

TIINA ONKILA ja MARJO SILTAOJA

Monologista dialogia? Kriittinen diskurssianalyysi yritysten toimija-aseman rakentumisesta yritysvastuuraporteissa

TIIVISTELMÄ

Yritysvastuuraportoinnista on tullut yleinen ilmiö ja käytänte erityisesti suurten suomalaisten yritysten toiminnassa. Vaikka yritysvastuuraportointiin keskittyvä tutkimuskirjallisuus on lisääntynyt, vähemmälle huomiolle niin kansallisesti kuin kansainvälisesti on jäänyt se, millaisen toimija-aseman yritykset raporteissa itselleen tuottavat ja oikeuttavat. Artikkelimme osallistuu keskusteluun vastuullisen liiketoiminnan ristiriitaisesta ja monimerkityksellisestä asemasta yritys-yhteiskuntasuhteissa. Sovellamme kriittistä diskurssianalyysia yritysvastuuraporttien tutkimukseen ja tarkastelemme yritys-yhteiskuntasuhteen rakentumista suomalaisten yritysten yritysvastuuraporteissa. Päätelmämme mukaan yritysvastuuraportoinnin avulla yritykset ylläpitävät oikeuttaan osallistua yritysvastuun määrittelyyn. Määrittelyase- man kautta toisia toiminnan muotoja tuotetaan oikeutetummiksi ja siten eriäviä näkökulmia suljetaan ja rajoitetaan pois keskustelusta. Tällaisilla rajauksilla on myös vaikutuksia siihen, mitä ymmärrämme yrityksen rooliksi ja tehtäväksi yhteiskunnassa.

Avainsanat: *kriittinen diskurssianalyysi, liiketoiminnan vastuut, retoriikka, sidosryhmät, yritysvastuuraportointi*

TIINA ONKILA, Tutkijatohtori

• e-mail: tiina.onkila@jyu.fi

MARJO SILTAOJA, Tutkijatohtori

• e-mail: marjo.siltaoja@jyu.fi

1 JOHDANTO

Liiketoiminnan vastuut ovat herättäneet kasvavaa kansainvälistä ja kansallista keskustelua viime vuosikymmenen aikana. Tämä keskustelu on painottanut erityisesti kysymyksiä siitä, millaista kontribuutiota yritysten tulisi yhteiskuntaan tuottaa ja miten tämä kontribuutio tuotettaisiin. Viime vuosikymmenten aikana liiketoiminnan vastuututkimus on laajentunut vastuun ottamisen ehtoihin liittyvästä keskustelusta koskemaan myös kysymyksiä, jotka liittyvät koko johtamisen alan kenttään. Esimerkiksi vuoden 2009 johtamisen ja organisaatiotutkimuksen alan tutkijoiden suurin vuosittainen konferenssi, Academy of Management, keskittyi vihreän johtamisen tematiikkaan. Yritysten vastuullisuudesta, mutta myös vastuuttomuudesta on tullut aikamme puhutuimpia aiheita.

Liiketoiminnan vastuiden kriittisesti orientoituneet tutkijat ovat huomauttaneet, että vastuullisuuskeskustelun räjähdysmäinen kasvu on myös lisännyt yritysten valtaa yhteiskunnassa sekä häivyttänyt useita tärkeitä kysymyksiä koskien yrityksen ja yhteiskunnan välistä suhdetta (esim. Banerjee 2008). Yritysvastuuseen liittyvä 'vapaaehtoisen itsesäätelyn ajatus' voi toimia myös tiukempaa lainsäätöä estävänä asiana. Lisäksi vastuupuheen kautta voidaan oikeuttaa ristiriitaisia organisatorisia toimenpiteitä. Esimerkiksi taloudellisen vastuun korostamisen kautta voidaan oikeutta toimia, jotka ovat ristiriitaisia jonkin toisen vastuun ulottuvuuden näkökulmasta. Tällaisia ovat mm. organisaation toiminnan kutistaminen tai lakkauttaminen, mikä saattaa johtaa jäljelle jäävien työntekijöiden pahoinvointiin työssä. Vastuukäytänteiden ja vastuuraportoinnin kasvavasta määrästä huolimatta vastuullisuuden olemassaolo onkin kyseenalaistettu. Siten vastuupuheet on tulkittu usein pelkäksi retoriikaksi – pelkäksi puheeksi ilman vastaavuutta käytännön teoissa.

Kielenkäytöllä on kuitenkin tärkeä rooli sosiaalisen todellisuuden tuottamisessa ja ylläpitämisessä. Tämän ajatuksen mukaisesti tarkastelemme vastuuraporteissa tapahtuvaa kielenkäyttöä itsessään toimintana, jonka kautta yritykset osallistuvat yritys-yhteiskuntasuhteen määrittämiseen ja rakentamiseen. Sosiaalisen konstruktionismin hengessä emme siis tarkastele tekstejä kuvauksena siitä, miten yritykset todella ovat toimineet, vaan mielenkiintomme kohdistuu siihen, miten yritys-yhteiskuntasuhde raporteissa rakentuu ja millaisen toimija-aseman yritykset siten raporteissa itselleen tuottavat ja oikeuttavat. Empiirisessä aineistossamme, joka koostuu 25 suomalaisen yrityksen yritys vastuuraportista, sovellamme kriittistä diskurssianalyysia ja retorista analyysia. Kriittisen tutkimuksen lähtökohtana on usein ajatus yhteiskunnallisesti ristiriitaisten ilmiöiden tarkastelusta ja niihin rakentuvista valtasuhteista. Argumenttimme mukaan liiketoiminnan vastuut ovat ajallisesti ja paikallisesti rakentuva poliittinen ilmiö, joka sisältää valtakamppailuja eri toimijoiden intressien kesken. Ilmiön poliittisuudella tarkoitamme sitä, että liiketoiminnan vastuut rakentuvat erilaisille arvoille ja näkemyksille siitä, miten yritysten tulisi toimia. Eri yksilöt, ihmisryhmät ja yritykset eivät ole yhtenäisiä ja yksimielisiä toimijoita vaan omaavat intressieroja ryh-

mien välillä ja pyrkivät oman etunsa ja hyvinvointinsa ajamiseen. Analyysimme tuokin esille, miten yritysvastuuraportoinnin kautta yritykset oikeuttavat oman asemansa vastuullisuuden ehtojen ja rajojen määrittelyssä. Siten yritykset osallistuvat keskusteluun siitä, mitä miellämme vastuulliseksi toiminnaksi.

Artikkelimme etenee seuraavalla tavalla: luvussa kaksi esittelemme liiketoiminnan vastuisiin liittyvää tutkimusta erityisesti kriittisestä näkökulmasta. Luvussa kolme selvennämme kriittisen diskurssianalyysin ja retorisen analyysin lähestymistapaa tässä artikkelissa. Tutkimuksemme empiirinen osio on esillä luvussa neljä. Päätelmämme empiiristen tulosten pohjalta päättävät artikkelin.

2 LIIKETOIMINNAN VASTUUTUTKIMUS

Aloitamme tämän luvun tarkastelemalla vastuullisuustutkimuksen ja -ajattelun taustoja sekä kriittisen näkökulman merkitystä tässä keskustelussa.

