteiset lait voisivat mahdollistaa yritysten vastuullisuuden seuraamisen systemaattisemmin, laajemmin ja luotettavammin. Toisaalta tulee muistaa, ettei vastuullisuusraportointi johda automaattisesti vastuulliseen toimintaan. Samalla vapaaehtoisuuteen perustuva vastuullisuus voidaan nähdä myös positiivisena asiana.

Viidenneksi, tulevaisuudessa voitaisiin myös mennä vielä entistä enemmän siihen suuntaan, että yritysten vastuullisuusraportit tuotettaisiin yhdessä sidosryhmien kanssa. Tällä tavalla yhdessä yritysten vastuullisuutta monitoroimalla voitaisiin siitä muodostaa kokonaisvaltaisempi, useista näkökulmista vastuullisuutta tarkasteleva ja näin ollen mahdollisesti realistisempi kuvaus yrityksen vastuusta. Ei välttämättä ole järkevää, että pelkästään yritys yksin määrittelee sen yhteiskuntavastuuta.

Kuudenneksi, turhan optimistinen retoriikka ja ongelmien vähättely saattaa jättää varjoonsa tärkeitä asioita, joihin kuuluisi oikeasti kiinnittää enemmän huomiota. Tästä syystä yrityksillä olisi hyvä olla rohkeutta puhua avoimemmin vastuullisuuden ongelmista omalla kohdallaan. Avoimempi diskurssi on toisaalta haasteellinen toteuttaa, koska yksittäinen yritys tahtoo näyttää asiat yhtä positiivisessa valossa kuin muutkin näyttävät. Tästä johtuen avoimempi raportointi vaatisi kaikkien yritysten yhteisen päätöksen. Ongelmakohtien avoin raportoiminen voisi auttaa kehittämään yritysten yhteiskuntavastuuta tehokkaammin ja nopeammin kuin ongelmien

vähättely. Tästä syystä olisi kannattavaa rohkaista kaikkia yrityksiä mahdollisimman avoimeen viestintään. Ehkä esimerkiksi hankalien ja ristiriitaisten asioiden käsittelystä avoimesti tulisi antaa enemmän tunnustusta yrityksille. Tällöin yleisen keskustelun kohteeksi voisi nousta helpommin monia tärkeitä ja huomionarvoisia asioita yritysvastuuseen liittyen.

Vastuullisuusdiskurssin pidemmän aikavälin tutkiminen antaa perspektiiviä ymmärtää, miten yhteiskuntavastuuraportointi on kehittynyt yritysmaailmassa sellaiseksi kuin se nyt on. Tutkimusaiheeni osoittautuikin erittäin kiinnostavaksi ja onnistuin löytämään diskurssia tutkimalla yllättävän suuria muutoksia koko vastuullisuuden hahmottamisesta yhteiskunnassa. Kriittinen diskurssianalyysi menetelmänä aineiston tutkimiseen tuki hyvin analyysiäni.

Aihepiiriin liittyen voisi tehdä vielä paljon lisää tutkimusta, koska yritysten vastuullisuusdiskurssin muutosta kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta ei ole aiemmin kovinkaan paljon tutkittu. Esimerkiksi olisi mielenkiintoista tutkia yritysten vastuudiskurssin muutosta vielä pidemmällä aikavälillä, kuten esimerkiksi jo 80-luvulta alkaen. Tällöin saattaisi paljastua radikaalimpia muutoksia esimerkiksi ideologioissa ja vastuun sekä taloudellisen näkökulman hahmottamisessa.

Lisäksi olisi mielenkiintoista tutkia vastuullisuusraportointia enemmän pelkästään valtasuhteiden näkökulmasta kriittisen diskurssianalyysin menetelmin. Kenellä on valtaa määritellä, mitä vastuullisuus tarkoittaa ja ketkä kirjoittuvat esimerkiksi kuunteleviksi sidosryhmiksi? Yhteiskuntavastuuraportteja, ja etenkin niiden muutosta ajan saatossa, olisi antoisaa tutkia myös semiotiikan näkökulmasta. Lisäksi vastuullisuusraportoinnin diskurssia voisi vertailla myös maittain ja selvittää, millaisia kulttuurikohtaisia eroja vastuullisuuden ymmärryksessä on.

