



Vaasan yliopisto  
UNIVERSITY OF VAASA

Henna Kontola

## **Vastuullista puhetta ilmastonmuutoksesta**

Ilmastonmuutos lentoyhtiö Finnairin vastuullisuusraportoinnissa

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö  
Organisaatioiden viestinnän pro gradu -tutkielma  
Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Vaasa 2020

---

**VAASAN YLIOPISTO****Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

<b>Tekijä:</b>	Henna Kontola	
<b>Tutkielman nimi:</b>	Vastuullista puhetta ilmastonmuutoksesta: Ilmastonmuutos lentoyhtiö Finnairin vastuullisuusraportoinnissa	
<b>Tutkinto:</b>	Filosofian maisteri	
<b>Oppiaine:</b>	Organisaatioiden viestintä	
<b>Työn ohjaaja:</b>	Heidi Hirsto	
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2020	<b>Sivumäärä:</b> 100

---

**TIIVISTELMÄ:**

Lentoyhtiöt toimivat toimialalla, jonka toiminnalla on vaikutuksia ympäristöön ja sitä kautta myös ilmastonmuutokseen. Yritysten vastuusta ja vastuullisuudesta puhutaankin nykyään yhteiskunnallisesti yhä enemmän. Tämän tutkimuksen taustalla vaikuttaa näkemys sosiaalisesta konstruktionismista eli kielenkäytön vaikutuksista yhteiskuntaan. Lentoyhtiön ilmastonmuutokseen viittaavilla puhetavoilla, eli diskursseilla, nähdään tässä tutkimuksessa olevan sosiaalisia ja muokkaavia vaikutuksia yhteiskuntaan. Toisaalta taas jo olemassa oleva ymmärrys ilmastonmuutoksesta vaikuttaa lentoyhtiön puhetapoihin ja siihen, miten kieltä käytetään.

Tämän tutkimuksen tavoitteena onkin selvittää, millaista puhe ilmastonmuutoksesta on suomalaisen lentoyhtiön vastuullisuusraportoinnissa ja onko puheessa havaittavissa muutosta. Tutkimuksen kohteena on lentoyhtiö Finnair. Tutkimusaineisto koostuu Finnairin 12 vastuullisuusraportista vuosilta 2008–2019. Vastuullisuusraporteissa tarkastelun kohteena ovat tekstien kohdat, joissa viitataan jollain tavalla ilmastonmuutokseen tai siihen liittyviin asioihin. Kriittisen diskurssianalyysin avulla tunnistetaan vallalla olevia ilmastonmuutosdiskursseja ja tarkastellaan diskurssien muokkautumista ja muutosta yli kymmenen vuoden aikavälillä. Aineistoa lähestytään Fairclough'n viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin kolmetasoista viitekehystä hyödyntäen.

Tutkimus osoittaa, että vastuullisuusraporteissaan Finnair viittaa ilmastonmuutokseen vähemmän suoraan ja enemmän välillisesti esimerkiksi päästöistä ja ympäristövaikutuksista puhumalla. Aineistosta tunnistettiin viisi puhetapaa, joiden kautta ilmastonmuutoksesta ja siihen liittyvistä asioista puhutaan. Nämä puhetavat nimettiin seuraavasti: *edelläkävijädiskurssi, taloudellinen diskurssi, vastuudiskurssi, puolustamisen ja myöntämisen diskurssi* sekä *toiveiden ja tavoitteiden diskurssi*. Erilaisilla puhetavoilla osoitetaan koko organisaation sitoutumista ilmastonmuutokseen, mutta vastuuta ilmastonmuutoksesta ja ympäristöstä kuitenkin myös jaetaan ja siirretään muille sidosryhmille sekä tulevaisuuteen.

Yksittäisissä diskursseissa on havaittavissa muutoksia ja muokkautumista. Esimerkiksi lentämistä puolustavista puhetavoista on siirrytty myös toiminnan ongelmia tunnustaviin puhetapoihin. Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että Finnairin vastuullisuusraporteissa ilmastonmuutoksen ympärille on muodostunut erilaisia puhetapoja, jotka kaikki omalla tavallaan ovat luoneet ja luovat sosiaalista todellisuutta. Yhteiskunnallinen keskustelu ilmastonmuutoksesta on osa lentoyhtiön puhetapoja, mutta niissä heijastuvat lähinnä positiiviset asiat kuten ratkaisut, onnistumiset ja tulevaisuuden tavoitteet.