2.1 Liiketoiminnan vastuiden taustaa

Liiketoiminnan vastuut ovat paljon vanhempi keskustelun aihe kuin mitä viimeaikaisesta kiinnostuksesta saattaisi ajatella. Erityinen huomio liiketoiminnan vastuiden osalta on keskittynyt käsitteen *yrityksen yhteiskuntavastuu* ympärille. Käytämme tässä työssä käsitteitä yritysvastuu ja yhteiskuntavastuu synonyymeina, vaikka tiedostamme niihinkin liittyvän sisällöllisen keskustelun ja kritiikin. Käsitteen määrittely alkoi 1900-luvulla Yhdysvalloissa, missä siihen myös kohdistui runsaasti ristiriitaisia ja eriäviä näkökulmia. Yhteiskuntavastuuajattelun taustalla oli tarve määrittää tiettyjä vastuita erityisesti liikemiehille (Bowen 1953), mutta käsite kehittyi myöhemmin koskemaan yritystä kokonaisuutena. Ajatus yrityksen yhteiskuntavastuusta ja sen tärkeydestä ei ole ollut Euroopassa perinteisesti niin ristiriitainen kuin Yhdysvalloissa. Tätä on selitetty muun muassa institutionaalisten ympäristöjen erolla; useat liiketoiminnan vastuiksi miellettyistä asioista kuuluvat monissa Euroopan maissa yritysten toiminnan lakisääteisiin vaatimuksiin (ks. Matten & Moon 2008). Yhteiskuntavastuuajattelun (ja myöhemmin sidosryhmäjohtamisen) taustalla voidaankin nähdä kaksi erilaista ajattelutapaa: yritys ja yhteiskunta sekä yritys yhteiskunnassa. Näistä jälkimmäinen on ollut perinteisempi erityisesti Pohjois-Euroopassa ja ajatuksen mukaisesti yritykset ovat erottamaton osa yhteiskuntaa. Sen sijaan yritys ja yhteiskunta –näköyksessä korostuva kahtiajako painottaa mielestämme yrityksiä ja yhteiskuntaa erillisinä ympäristöinä.

Yritysmailma ei myöskään ole aina suhtautunut nopeasti yritys vastuun käsitteeseen. Liike-elämässä käsite yrityskansalaisuus yleistyi 2000-luvulla tarjoten nopeasti ajateltuna neutraalimman lähestymistavan yritysten rooliin yhteiskunnassa. Käsite on kuitenkin mitä enenevässä määrin poliittinen (Matten & Crane 2005) ja sen avulla tulisi pikemminkin tarkastella, miten yritykset ovat esimerkiksi mahdollistaneet tai rajoittaneet kansalaisoikeuksia eri maissa. Yritykset saattavat

myös vaikuttaa yhteiskunnan rakenteissa tapahtuviin muutoksiin ja tällaiset muutokset eivät suinkaan ole aina positiivisia taikka myöskään negatiivisia.

Ongelmaksi kirjallisuuden valtavirrassa on koettu se, että eri maiden väliset käytänteet ja vaatimukset eivät ole helposti vertailtavissa ja käsitykset yritysten vastuiden sisällöstä ovat vaihdelleet hieman eri aikoina. Näistä haasteita huolimatta Banerjee (2008) tarkasteli yhteiskuntavastuuta käsittelevää kirjallisuutta yli viidenkymmenen vuoden ajalta ja osoitti, että yrityksen yhteiskuntavastuun diskurssiin rakentuvat oletukset ovat usein kolme seuraavaa:

- (1) yritysten tulisi ajatella yli taloudellisten premissien ja kiinnittää huomiota sosiaalisiin ja ympäristöllisiin asioihin,
- (2) yritysten tulisi toimia eettisellä tavalla ja osoittaa korkeinta rehellisyyden ja läpinäkyvyyden tasoa kaikissa toiminnoissaan,
- (3) yritysten tulisi olla mukana lähiyhteisönsä toiminnassa sosiaalisen hyvinvoinnin lisäämisessä ja tukea yhteisöä filantrooppisin tai muin keinoin.

Vastuudiskurssin ajatukset rakentuvat siis lähtökohdalle, että yritys tuottaa lisäarvoa yhteiskuntaan moraalisesti kestävällä tavalla. Valitettavasti moraalisesti kestävä tapa on vaikeasti määritettävissä ja asioita pystytään useimmiten perustelemaan eettiseksi aina jostakin näkökulmasta katsottuna. Liiketoiminnan vastuukirjallisuuskään ei edellytä, että suurimman osan etiikan näkökulmista tulisi tukea esitettyä ja argumentoitua vastuukontribuutiota. Liiketoiminnan vastuututkimuksen käsitteellinen sekavuus onkin lisännyt ristiriitoja koko vastuullisuuden merkityksestä. Erityisesti käsite kestävä kehitys (sustainable development), on ollut kriittisten tutkijoiden hampaissa. Kestävän kehitys käsitteen käyttö alkoi YK:n, erityisesti Bruntlandin komission toimesta 1980-luvulla. Huolimatta määritteellisestä variaatiosta, kestävä kehitys määritellään usein taloudellisen kasvun prosessiksi, joka ei vaaranna luonnonympäristön ja tulevien sukupolvien hyvinvointia. Käsite kuitenkin yleensä huomio hyvin vähän sitä, mitä ylipäättään halutaan ylläpitää, taloudellista kasvua, globaalia ekosysteemiä vai jotain muuta (Banerjee 2003)?

Liiketoiminnan vastuullisuus on muuttuva ilmiö. Mainostajien liiton tekemän selvityksen mukaan sponsorointi lisääntyy suomalaisessa liiketoiminnassa. Sen avulla pyritään erityisesti tavoittelemaan hyvää mainetta vastuulliseksi tunnustetun yrityskuvan kautta (Sponsorointibarometri 2008), vaikka hyväntekeväisyys tai sponsorointi ei ole perinteisesti ollut Suomessa osa vastuullisuuden ajatusta. Liiketoiminnan vastuut eivät liitykään ainoastaan moraalisiin aspekteihin, vaan niiden olemassaoloa on alettu pitää strategisesti tärkeinä. Erityinen mielenkiinto onkin kohdistunut kysymykseen siitä, onko yritysten yhteiskuntavastuu taloudellisesti kannattavaa? Monet yhteiskuntavastuun vastustajista ovat väittäneet sen olevan yrityksen taloudelliselle tulokselle vahingollista (ks. Friedman 1972). Margolish ja Walsh (2003) tarkastelivat vuosina 1972–2002 tehtyjä 127:ää tutkimusta, jotka keskittyivät vastuullisen liiketoiminnan ja yrityksen taloudellisen

suorituskyvyn suhteen tutkimiseen. Puolet tutkimuksista tuki niiden positiivista suhdetta, osan tulos oli neutraali, mutta vain murto-osa tutkimuksista tuotti yhteiskuntavastuun ja taloudellisen tuloksen välille negatiivisen korrelaation. Taloudellisen vastuun vahva asema vastuukeskustelussa ei kuitenkaan ole täysin ongelmaton. Jatkamme tämän pohdintaa seuraavassa osiossa, joka painottaa kriittisen näkökulman tärkeyttä.

2.2 Liiketoiminnan vastuut kriittisestä näkökulmasta

Nykykeskustelu on painottanut liiketoiminnan vastuita uutena ja perinteisiä näkökulmia parempana lähestymistapana yritysten rooliin yhteiskunnassa. Tutkijat ovat kehittäneet erilaisia malleja ja lähestymistapoja vastuullisuuden johtamiseen yrityksissä (ks. esim. Oxley Green & Hunton-Clarke 2003, Grafe-Buckens & Hinton 1998) sekä keskittyneet määrittelemään, mitä vastuullisuus voisi tarkoittaa. Liiketoiminnan vastuiden valtaviiran kirjallisuus onkin ollut hyvin työkalu- ja kilpailukykyorientoitunutta (Onkila 2009). Tällainen lähestymistapa ei ole kuitenkaan täysin ongelmaton. Vaikka vastuullisuuden tärkeys on toki tunnustettu, kriittinen tutkimus on lähtenyt purkamaan niitä mielikuvia ja asetelmia, joita liiketoiminnan vastuisiin on monessa suhteessa liitetty.