Lähteet

- Adams, Carol A. 2005. The ethical, social and environmental reporting-performance portrayal gap. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 17(5): 731-757.
- Alasuutari, P. 1996. Theorizing in Qualitative Research: A Cultural Studies Perspective. *Qualitative Inquiry*, 2(4): 371-384.
- Banerjee, S. B. 2007. *Corporate Social Responsibility: The Good, The Bad and The Ugly*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bebbington, J. & Larrinaga, C. & Moneva, J. M. 2008. Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 21(3): 337-361.
- Beltratti A. 2005. The complementarity between corporate governance and corporate social responsibility. *The Geneva Papers* 30: 373-386.
- Berns, M., Townend, A., Khayat, Z., Balagopal, B., Reeves, M., Hopkins, M., Kruschwitz, N. 2009. Sustainability and Competitive Advantage. *MITSloan Management Review* [special report]. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology. 51(1): 19-26.
- Bhatia, V. K. 2010. Interdiscursivity in professional communication. *Discourse & Communication* 4(4): 32-50.
- Burchell, J. & Cook, J. 2006. Confronting the “corporate citizen”: shaping the discourse of corporate social responsibility. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 26(3/4): 121-137.
- Christofi, A. Christofi, P. & Sisaye, S. 2012. Corporate sustainability: historical development and reporting practices. *Management Research Review*, 35(2): 157-172.
- Coupland, C. 2005. Corporate Social Responsibility as Argument on the Web. *Journal of Business Ethics*, 62: 355-366.
- Cormier, D. & Magnan M. 2003. Environmental Reporting Management: A Continental European Perspective. *Journal of Accounting and Public Policy* 22(1): 43-62.
- Crawford, S. 2007. Social and environmental reporting and hegemonic discourse. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(6): 855-882.

- Fairclough, N. 2003. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Fairclough, N. & Wodak, R. 1997. Critical discourse analysis. Teoksessa T. van Dijk (toim.): *Discourse as social interaction*, London: Sage, 258 - 284.
- Fairclough, N. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge, England: Polity Press.
- Gee, J. P. 2005. *Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. London: Routledge.
- Grit, K. 2004. Corporate Citizenship: How to Strengthen the Social Responsibility of Managers? *Journal of Business Ethics*, 53: 97-106.
- Halme, M. & Lovio, R. 2004. Yrityksen sosiaalinen vastuu globalisoituvassa taloudessa. Teoksessa Heiskanen, Eva (toim.): *Ympäristö ja liiketoiminta. Arkiset käytännöt ja kriittiset kysymykset*. Gaudeamus, Helsinki.
- Hirsto, Heidi 2010. *Vastuutonta puhetta? Esseitä talouden merkityksellistämistä*. Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis, A-377 Väitöstutkimus. Aalto Print, Helsinki.
- Hooghiemstra, R. 2000. Corporate Communication and Impression Management – New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 27: 55-68.
- Hutchins, M. Walck, C. Sterk, D. & Campbell, G. 2005. Corporate social responsibility: a unifying discourse for the Mining industry? *Greener Management International*, 52: 17-30.
- Idowu, S. & Papasolomou, I. 2007. Are the corporate social responsibility matters based on good intentions or false pretences? An empirical study of the motivations behind the issuing of CSR reports by UK companies. *Corporate Governance*, 7(12): 136-147.
- Juholin, E. 2004. For business or the good of all? A Finnish approach to corporate social responsibility. *Corporate Governance* 4(3), 20-31.
- Jokinen A. 1999. Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa Jokinen A., Juhila K. & Suoninen E. (toim.): *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Vastapaino, Tampere. 233-252.
- Kuronen, M.-L. & Tienari, J. & Vaara, E. 2005. The Merger Storm Recognizes No Borders: An Analysis of Media Rhetoric on a Business Manoeuvre. *Organization* 12(2): 247 – 273.

- Laine, M. 2009. *A Way of Seeing Corporate Sustainability Reporting*. Acta Universitatis Tamperensis 1486. Tampereen yliopisto, Tampere.
- Lovio R. 2004. Yrityksen sidosryhmät ja ympäristöjohtaminen. Teoksessa Heiskanen, Eva (toim.): *Ympäristö ja liiketoiminta. Arkiset käytännöt ja kriittiset kysymykset*. Helsinki: Gaudeamus.
- Lovio R. & Kuisma, M. 2004. Ympäristönsuojelun ja yritystalouden yhteensovittamisen haaste. Teoksessa Heiskanen, Eva (toim.): *Ympäristö ja liiketoiminta. Arkiset käytännöt ja kriittiset kysymykset*. Helsinki: Gaudeamus.
- Luukka, M.-R. 2000. Näkökulma luo kohteen: diskurssintutkimuksen taustaoletukset. Teoksessa Sajavaara K. ja Piirainen-Marsh A. (toim.): *Kieli, diskurssi & yhteisö*, Jyväskylän yliopistopaino. 133–160.
- Maignan, I. & Ralston, D. A. 2002. Corporate Social Responsibility in Europe and the U.S.: Insights from Businesses' Self-presentations. *Journal of International Business Studies*, 33(3): 497-514.
- Mueller F. & Whittle A. 2011. Translating Management Ideas: A Discursive Devices Analysis. *Organization Studies*, 32:187-210.
- Nielsen, A. E. & Thomsen, C. 2007. What they say and how they say it. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(1): 25–40.
- Onkila, T. 2009. *Environmental Rhetoric in Finnish Business. Environmental Values and Stakeholder Relations in the Corporate Argumentation of Acceptable Environmental Management*. Jyväskylä Studies in Business and Economics 76. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.
- Onkila, T. 2009. Corporate Argumentation for Acceptability: Reflections of Environmental Values and Stakeholder Relations in Corporate Environmental Statements. *Journal of Business Ethics* 87, 285–298.
- Okoye, A. 2009. Theorising Corporate Social Responsibility as an Essentially Contested Concept: Is a Definition Necessary? *Journal of Business Ethics*, 89: 613–627.
- Panapanaan 2003. Roadmapping Corporate Social Responsibility in Finnish Companies. *Journal of Business Ethics*, 44: 133-138.