---

**AVAINSANAT:** kriittinen diskurssianalyysi, sosiaalinen konstruktionismi, vastuullisuusraportointi, ympäristövastuu, ilmastonmuutos, lentoyhtiöt

## Sisällys

1	Johdanto	5
1.1	Tavoite	6
1.2	Aineisto	7
1.3	Menetelmä	11
2	Yhteiskuntavastuusta ympäristövastuuseen	14
2.1	Yhteiskuntavastuun taustalla	16
2.1.1	Sidosryhmäajattelu	16
2.1.2	Ulkoinen paine ja vastuullisuuden kannattavuus	21
2.2	Vastuullisuusviestintä	22
2.2.1	Viestintä organisaation rakentajana	23
2.2.2	Vastuullisuusraportointi	27
2.3	Ilmastonmuutos ja ilmailualan vastuullisuus	30
3	Kieli sosiaalisen todellisuuden rakentajana	34
3.1	Kriittinen diskurssianalyysi	35
3.1.1	Viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehys	38
3.1.2	Tekstilaji ja genre	41
4	Ilmastonmuutosdiskurssit ja niiden muutos Finnairin vastuullisuusraportoinnin kontekstissa	45
4.1	Vastuullisuusraporttien tekstilaji ja kohderyhmät	46
4.1.1	Vastuullisuusraportti tekstilajina	46
4.1.2	Vastuullisuusraportin kohderyhmät	49
4.2	Ilmastonmuutokseen viittaaminen vastuullisuusraportoinnissa	52
4.3	Vallitsevat diskurssit	55
4.3.1	Edelläkävijädiskurssi	57
4.3.2	Taloudellinen diskurssi	60
4.3.3	Vastuudiskurssi	64
4.3.4	Puolustamisen ja myöntämisen diskurssi	70
4.3.5	Toiveiden ja tavoitteiden diskurssi	76

4.4 Puhetavat, muutos ja yhteiskunta	79
5 Päätäntö	86
Lähteet	91
Liitteet	100

## **Kuviot**

Kuvio 1. Analyysin eteneminen.	11
Kuvio 2. Sidosryhmien tärkeyden malli.	17
Kuvio 3. Neljä näkemystä vastuullisen toiminnan ja vastuullisuusviestinnän suhteesta.	26
Kuvio 4. Viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehys.	39
Kuvio 5. Ilmastonmuutoksen esiintyminen aineistossa vuosittain.	54
Kuvio 6. Päästö -alkuisten sanojen esiintyminen aineistossa vuosittain.	54

## **Taulukot**

Taulukko 1. Aineistona toimivat Finnairin vastuullisuusraportit.	10
Taulukko 2. Ilmastonmuutokseen ja siihen liittyviin asioihin viittaaminen aineistossa vuosittain.	53

## 1 Johdanto

Ilmastonmuutos ja ympäristön tila ovat puhuttaneet tutkijoita, yrityksiä, mediaa ja kansalaisia maailmanlaajuisesti jo usean vuosikymmenen ajan (Sitra, 2020, s. 15). Hallitustenvälisen ilmastopaneeli IPCC:n (2018) julkaisema ilmastoraportti osoitti kaksi vuotta sitten, että ilmaston lämpeneminen on edennyt jopa odotettua nopeammin. Viimeistään kyseisen raportin ilmestyttyä ilmastonmuutos onkin noussut osaksi laajaa yhteiskunnallista keskustelua niin maailmalla kuin Suomessakin.

Globaalin ympäristö- ja ilmastonmuutoskeskustelun seurauksena monet eri alojen yritykset ja niiden toiminta ovat joutuneet suuren yleisön kriittisen tarkastelun kohteeksi (Gössling & Upham, 2009, s. 8). Näin ollen vastuullisuudesta on alettu puhua yhä enemmän ja siitä on tullut muutamassa vuosikymmenessä tärkeä osa yritysten toimintaa (Tench, Sun & Jones, 2014, s. 9). Kuluttajien lisääntynyt kiinnostus yritysten vastuullisuudesta on asettanut sekä suuret että pienemmät yritykset asemaan, jossa vastuullisuutta ja siitä viestimistä on lähes mahdotonta välttää.

Vastuullinen toiminta ei ole verkostoituneessa ja digitalisoituneessa yhteiskunnassa pelkästään toimintaa, vaan myös siitä viestimistä. Vastuullisuudella onkin aikansa ja paikkansa nyky-yhteiskunnassa. Yritykset haluavat tehdä vastuullista liiketoimintaa esimerkiksi kuormittamalla mahdollisimman vähän ympäristöä tai ottamalla huomioon toimintansa sosiaaliset vaikutukset (Harmaala & Jallinoja, 2012, s. 18–22).