Kriittinen näkökulma liiketoiminnan vastuisiin painottaa ajatuksia yritystoiminnan poliittisuudesta sekä yritys-yhteiskuntasuhteen jännitteitä vallankäytön ja valta-asemien näkökulmasta. Tällaiset näkökulmat ovat hieman eriäviä valtaviiran näkökulmasta, joka esittää liiketoiminnan vastuita johdettavina ja neutraaleina ilmiöinä. Kriittisen suuntauksen tutkijat kritisoiivat tällaista lähtökohtaa, jossa liiketoiminnan vastuisiin liittyvät konfliktit esitetään optimaalisten johtamiskäytäntöjen kautta ratkaistavissa olevina ja näin ollen tekevät poliittisesta ilmiöstä teknistä ongelmanratkaisua (Alvesson & Deetz 2000). Aiemmat tutkimukset ovat myös tuoneet esille, miten yhteiskuntavastuu liittyy ristiriitaisten päätösten oikeuttamiseen ja miten yritykset itse määrittävät ja ohjaavat vastuupuhuntaa ja sen määritteitä yhteiskunnassa (Driscoll 2006; Joutsenvirta & Vaara 2009). Vastuudiskurssin kautta myös oikeutetaan ristiriitaisia organisaatiollisia käytänteitä, erityisesti vetoamalla taloudelliseen kannattavuuteen (Siltaoja 2009). Kaikki liiketoiminnan vastuiksi määritetyt asiat eivät välttämättä olekaan moraalisesti oikeita tai oikeutettuja.

Erityisesti yritysvastuuraportoinnista on tullut tutkijoiden mielenkiinnon kohde kansainvälisesti; esimerkiksi Livesey (2001) ja Livesey & Kearins (2002) ovat lisänneet ymmärrystä vastuuraporttien merkityksestä valtakamppailujen areenana. Vastuuraportoinnin taustalla on usein ollut ajatus yritystoiminnan läpinäkyvyydestä ja avoimesta viestinnästä. Yritysvastuuraportoinnin kautta sidosryhmädialogin merkityksen on myös ymmärretty lisääntyneen liiketoiminnassa (ks. Morsen & Schultz 2006). Ymmärrys dialogista ja sen lähtökohdista on kuitenkin ollut melko kapea-alaista: sidosryhmädialogi mielletään usein esimerkiksi sidosryhmien mahdollisuudeksi osallistua ympäristökysymyksiä ja sosiaalisia näkökulmia koskevaan päätöksentekoon (ks. Pedersen 2006).

Täyttääkö sidosryhmädialogi kuitenkin dialogisuuden vaatimuksia? Tämä on joidenkin tutkijoiden mukaan jäänyt vähintäänkin kyseenalaiseksi (esim. Laasonen 2010). Esimerkiksi dialogin kohteena olevasta asiasta on jo saatettu tehdä alustava päätös ja kysymys on enemmänkin siitä, miten toinen osapuoli saadaan suostumaan kyseiseen päätökseen. Tällöin kyseessä voikin olla monologinen dialogi (Markova 1990), jolloin vastauksesta ei olla kiinnostuneita ja puhuja on lähinnä keskittynyt omaan näkökantaansa, kokemuksiinsa tai tunteisiinsa.

Monet liiketoiminnan vastuututkijat ovat karttaneet aiheeseen liittyviä tabuja, joista tärkeimmät ovat nähdäksemme yritystoiminnan moraaliiin liittyviä ja jatkuvan kasvun harhaa ylläpitäviä (Banerjee 2003; Kallio 2007). Taloudellisen ulottuvuuden vahva asema liiketoiminnan vastuiden määrittelyssä onkin herättänyt kysymyksiä siitä, miten liiketoiminnan vastuiden kautta mikään muuttuisi paremmaksi? Onko vastuukeskustelu vain oikeuttanut taloudellisille perusteille vahvemman aseman? Teoreettisessa ja käsitteellisessä kirjallisuudessa eri ulottuvuuksien tasa-painoiselle asemalle annetaan painoarvoa, mutta vastuullisuuden lähtökohta kuitenkin on se, että yrityksen on oltava tuottava osa yhteiskuntaa ollakseen vastuullinen. Yrityksellä on oltava riittävästi pääomaa maksaakseen veronsa ja hoitaakseen lakisääteiset velvollisuutensa. Taloudellista vastuuta ei kuitenkaan tule toteuttaa laiminlyömällä muita osa-alueita. Ihmisten ja ympäristön hyvinvoinnin huomiointi kuuluu sekä tappiollisille että voitokkaille kvartaaleille. Liiketoiminnan vastuut painottavatkin lähtökohtaisesti pitkäntähtäimen tavoitteita, eivätkä kvartaalitarkastelua, mikä jätetään usein huomioimatta.

Liiketoiminnan vastuututkimus on herättänyt runsaasti mielenkiintoa myös Suomessa. Useiden tutkijoiden tärkeistä kontribuutioista huolimatta vastuututkimus on ollut Suomessa melko neutraalia. Monet tutkimukset ovat perustuneet sille ajatukselle, että Suomi on korkean luottamuksen ja moraalien yhteiskunta ja siten tutkimusten lähtökohdat ovat olleet hyvin ennalta määritettyjä. On kuitenkin huomattava, että selkeitä rajoja yritysten vastuullisuudelle ja vastuuttomuudelle ei ole olemassa (esim. Breit 2010; Siltaoja & Vehkaperä 2010). Tämä tarjoaakin sosiaalisille toimijoille diskursiivista tilaa määritellä ja neuvotella erilaisten käytänteiden ja lähtökohtien oikeellisuutta ja hyväksyttävyyttä. Kriittiset näkökulmat ovat kuitenkin selkeästi lisääntymässä myös suomalaisessa tutkimuskirjallisuudessa (esimerkiksi Laasonen 2010; Laine 2009; Kallio 2007; Siltaoja 2010).

Siirrymme nyt kuvaamaan tarkemmin valitsemaamme lähestymistapaa aiheeseen, kriittistä diskurssianalyysia ja sen sovellusta tässä artikkelissa.

3 KRIITTINEN DISKURSSIANALYYSI

Kuvaamme tässä luvussa joitakin kriittisen diskurssianalyysin yleisiä piirteitä ja siirrymme sen jälkeen tarkentamaan omaa lähestymistapaamme yritysvastuuraporttien tarkastelussa ja analysoinnissa.

3.1 Lähtökohtamme kriittiseen diskurssianalyysiin

Kriittinen diskurssianalyysi on erityisesti sosiologien ja kielitieteilijöiden piirissä syntynyt ja kehittänyt suuntaus. Kriittistä diskurssianalyysia voidaan pitää väljänä teoreettisena viitekehyksenä, jonka avulla voidaan esimerkiksi tarkastella ristiriitaiseen ilmiöön liittyviä diskursiivisia ja sosiopoliittisia kamppailuja. Sovellamme tässä työssä kriittistä diskurssianalyysia nojaten erityisesti Norman Faircloughin (1992; 2003) ajatuksiin tekstin, diskurssin ja sosiaalisen maailman suhteesta. Siten diskursiivinen tapahtuma ja toiminta ovat samanaikaisesti osa tekstiä, osa diskursiivista käytäntöä ja osa sosiaalista käytännettä. Näiden kolmen osa-alueen, eli tekstin, diskurssin ja kontekstin huomiointi ovatkin painottuneet kriittisissä tutkimuksissa (Fairclough 2003; Weiss & Wodak 2003).