- Perrini 2006. The Practitioner's Perspective on non-Financial Reporting, *California Management Review*, 48(2): 73-103.
- Pietikäinen, S. 2000. Kriittinen diskurssintutkimus. Teoksessa Sajavaara K. ja Piirainen-Marsh A. (toim.): *Kieli, diskurssi ja yhteisö*. Soveltavan kielentutkimuksen keskus. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä, 191–218.
- Potter, J. 1996. *Representing reality. Discourse, Rhetoric and Social Construction*. SAGE: London.
- Pälli, P. & Turunen, J. 2011. Vastuutekstien monet merkitykset. Teoksessa: Joutsenvirta, M. Halme, M. Jalas, M. Mäkinen J. (toim.): *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*. Gaudeamus. 251–267.
- Pälli, P. 2003. *Ihmisryhmä diskurssissa ja diskurssina*. Acta Universitatis Tamperensis 910. Tampere: Tampere University Press.
- Rytkölä, J. 2008. *Vastuun viestejä. Yritysten yhteiskuntavastuuraportit vastuullisen liiketoiminnan määrittelijöinä*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin kauppakorkeakoulun kielten ja viestinnän laitos.
- Skulstad, A. 2002. *Established and Emergent Business Genres*. Kristiansand: HøyskuleForlaget.
- Thomson, I. & Bebbington, J. 2005. Social and environmental reporting in the UK: a pedagogic evaluation. *Critical Perspectives on Accounting*, 16: 507 – 533.
- Vaara, E., Tienari, J. & Laurila, J. 2006. Pulp and paper fiction: On the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization Studies*, 27(6): 789-810.
- Van Leeuwen, T. 2007. Legitimation in discourse and communication. *Discourse and Communication*. 1(1), 91-112.
- Vendelø, M.T. 1998. Narrating corporate reputation: becoming legitimate through storytelling. *International Studies of Management & Organization*. 28(3): 120-137.
- Virsu, V. 2012. *Sitouttamisretoriikka yritysviestinnässä*. Annales Universitatis Turkuensis 331. Turku: Turun yliopisto.
- Wodak, R. & Meyer, M. 2001. *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage.

Aineistolähteet

Finnair

Vuosikertomukset 1994 - 2003. Saatavilla osoitteessa:

<http://web.lib.hse.fi/FI/yrityspalvelin/company/30.html>

Yhteiskuntavastuuraportit 2002 – 2011. Saatavilla osoitteessa:

http://www.finnairgroup.com/yhteiskunta/yhteiskunta_8.html

Fortum (ennen Neste)

Vuosikertomukset 1996 – 2011. Saatavilla osoitteissa:

<http://web.lib.hse.fi/FI/yrityspalvelin/company/22.html>

<http://web.lib.hse.fi/FI/yrityspalvelin/company/240.html>

<http://www.fortum.com/fi/media/mediapankki/julkaisut/pages/default.aspx>

Kemira

Vuosikertomukset 1994 – 2001. Saatavilla osoitteessa:

<http://web.lib.hse.fi/FI/yrityspalvelin/company/66.html>

Yhteiskuntavastuuraportit 2001- 2011. Saatavilla osoitteessa:

<http://www.kemira.com/fi/uutishuone/julkaisut/yritysvastuuraportti/Sivut/default.aspx>

Outokumpu

Vuosikertomukset 1994 – 2003. Saatavilla osoitteessa:

<http://web.lib.hse.fi/FI/yrityspalvelin/company/152.html>

Yhteiskuntavastuuraportit 2003 – 2011. Saatavilla osoitteessa:

<http://www.outokumpu.com/fi/Vastuullisuus/yritysvastuu/raportointi/Sivut/Raportointi.asp>

x