Jokaisella yrityksellä on vastuu omasta toiminnastaan, mutta ne yritykset, joiden toiminnan vaikutukset ovat laajalti yhteydessä ympäristöön, ovat usein suurimmassa roolissa ympäristövastuukeskustelussa (Gössling & Upham, 2009, s. 8). Esimerkiksi ilmailuala ja lentoliikenne ovat aina olleet yhteydessä ympäristöasioihin lentämisestä aiheutuvien päästöjen takia (Kuo, Kremer, Phuong & Hsu, 2016, s. 186).

Lentoliikenteen aiheuttamat päästöt ovat noin kolme prosenttia EU:n alueen kasvihuonekaasupäästöistä ja yli kaksi prosenttia koko maailman kasvihuonekaasupäästöistä

(Niemistö, Soimakallio, Nissinen & Salo, 2019, s. 9). Ilmastonmuutoksen kannalta näistä päästöistä tekee ilmailualan jatkuva kasvu, sillä Kansainvälinen ilmakuljetusliitto IATA (2018) arvioi lentoliikenteen kaksinkertaistuvan vuoteen 2037 mennessä. Muun muassa näistä syistä vastuullisuudesta onkin tullut lentoyhtiöiden parissa tärkeä kilpailuetu. Vastuullisen toiminnan ja vastuullisuusviestinnän taustalla on yrityksen tarve ylläpitää yleisön luottamusta ja yrityksen uskottavuutta toimimalla yhteiskunnan odotuksien mukaisesti (Bentele & Nothhaft, 2014, s. 208).

Ympäristövastuu on siis ollut etenkin lentoyhtiöiden vastuullisuuden keskiössä jo kauan ja globaali ilmastonmuutoskeskustelu on kiihtynyt viime vuosina. Näiden huomioiden valossa voidaankin pohtia, millaista juuri lentoyhtiöiden tapa puhua ilmastonmuutoksesta ja ympäristöstä on, ja millaisia vaikutuksia yritysten kielenkäytöllä on vallalla oleviin näkemyksiin ja mielipiteisiin. Onko tapa puhua vastuullisuudesta ja ilmastonmuutoksesta muuttunut ajan myötä, kun kansalaisten tietoisuus ja yritysten rooli on kasvanut?

## 1.1 Tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaista puhe ilmastonmuutoksesta on suomalaisen lentoyhtiön vastuullisuusraportoinnissa ja onko puheessa havaittavissa muutosta. Lähestyn tavoitettani seuraavilla tutkimuskysymyksillä:

1. Miten paljon ilmastonmuutoksesta puhutaan?
2. Millaisia diskursseja eli puhetapoja ilmastonmuutospuheesta voidaan tunnistaa?
3. Onko diskurssien sisällä havaittavissa muutosta vuosien 2008–2019 ajalla?

Ilmastonmuutos on yksi aikaamme määrittelevä ilmiö, ja se on ollut sitä jo jonkin aikaa. Aiheesta on tullut niin iso, että se määrittelee monelta osin myös yritysten ja tässä tapauksessa erityisesti lentoyhtiöiden toimintaa. Tämän vuoksi tutkimus painottuu juuri lentoyhtiön tapoihin viestiä ilmastonmuutoksesta ja ympäristövastuusta vastuullisuusraporteissa. Tutkimuksessa tarkastellaan myös mahdollista muutosta ja sen kautta sitä,

onko ilmastonmuutoksen asettuminen laajaksi globaaliksi ja yhteiskunnalliseksi puheen-aiheeksi voinut vaikuttaa myös lentoyhtiön puhetapoihin vuosien saatossa.

Tutkimuksen kohteena on suomalainen lentoyhtiö Finnair. Finnair on toiminut lentoyhtiönä yli 90 vuotta ja yritys on kasvanut merkittäväksi ja kansainväliseksi lentoyhtiöksi (Finnair, 2019a). Lentoyhtiöiden vastuullisuusviestintää on tutkittu jonkin verran, mutta vähemmän on tehty viestinnällistä tutkimusta ilmastonmuutoksen ja lentoyhtiöiden yhteydestä. Gössling ja Upham (2009, s. 8) ovat todenneet jo yli kymmenen vuotta sitten, että lentämisen vaikutukset ilmastoon ja ympäristöön ovat päästöjen takia merkittävät. Turismi ja lentoliikennematkailu ovat kasvava ala, jolloin lentämisestä aiheutuvat päästöt lisääntyvät entisestään, vaikka lentoyhtiöt käyttävätkin paljon resursseja päästöjen vähentämiseen.