Ristiriitaiseksi ilmiöksi voidaan mieltää lähes mikä ilmiö tahansa, mutta yleensä sellainen, jonka avulla ylläpidetään esimerkiksi epätasa-arvoisia valtasuhteita. Kuten aiemmin mainittu, kriittisille tutkijoille liiketoiminnan vastuut ovat poliittinen ilmiö; diskursiivisen toiminnan kautta voidaan joko ylläpitää tai haastaa olemassa olevia valtasuhteita (Fairclough 1992). Koska kiinnostuksemme on erityisesti valta-asetelmien tarkastelussa ja oikeutuksessa, on syytä selkeyttää vallan käsitteeseen liittyviä erilaisia merkityksiä. Haugaardin (2006: 50) mukaan yksi yleisimpiä ajatusvirheitä valtaan liittyen on olettaa, että se on aina negatiivista, pakottavaa tai epäoikeudenmukaista. Hän esittelee kaksi vallan tyyppiä: vallan johonkin (power to) tai vallan jonkin yli (power over). Valta johonkin tarkoittaa kykyä toimia yhteisymmärryksessä kun valta jonkin yli merkitsee epätasa-arvoisia valtasuhteita, joissa toinen toimija pystyy pakottamaan toisen tekemään jotain, mitä tämä ei muutoin tekisi. Yhteisymmärrykseen perustuva vallan käyttö, valta johonkin, tarkoittaa yhteistä suoriutumiskykyä yhteisesti haluttuihin tuloksiin. Hieman toisin sanoin ilmaistuna, se ei liity ihmisiin vaan kykyyn tehdä ja saavuttaa jotain muista riippumatta, tarkoittaen sitä, että valta palvelee kykyä toimia itsenäisesti. Yksi tapa tämän erottelun ymmärtämiseen on pohtia, miten diskurssit antavat meille jo kyvyn toimia (vallan johonkin) tai mahdollistavat valtahierarkioiden syntymisen (valta jonkin yli) (Haugaard 2006: 53–54). Siten valtasuhteet ovat harvoin tasapainoiset, vaan pikemminkin asymmetriset, epätasapainoiset. Tällä tarkoitamme sitä, että liiketoiminnan vastuut yleensä suosivat joitain tiettyjä ryhmiä ja heidän pyrkimyksiään oman hyvinvointinsa kohentamiseen. Asia ei ole näin ainoastaan yritysten näkökulmasta, vaan myös sidosryhmät pyrkivät omien intressiensä toteuttamiseen erilaisin vaatein, jotka kohdistuvat yrityksen toimintaan ja vuorovaikutukseen yhteiskunnan eri toimijoiden välillä. Lisäksi tietyillä ryhmillä ei ole pääsyä tiettyyn diskurssiin, joten heillä saattaa puuttua sen mahdollistama kyky toimia.

Retoriikan suhde kriittiseen diskurssianalyysiin on hyvin läheinen. Retoriikka keskittyy tekstien suostutteleviin piirteisiin, esimerkiksi siihen, miten puhuja pyrkii vakuuttamaan yleisönsä erilaisin argumentein (Billig 1987). Tarkastelemme tätä retorista suostuttelevuutta osana tekstiä ja

sen ominaisuuksia emmekä yrityskohtaisena ominaisuutena tai puhujaominaisuutena. Puhe ja teksti ovat meille jo itsessään toimintaa. Tekstit tuotetaan aina jostakin näkökulmasta lähtöisin ja rakentuvat aiemmille teksteille. Erilaiset tapahtumat tulevat ihmisten yleiseen tietoisuuteen kommunikaation kautta ja siten niistä tulee osa sosiaalisen todellisuutemme konstruktioita ja uudelleenjäsenennyksiä. Ajatuksemme mukaan ihmiset siis tulkitsevat maailmaa aina jostakin lähtökohdasta käsin ja sosiaalinen todellisuutemme rakentuu semioottisissa prosesseissa. Ihmiset eivät ole passiivisia toimijoita tai alisteisia vallitseville teksteille. Ajattelemmekin sosiaalisia toimijoita aktiivisina diskurssien käyttäjinä, jotka pyrkivät erilaisin diskursiivisin ja retorisin keinoin osallistumaan asioista, esimerkiksi liiketoiminnan vastuista, rakentuvaan sosiaalisen todellisuuden tuottamiseen.

3.2 Tutkimuksen empiirinen aineisto ja kriittisen lähestymistavan sovellus

Tässä artikkelissa analysoimme, miten yritykset oikeuttavat eli legitimoivat itselleen toimija-aseman vastuupuhunnan kautta. Kuten jo aiemmin olemme todenneet, alan kriittiset tutkijat näkevät, että vastuullisuuskeskustelun räjähdyksimäinen kasvu on myös kasvattanut yritysten valtaa yhteiskunnassa ja häivyttänyt useita tärkeitä kysymyksiä koskien yrityksen ja yhteiskunnan välistä suhdetta. Mielenkiintomme kohdistuukin yritysten vastuuraporteissa yritysten aseman oikeuttamisen kautta rakentuvaan yritys-yhteiskuntasuhteen tuottamiseen.

Kriittisen diskurssianalyysin hengessä huomioimme kiinnittyä erityisesti tekstissä rakentuviin retorisiin käytänteisiin ja diskursiivisten strategioiden tuottamiseen. Tekstin tasolla keskitymme erityisesti siihen, missä muodossa yritys puhuu itsestään suhteessa yhteiskuntaan ja millaisin ilmauksin oma asema vastuullisena toimijana tuotetaan. Diskursiivisella strategialla tarkoitamme kommunikatiivisia ja tekstuaalisia keinoja, joilla yritykset osallistuvat yritys-yhteiskuntasuhteen tuottamisen prosesseihin.

Tätä tutkimusta varten analysoimme 25:n eri toimialoilta olevan suomalaisen yrityksen vastuuraportteja. Nämä raportit valittiin tutkimukseen siksi, että yritykset olivat tunnustettuja ja tunnettuja kansallisia tai kansainvälisiä toimijoita toimialoilla, joissa ympäristö ja yhteiskuntakysymykset ovat nousseet erityisen mielenkiinnon kohteiksi, kuten esimerkiksi metsäteollisuudessa, energiasektorilla ja vähittäistavarakaupan alalla. Mielenkiintomme keskittyi erityisesti raporttien niihin osiin, joissa yritykset kuvaavat ja määrittelevät vastuullisuutensa periaatteita sanallisesti. Emme siis huomioineet muun muassa raporttien taulukoita, joissa esitetään esimerkiksi vähentyntä energiankulutusta numeerisesti. Raportit on kerätty kahdessa osassa. Enemmistö raporteista kerättiin keväällä 2005, ja toinen osa keväällä 2007. Kultakin yritykseltä otettiin analysoitavaksi viimeisin kyseisenä ajankohtana julkaistu raportti. Raportit olivat otsikoltaan ja sisällöltään keskenään erilaisia: kyseessä oli muun muassa yhteiskuntavastuuraportteja, kestävän kehityksen raportteja ja ympäristöselontekoja.

Aloitimme raporttien tarkastelun perinpohjaisella tarkastelulle niiden sisältöön ja erottelemalla raporteista niitä osia, joissa yritykset sanallisesti määrittivät vastuullisuutensa periaatteita. Tämän jälkeen luimme valittuja osia toimijan ja toiminnan näkökulmasta ja jatkoimme aineiston pelkistämistä valiten siitä ne otteet, joissa kuvataan yrityksen toimintaa suhteessa muihin yhteiskunnallisiin toimijoihin sekä ja samalla määritellään yrityksen asemaa suhteessa muihin toimijoihin (yhteensä 156 katkelmaa). Tämän jälkeen analysoimme kustakin, keitä ovat sen toimijat ja heidän toimintansa kuvauksen. Analyysin viimeisessä vaiheessa keskityimme niihin retorisiin keinoihin ja diskursiivisiin käytänteisiin, joiden avulla kussakin otteessa rakennetaan suhteita yrityksen ja muiden toimijoiden välillä sekä oikeutetaan yritykselle tiettyä asemaa.

Aineiston analyysin kautta tunnistimme kaksi toisistaan eroavaa lähtökohtaa vastuullisuutta rakentavissa ilmauksissa: ne olivat joko huomattavan yrityskeskeisiä tai sidosryhmälähtöisiä. Tällainen jaottelu on esiintynyt myös aiemmassa kirjallisuudessa (ks. esim. Takala, 2000). Sidoryhmälähtöisyys tarkoittaa sitä, miten yritykset itse aktiivisesti huomioivat yhteiskuntasuhteensa ja muiden toimijoiden oikeutetut vaateet yritystä ja sen toimintaa kohtaan. Yrityslähtöinen näkökulma taas painottaa enemmän sitä, että yritys määrittää vastuullisuutta omista lähtökohdistaan käsin ja näkee itsensä keskipisteenä suhteessa muihin toimijoihin.

On kuitenkin huomautettava, että kriittisen diskurssianalyysin vaiheet eivät ole yksiselitteisiä ja virtaviivaisia, vaan analyysiprosessi oli jatkuva toiston kehä; vuoropuhelua teoreettisen kirjallisuuden ja tekstin sekä analyysin eri vaiheiden välillä. Lisäksi, tässä työssä aineistoon kiinnitti huomiota kaksi tutkijaa omista lähtökohdistaan, vaikkakin myös yhteisesti neuvotelluista, käsin. Siirrymme nyt esittelemään empiirisen esimerkkimme analyysia.

4. TUTKIMUKSEN EMPIRIA

Tarkastelemme tässä luvussa analyysimme empiirisiä tuloksia. Päädyimme analyysissamme koskien yritys-yhteiskuntasuhteen rakentumista ja yrityksen aseman oikeuttamista keskustelussa vastuuraporteissa erottamaan aineistosta kaksi päästrategiaa: keskittävät ja hajauttavat strategiat. Esittelemme seuraavaksi niiden rakentumista sekä implikaatioita yritys-yhteiskuntasuhteen näkökulmasta.

4.1. Keskittävät strategiat

Keskittävät strategiat rakentuvat ajatukselle yrityksestä yhteiskunnan keskiössä. Yritys määrittää vastuullisuuttaan ja yritys-yhteiskuntasuhdettaan lähtökohtaisesti itsestään käsin. Keskittävien strategioiden vastuupuhunnan kautta yritykset oikeuttavat määrittelyasemaansa yhteiskunnassa. Niiden avulla vahvistetaan yrityksen oikeutta määrittää oma toimintaansa mutta myös oman vastuullisuutensa rajat. Sitaateissa toistuvat muun muassa termit *osaaminen*, *edelläkävijyys* ja

asema suhteessa alan muihin toimijoihin. Siten strategioissa vahvistetaan yrityksen neuvotteluasemaa, eikä yhteiskunnan odotuksille alisteista asemaa. Vaikka niiden katkelmien osuus, jossa käytetään keskittäviä strategioita, oli analysoimistamme katkelmista vähemmistö, niiden osuus oli merkittävä: 156:sta analysoidusta katkelmasta 63:ssa käytettiin keskittäviä strategioita. Seuraavat kaksi sitaattia kuvaavat tätä strategiaa

- (1) Haluamme vaikuttaa yhteiskunnalliseen kehitykseen tarjoamalla asiakkaillemme ympäristöstävällisiä ja hyvinvointia lisääviä ratkaisuja. Omalla toiminnallamme pyrimme ohjaamaan myös yhteistyökumppaneitamme sekä asiakkaitamme vastuullisiin ratkaisuihin. (Y17)
- (2) Alamme johtavana yrityksenä haluamme olla mukana kehittämässä tasapuolisia ja toimivia ympäristöstandardeja ja toimintatapoja yhteistyössä kansalaisjärjestöjen, viranomaisten ja teollisuuden järjestöjen kanssa, niin kansallisella kuin kansainvälisellä tasolla. (Y10)

Molemmissa sitaateissa yritys määrittynyt toimijaksi, jolla on valtaa osallistua yhteiskunnallisiin toimintoihin, jotka se katsoo itselleen sopivaksi. Toisin sanoen, yritykset tuottavat itsensä tärkeiksi toimijoiksi yhteiskunnassa, joilla on myös oikeus ottaa osaa yhteiskunnan kehityssuuntiin. Tällaisella ”yhteistyöpuheella” yritykset kuitenkin myös vahvistavat oikeuttaan määrittellä, millaisiksi käsitykset yrityksen ja yhteiskunnan suhteesta muodostuvat ja millaisia asioita mielletään vastuulliseksi toiminnaksi.

Yritysvastuuraporteissa käytetään vahvasti me-retoriikkaa (Billig 1987); monet yritysten toimet ilmaistaan esimerkiksi yrityksen nimen sijaan monikon ensimmäistä persoonapronominia käyttäen. Keskittävässä strategioissa me-retoriikan avulla tuotetaan vastakkainasettelua yritystoimijoiden (me) ja muiden yhteiskunnallisten toimijoiden välille. Seuraavassa sitaatissa me-retoriikkaa käytetään erityisesti yrityksen itsemäärittelyoikeuden rakentamiseen. Sitaatissa korostuu, että toiminnassa pyritään vastaamaan itse asetettuihin tavoitteisiin, eikä muista lähtöisin oleviin odotuksiin. Tätä kuvaa muun muassa termin *asettamamme* käyttö. Termin *katselmoimme* käyttö, viittaa myös yrityksen valtaan valvoa omaa toimintaansa, ja jättää huomiotta sen, että yritys toimisi yhteistyössä jonkun toisen toimijan kanssa, joka voisi suorittaa yrityksessä puolueetonta, ulkopuolista katselmointia tai jopa valvontaa.

- (3) Käsittelypalvelujen suunnittelussa ja toteutuksessa pyrimme täyttämään asettamamme ympäristö-, laatu- ja työturvallisuustavoitteet, joiden täyttymistä katselmoimme säännöllisesti. (Y24)

Seuraavassa sitaatissa yritys-yhteiskuntasuhteen merkitystä rakennetaan osaamisen kautta. Yritykselle annetaan asema myös ympäristöasioiden osaajana, millä myös oikeutetaan sen itsemäärää-

misasemaa. Ympäristöasioista tuotetaan yrityksen strateginen tehtävä, mikä viittaa siihen, että niihin panostaminen on yrityksen itsensä tekemä tiedostettu ja hallittavissa oleva valinta. Vaikka osaaminen oli mukana useissa aineistojen sitaateissa, niissä ei tarkemmin selvitetä, mitä osaamisella tarkoitetaan. Osaaminen voidaan kuitenkin ajatella yrityksen pääomaksi, jota sillä on osaamattomiin nähden. Osaaminen on siis diskursiivinen resurssi, jolla voidaan vahvistaa ja legitimoita yrityksen oikeutta määrittellä itse vastuullisuuttaan ja toimiansa hyväksyttävyyttä.

- (4) Strategianamme on saavuttaa kilpailuetua tarjoamalla ammattitaitoista, asiakkaan odotukset ylittävää kiinteistöjen ympäristöasioiden ja ympäristökustannusten hallintaa kiinteistön koko elinkaaren ajalle. Olemme ympäristöasioissa kiinteistöliiketoiminnan edelläkävijä osaamiseemme perustuvien ratkaisujen avulla. (Y17)

Seuraavassa sitaatissa yrityksen itsemääräämisoikeutta rakennetaan ilmaisemalla, että yritys *ylittää* lain vähimmäisvaatimukset. Tämä viittaa siihen, että vastuullisuuden rajat eivät perustu yrityksen ulkopuolelta tuleviin vaateisiin, vaan sen itsensä asettamiin tavoitteisiin. Kuten olemme aiemmin todenneet, lainsäädännölliset vaateet vastuullisuuden toteuttamisen suhteen ovat hyvin vaihtelevia ja useissa maissa erittäin marginaalisia. Useissa maissa, joihin Nokia on muiden yritysten ohella siirtänyt tai perustanut toimintojaan, lainsäädäntö on hyvin rajallista muun muassa työntekijöiden oikeuksiin liittyen.

- (5) Alansa johtavana yrityksenä Nokia pyrkii ylittämään lain vähimmäisvaatimukset ja olemaan yksi maailman parhaiten yhteiskunnallisesta vastuustaan huolehtivista yrityksistä sekä hyvä yrityskansalainen kaikkialla, missä se toimii. (Y13)

Kuten aiemmassakin sitaatissa, yritykset osallistuivat toimija-aseman rakentamiseen ja vastuullisuuden määrittelyyn hyvin usein omalla nimellään. Oman nimensä käytöllä yritys personoituu ja saa auktoriteettiaseman keskustelussa. Seuraavassa Huhtamäkeen liittyvässä sitaatissa oman aseman määrittelyä tuovan tiettyjä vastuita yritykselle. Asema luo kuitenkin päätävävallan määrittellä, mitä vastuu. Tässä tapauksessa vastuut rajataan liikkeenjohdollisiin tavoitteisiin. Toisin sanoen, ympäristö ja esimerkiksi turvallisuus ovat tällaisen ilmaisun mukaan *alisteisia* liikkeenjohdon toimintaperiaatteille.

- (6) Huhtamäki on johtava, maailmanlaajuisesti toimiva pakkausten valmistaja, jonka tuotteet ja palvelut täyttävät korkeat laatuvaatimukset. Yhtiö tiedostaa asemaansa liittyvän vastuun kestävän kehityksen edistämiseksi ja on jo pitkään sisällyttänyt laatuun, hygieniaan, turvallisuuteen, terveellisyteen ja ympäristöön liittyviä tavoitteita keskeisiin liikkeenjohdon toimintaperiaatteisiin. (Y10)

Yhteenvedona toteamme, että keskittävät strategiat painottavat yritysten auktoriteettiasemaa ja valtaa määrittellä omaa vastuullisuuttaan ja sen lähtökohtia. Keskittävät strategiat eivät kuitenkaan huomioi sidosryhmälähtöisyyden merkitystä vastuullisuuden lähtökohtana.

4.2 Hajauttavat strategiat

Hajauttavat strategiat rakentuvat sidosryhmälähtöiselle diskurssille (Mitchell ym. 1997; Kujala 2001): yritys on yksi osa yhteiskuntaa ja sidosryhmillä on oikeutettuja vaateita sen toimintaa kohtaan. Sidosryhmädiskurssia voidaan kuitenkin käyttää yrityksen valta-aseman oikeuttamisessa. Hajauttavissa strategioissa yritykselle rakennetaan asema yhteiskunnallisena toimijana, jolla on oikeus osallistua liiketoiminnan vastuiden määrittelyyn. Tämä asema rakentuu yhteistyökeskeistä puhetapaa käyttäen. Näin voidaan verhota yritysten intressejä yhteisiksi intresseiksi. Retoriset keinot ovat kuitenkin erilaisia verrattaessa yrityskeskeiseen puhetapaan. Sidosryhmäkeskeisessä diskurssissa tuotetaan vuorovaikutuksellinen suhde yrityksen ja yhteiskunnan eri toimijoiden välille. Toistuvia termejä ovat muun muassa *avoimuus*, *yhteistyö* ja *hyvinvointi*. Vaikka samoja termejä ilmeni keskittäväissä strategioissa rajatusta määrin, hajauttavissa strategioissa yhteistyö kuvataan muiden odotuksiin vastaamisena kun taas keskittäväissä strategioissa yhteistyötä kuvataan enemmän yrityslähtöisenä ja yrityksen vaikutuksen alaisena. Enemmistö (93/156) analysoimistamme tekstikatkelmista rakentui hajauttaville strategioille.

Liiketoiminnan vastuuvaateiden perusteluna on usein yritysten avoimuuden lisääminen. Vastavuoroisen suhteen tuottamisella yhteiskunnan ja yritysten välille tavoitellaan esimerkiksi toiminnan ”läpinäkyvyyden” lisäämistä. Läpinäkyvyyttä on pyritty lisäämään raportoinnin avulla, vaikka raportointi ei välttämättä lisää läpinäkyvyyttä (Quaak ym. 2006). Tarkastelemisemme raporteissa avoimuus ei kuitenkaan ollut suoranaisesti sopeutumista yhteiskunnan odotuksiin ja normeihin. Kuten seuraavasta esimerkistä huomaamme, avoimuus voi toimia diskursiivisena resurssina, joka oikeuttaa yritysten aseman tärkeinä yhteiskunnallisina toimijoina. Erityisesti ilmauksen *haluamme* käyttö viittaa yrityksen määrittelyvaltaan seuraavassa esimerkissä.

- (7) Haluamme toimia avoimessa ja tasapuolisessa vuorovaikutuksessa kaikkien ympärillämme olevien ihmisten ja organisaatioiden kanssa keskustelemalla, ottamalla kantaa ja kuuntelemalla. (Y5)

Yhteiskuntavastuun kirjallisuus painottaa yritysten kontribuutiota yhteiskuntaan. Kuten alla olevasta Wärtsilän esimerkistä on huomattavissa, paikallinen yhteisö saa selkeästi painoarvon kontribuution tuottamisen kohteena, mikä on yleistä juuri Yhdysvaltalaisissa vastuun määrittelyissä – myötävaikutuksen kohde rajataan. Verbin *pyrkii* käytöllä rakennetaan yritykselle aktiivista toimija-asemaa. Koska tutkimuksemme valitut yritykset olivat myös kansainvälisiä toimijoita, osa julkaisi raporttiaan ainoastaan englanninkielisenä (alkuperäinen sitaatti mukana).

- (8) Wärtsilä pyrkii luomaan taloudellista lisäarvoa sidosryhmilleen sekä kontribuoimaan arvonluomiseen niissä paikallisissa yhteisöissä, joissa se toimii. (Y1)/ Wärtsilä strives to create economic added value for its stakeholders and to contribute to the creation of wealth in the local communities in which it operates. (Y1)

Seuraavassa esimerkissä toistuu verbin *pyrkii* käyttö. Aktiivisen toimija-aseman lisäksi sitaattissa tuotetaan vuorovaikutuksellinen suhde muiden yhteiskunnallisten toimijoiden kanssa. Lähtökoh-tana sidosryhmien ja yrityksen väliselle vuorovaikutukselle on se, miten yritystä halutaan kehittää sidosryhmien odotusten mukaisesti. Esimerkit, joissa yritys esitettiin eksplisiittisesti "alisteisena" yhteiskunnan odotuksille, olivat aineistossamme harvinaisempia. Vaikka hajauttavien strategioiden määrä oli keskittäviä strategioita suurempi, vain pienessä osassa niistä käytettiin suoria yhteiskun-nan vaateille alisteisuutta osoittavia ilmauksia.

- (9) Ekokem pyrkii avoimeen yhteistyöhön asiakkaiden, viranomaisten ja muiden sidosryh-mien kanssa, jotta yhtiötä voidaan kehittää siten, että toiminta vastaa entistä paremmin asiakkaiden odotuksia ja yhteiskunnan muuttuvia vaatimuksia. (Y3)

Seuraavassa esimerkissä esitetään aineistolle tyypillisempi tapa rakentaa vuorovaikutuksellista yritys- yhteiskuntasuhdetta. Suoria alisteisuuden ja vallan ilmauksia ei tässä käytetä, vaan yritys-kelle rakennetaan hyvinkin aktiivinen toimija-asema. Edellisessä kappaleessa korostimme, että me-retoriikkaa käytettiin oleellisena retorisenä keinona keskittävien strategioiden yhteydessä. Näin tuotettiin vastakkainasettelua yritystoimijoiden (me) ja muiden yhteiskunnallisten toimijoi-den (muut) välille. Myös hajauttavien strategioiden yhteydessä käytettiin me-retoriikkaa, mutta erilaiseen tarkoitukseen. Sen avulla yritys tuotetaan yhtenäisenä ja sisäisesti ristiriidattomana toimijana.

- (10) Ympäristöasioissa toimimme kiinteässä vuorovaikutuksessa keskeisten sidosryh-miemme kanssa. Viestimme tavoitteistamme sekä saavutetuista tuloksista avoimesti ja aktiivisesti sekä sisäisesti että ulkoisesti. (Y6)

Seuraava esimerkkinne kuvaa hyvinvoinnin tuottamista. Vastuukeskustelulle ominaisesti vastuul-lisuus liitetään liiketoiminnan pitkän aikavälin kannattavuuteen. Akateemisessa kirjallisuudessa vastuullisuus määritellään usein pitkäkätähtäimen näkökulmasta. Hyvinvoinnin tuottajina yritykset oikeuttavat rooliaan yhteiskunnan tavoitteiden saavuttamisessa. Siihen, ovatko nämä tavoitteet aina yhdenmukaiset, ei esimerkeissä yleensä oteta kantaa.

- (11) Tavoitteena on turvata oma ja kumppaniemme pitkän aikavälin menestys liiketoimin-nassa, lisätä ihmisten hyvinvointia tuotteidemme ja toimintamme avulla sekä mini-moida haitalliset ympäristövaikutukset. (Y15)

Yhteenvedona toteamme, että vastuuraporteissa käytetyt hajauttavat strategiat rakentuvat sidosryhmälähtöiselle diskurssille, mutta esimerkit aidosta sidosryhmävuorovaikutuksesta ovat vähäisiä.

5 PÄATELMÄT JA KESKUSTELU

Tämän artikkelin tarkoituksena oli tarkastella 25 suomalaisen yrityksen vastuullisuusraporteissa tuotettua yritys-yhteiskuntasuhdetta. Kriittisen lähestymistavan hengessä kiinnostuksemme kohteena olivat erityisesti vastuuraporteissa rakentuneet valtasuhteet ja niihin liittyvä epäsymmetria. Liiketoiminnan vastuullisuusvaateiden yleistymisen ymmärretään usein signaaliksi sidosryhmien kasvavasta vaikutusvallasta. Tällaisen vaikutusvallan on myös määritetty asettavan rajoja ja haasteita yritysten roolille yhteiskunnassa. Tutkimuksemme tulokset kertovat kuitenkin toisenlaisesta näkökulmasta. Ehdotamme, että raporteissa rakennetun aktiivisen toimijuuden kautta yritykset itse ohjaavat vastuullisuuden määrittelyä sekä sitä, millaisia asioita ylipäättään miellämme ja ymmärrämme vastuulliseksi liiketoiminnaksi. Tällaisen itsemäärittelyn kautta jotkut toiminnot rakentuvat legitimeiksi ja samalla muita näkökulmia suljetaan ja rajoitetaan pois keskustelusta. Diskursiivisin keinoin voidaan myös neutralisoida sitä lähtökohtaa, että yrityksillä on omia intressejä toimia yhteistyössä muiden kanssa eli yritysten omia intressejä verhotaan yhteisiksi intresseiksi.

Analyysimme keskeisiä tuloksia olivat keskittävät ja hajauttavat strategiat, joiden avulla yritykset osallistuvat keskusteluun yritysten asemasta yhteiskunnassa. Keskittävien strategioiden avulla yritysten itsemääräämisoikeus yrityksen ja yhteiskunnan välisestä suhteesta naturalisoituu (Alvesson & Deetz, 2000) ja vastuuraportit tarjoavat yrityksille luonnollisen kanavan ylläpitää ja osallistua keskusteluun yrityksen ja yhteiskunnan välisestä suhteesta (ks. myös Tregidga, Milne & Kearins 2008). Hajauttavat strategiat edustavat enemmän sidosryhmälähtöistä ajattelutapaa. Nämä strategiat keskittyvät enemmän näkökulmiin, joilla vastuuraporttien olemassaolo on perinteisesti oikeutettu. Analysoimissamme sitaateissa aidon dialogisuuden lähtökohdat eivät kuitenkaan ole esillä, vaikka dialogisuus on sitä, mitä nykyinen vastuukirjallisuus korostaa. Tämä näkyy esimerkiksi sitaatissa nro 10, jossa vuorovaikutus tuotetaan olemassa olevaksi yritys-lähtöisen viestinnän keinoin. Aitoon dialogiin yhteisten näkemysten rakentamiseksi tai saavuttamiseksi on ainakin vastuuraportoinnin esimerkkien kautta tarkasteltuna vielä paljon tehtävää. Dialogisuuden vähäistä painoarvoa voi myös pohtia suhteessa yritykseen ja sen sidosryhmiin. Esimerkiksi dialogisuuden ilmenemisestä tulisi vastuuraportoinnissa olla esimerkkejä. Esimerkkien puute kertoo kuitenkin mielestämme siitä, että dialogisuutta ei yritysten vuorovaikutuksessa ole juurikaan ollut. Tällöin vuorovaikutusosapuolia ei juurikaan yksilöidä, vaan puhutaan ainoastaan laajasta kasvotomien asiakkaiden tai kumppaneiden ryhmistä.

Keskittävät ja hajauttavat strategiat perustuvat varsin erilaisiin lähtökohtiin. On kuitenkin huomattava, että jokaisessa 25 yritysraportissa, joita analysoimme, käytettiin toistuvasti molempia strategioita. Niiden tekstiotteiden osuus, joissa käytetään hajauttavia strategioita, oli aineistossa hieman suurempi kuin keskittäviä strategioita käyttävien: 156 analysoidusta otteesta 93:ssa käytettiin hajauttavia strategioita. Äärimmäisissä tapauksissa, yhdessä lauseessa keskittiin vastuullisuuden määrittelyvaltaa yritykselle ja heti seuraavassa kuvattiin sidosryhmävaateisiin vastaamista. Mistä tämä kertoo? Usein vastaus tähän kysymykseen on se, että vastuuraportit ovat pelkkää retoriikkaa. Tarjoamme kuitenkin tutkimusasetelmastamme johtuen hieman erilaisen päätelmän. Mielestämme ilmiö kertoo esimerkiksi vastuukeskustelun kansallisten rajojen madaltumisesta eli siitä, miten eri kulttuureissa omaksutut näkökulmat globaalin talouden ajassa leviävät myös muihin kulttuureihin. Yritys yhteiskunnassa -ajattelu sekoittuu yritys ja yhteiskunnanäkökulmaan ja siten seuraa ristiriita vuorovaikutuksen ehtojen ja olemassaolon muodoista.

Molemmissa ylläkuvaamistamme strategioista yritykset luovat oman nimensä käytön kautta tietynlaista auktoriteettiasemaa omalle toimijuudelleen. Auktoriteettiaseman tuottaminen on myös hyvin tehokasta: asia tai tekstissä käytetty näkökulma ei tarvitse muita perusteluja ja rakentuu hyvinkin oikeutetuksi. Samalla yritykset voivat tehdä itsestään tunnustettuja ja keinoitekoisia henkilöitä, joilla on sananvaltaa keskustelussa. Siten heillä on myös tiettyjä *oikeuksia*. Lisäksi useisiin yrityksiin rakentuu kansallisesti tärkeiksi liitettäviä mielikuvia ja symboleita pitkän historian kautta. Seuraavat tutkimukset voisivatkin kiinnittää enemmän huomiota esimerkiksi siihen, millaisiin kulttuurisiin konventioihin vastuullisuuden rajat nojaavat ja miten kansallista historiaa käytetään diskursiivisena resurssina rakentamaan makro-kontekstia, jonka jäsenet ovat vastuullisia tai vastuuttomia.

Vaikka olemme tarkastelleet tässä luvussa yritysten vastuullisuutta kriittisestä näkökulmasta, haluamme korostaa että emme pidä lisääntyneitä vastuukeskustelua ja siihen liittyviä yrityskäytänteitä lähtökohtaisesti epätoivottuina asioina. Haluamme tuoda esille sitä, että liiketoiminnan vastuukeskustelu ei ole valtaneutraalia ja pidämme tärkeänä vastuukeskusteluun liittyvien valtasymmetrioiden tiedostamista. Kriittisen näkökulman sovellettavuus liiketoiminnan vastuukeskustelussa on ollut vielä hyvin marginaalista ja kriittistenkin tutkimuksen konventioiden mukaan perinteistä. Useat kriittiset tutkimukset lähtevät erittäin ennalta-asetetuista lähtökohdista, esimerkiksi sellaisista, jotka korostavat työntekijöiden ja johdon vastakkainasettelua tai työntekijöiden vähäistä vaikutusvaltaa. Tällainen lähtökohta saattaa mielestämme johtaa aineiston liian marginaaliseen tarkasteluun. Kannustammekin huomioimaan myös erilaisia asetelmia ja näkökulmia kriittisen vastuututkimuksen kentässä. ■

LÄHTEET

- ALVESSON, M. & S. DEETZ.** 2000. *Doing Critical Management Research*. London: Sage.
- BANERJEE, S.B.** 2003. Who sustains whose development? Sustainable Development and the Reinvention of Nature. *Organization Studies*, 24 (2), 143–180.
- BANERJEE, S.B.** 2008. Corporate Social Responsibility: The Good, The Bad and The Ugly. *Critical Sociology* 34 (1), 51–79.
- CARROLL, A.B.** 1979. A Three-Dimensional Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review* 4(4), 497–505.
- CARROLL, A.B.** 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons* 34, 39–48.
- CARROLL, A.B.** 1993. *Business & Society. Ethics and Stakeholder Management*. Cincinnati: South Western Publishing Co.
- COLLINS, D. & S. WARTICK** 1995. Business and Society/Business Ethics Courses. Twenty Years at the Crossroads. *Business & Society* 34 (1), 51–89.
- ELKINGTON, J.** 1997. *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Captone Publishing Limited.
- FAIRCLOUGH, N.** 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- FAIRCLOUGH, N.** 2003. *Analyzing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- FRIEDMAN, M.** 1972. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. Teoksessa Wilson, L. (toim. 2000). *Business Ethics and Contemporary Issues*. Dubuque, Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- GRAFE-BUCKENS, A. & A.F. HINTON** 1998. Engaging the Stakeholders: Corporate Views and Current Trends. *Business Strategy and Environment* 7, 124–133.
- HAUGAARD, M.** 2006. Power and Hegemony in Social Theory. Teoksessa M. Haugaard & Howard Lentner (toim.) *Hegemony and Power* (Pp. 46–64). New York: Lexington Books.
- JOUTSENVIRTA, M. & E. VAARA** 2009. Discursive (De)Legitimation of a Contested Finnish Greenfield Investment Project in Latin America. *Scandinavian Journal of Management* 25(1), 85–96.
- KALLIO, T.** 2007. Taboos in Corporate Social Responsibility Discourse. *Journal of Business Ethics* 74(2), 165–175.
- KUISMA, M. & M. LOVIO** 2006. EMAS- ja GRI-raportointi osana yhteiskun tavastuullisuutta – jatkuvan parantamisen toteaminen yritysten raportoinnin avulla. Helsinki School of Economics, Working Papers. Helsinki: HSE <http://hsepubl.lib.hse.fi/pdf/wp/w408.pdf>.
- LAASONEN, S.** 2010. The Role of Stakeholder Dialogue: NGOs and Foreign Direct Investments. *Corporate Governance* 10(4), 527 – 537.
- LAINE, M.** 2009. Ensuring Legitimacy through Rhetorical Changes? A Longitudinal Interpretation of the Environmental Disclosures of a Leading Finnish Chemical Company. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 22(7), 1029–1054.
- LIVESEY, S.** 2001. Eco-Identity as Discursive Struggle: Royal Dutch/Shell, Brent Spar and Nigeria. *Journal of Business Communication* 38, 58–91.
- LIVESEY, S. & K. KEARINS** 2002. Transparent and Caring Corporations? A Study of Sustainability Reports by the Body Shop and Royal Dutch/Shell. *Organization Environment* 15(3), 233–258.
- MARGOLIS, J.D. & J.P. WALSH** 2003. Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative Science Quarterly* 48(2), 263–305.
- MARKOVA, I.** 1990. Introduction. Teoksessa I. Markova & K. Foppa (toim.) *The dynamics of dialogue*. (Pp. 1–22). Harvester: Wheatsheaf.
- MATTEN, D. & J. MOON** 2008. ‘Implicit’ and ‘Explicit’ CSR – A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review* 33(2), 404–424.
- MORSING, M.A. & M. SCHULTZ** 2006. Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business Ethics: a European Review* 15(4), 323–338.
- 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.

- OXLEY GREEN, A. & L. HUNTON-CLARKE** 2003. A Typology of Stakeholder Participation for Company Environmental Decision Making. *Business Strategy and Environment* 12, 292–299.
- PEDERSEN, E.R.** 2006. Making Corporate Social Responsibility (CSR) Operable: How Companies Translate Stakeholder Dialogue into Practice. *Business and Society Review* 11(2), 137–163.
- QUAAK, L., THEO, A. & G. JOHN** 2007. Transparency of Corporate Social Responsibility in Dutch Breweries. *Journal of Business Ethics* 76(3), 293–308.
- SILTAOJA, M.** 2009. On the Discursive Construction of a Socially Responsible Organization. *Scandinavian Journal of Management* 35(2), 191–202.
- TAKALA, T.** 2000. ”Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat v. 2000 – suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa. Liiketaloudellinen aikakauskirja 4/2000. Saatavissa: http://lta.hse.fi/2000/4/lta_2000_04_s8.pdf.
- TEOLLISUUS JA TYÖNANTAJAT.** 2001. Yrityksen yhteiskuntavastuu. Työvälineitä itsearviointiin ja oman toiminnan kehittämiseen. Helsinki: Teollisuus ja työnantajat.
- TREGIDGA, H.M., MILNE, M.J. & K.N. KEARINS** 2008. (Re)Presenting Sustainable Organisations: A New Discursive Identity. Academy Of Management Annual Meeting Anaheim, Ca, USA.
- Weiss, G. & R. Wodak (toim.) 2003. *CDA. Theory and Interdisciplinarity*. London: Palgrave/Macmillan.

LIITE 1

ANALYSOIDUT YRITYSVASTUURAPORTIT

- Y1 Wärtsilä (kerätty 2005)
- Y2 Raisio (kerätty 2005)
- Y3 Ekokem (kerätty 2005)
- Y4 Fortum (kerätty 2005)
- Y5 Rautaruukki (kerätty 2005)
- Y6 Metso (kerätty 2005)
- Y7 Saarioinen (kerätty 2005)
- Y8 Valio (kerätty 2005)
- Y9 Kesko (kerätty 2005)
- Y10 Huhtamäki (kerätty 2005)
- Y11 UPM-kymmene (kerätty 2005)
- Y12 Stora Enso (kerätty 2005)
- Y13 Nokia (kerätty 2005)
- Y14 Finnforest (kerätty 2005)
- Y15 M-Real (kerätty 2005)
- Y16 TietoEnator (kerätty 2005)
- Y17 Senaatti kiinteistöt (kerätty 2005)
- Y18 Valtion rautatiet (kerätty 2005)
- Y19 Vantaan energia (kerätty 2005)
- Y20 Teollisuuden voima (kerätty 2007)
- Y21 Outokumpu (kerätty 2007)
- Y22 Tikkurila (kerätty 2007)
- Y23 Mustankorkea Oy (kerätty 2007)
- Y24 Loimi-Hämeen Jätehuolto (kerätty 2007)
- Y25 Sunila (kerätty 2007)