Viestinnän tutkimuksessa on tarkasteltu vastuullisuusviestintää ja vastuullista puhetta kielellisten keinojen käytön ja vaikutusten näkökulmasta. Muun muassa Ihlen (2015), Ihlen ja Roper (2014), Laine (2010) ja Milne, Kearins ja Walton (2006) ovat tutkineet erilaisten puhetapojen ja retoristen keinojen, kuten metaforien, käyttöä vastuullisuusraportoinnissa. Tämä tutkimus antaa yhden uuden näkökulman lisää siihen, miten kielenkäytöllä ja puhetavoilla voidaan rakentaa sosiaalista maailmaa. Toisaalta olemassa olevat näkemykset ilmastonmuutoksesta taas muokkaavat kielenkäyttöä. Tämä näkökulma perustuu siihen, että kielellä on myös laajempia sosiaalisia vaikutuksia, ja toisaalta myös yhteiskunta ja sosiaaliset rakenteet vaikuttavat kieleen (Pietikäinen, 2008, s. 211–212). Tässä tutkimuksessa merkittävää on havaita vastuullisuusraportoinnissa vallalla olevia diskursseja ja tarkastella kriittisesti niiden merkitystä laajemmassa sosiaalisessa kontekstissa huomioiden kielenkäytön laaja-alaiset vaikutukset.

## 1.2 Aineisto

Tutkimuskohteena toimiva Finnair on valtio-omisteinen yhtiö. Suomen valtio omistaa Finnairista 55,8 prosenttia (Eskonen, 2020). Finnairin hiilidioksidipäästöt olivat viime

vuonna 3,6 miljoonaa tonnia, kun Suomen kokonaispäästöt olivat viime vuonna 56 miljoonaa hiilidioksiditonnia. Finnair on siis valtionyhtiöistä yksi suurimmista päästöjen aiheuttajista Nesteen, Fortumin, Gasumin ja Vapon ohella. Ongelmana on Eskosen (2020) mukaan ollut jo kauan se, että valtionyhtiöt eivät ole olleet linjassa hallituksen ilmastotavoitteiden kanssa. Pian kuitenkin valtionyhtiöitä veloitetaan noudattamaan ilmastovelvoitteita, eli yhtiöiden on jatkossa tunnistettava ilmastovaikutuksensa ja laadittava toimenpidesuunnitelmat.

Eskonen (2020) kirjoittaa Yle Uutisten aihetta käsittelevässä jutussa, että ongelmallisimpia ovat yritykset, joiden koko liiketoiminta on ristiriidassa ilmastotavoitteiden kanssa. Finnair on yksi näistä yrityksistä, sillä yhtiön päästöt ovat viime vuosina nousseet lentoliikenteen kasvun mukana. Finnair (2020b, s. 20) sanookin tilikauden 2019 vastuullisuusraportissaan, että yhtiön pitkän aikavälin tavoite on ollut vähentää hiilidioksidipäästöjä 17 prosenttia vuoden 2013 tasosta vuoden 2020 loppuun mennessä. Finnair kuitenkin toteaa, että yhtiö ei tule pääsemään tähän aiemmin asettamaansa päästövähennystavoitteeseen. Eskonen (2020) kirjoittaa, että lentoliikenteen päästöjen vähentämisen keinoja ovat lähinnä reittien suunnittelu sekä biokerosiini ja erilaiset kompensatit. Valtionyhtiönä Finnairin vastuullisuutta varmasti siis koskee tietyntyyliset vaatimukset ja odotukset, joihin yhtiön täytyy pyrkiä vastaamaan sekä vastuullisin toimin että viestinnän ja raportoinnin avulla.

Tutkimuksen aineistona toimii Finnairin vastuullisuusraportit tilikausilta 2008–2019. Aineistona toimii siis yhteensä 12 eri dokumenttia. Aineistoon kuuluvat dokumentit on kerätty syyskuun 2019 ja helmikuun 2020 välisenä aikana. Finnairin vastuullisuusraportit ja vuosikertomukset ovat vapaasti luettavissa pdf-muodossa Finnairin verkkosivuilla vuodesta 2006 lähtien. Aineisto ja suorat linkit löytyvät kokonaisuudessaan tämän työn liitteistä.

Edellistä tilikautta koskeva yhteiskuntavastuuraportti julkaistaan yleensä seuraavan vuoden alussa samaan aikaan vuosikertomuksen kanssa. Finnair on aloittanut



yhteiskuntavastuuraportoinnin vuonna 1997 ensimmäisten lentoyhtiöiden joukossa (Finnair, 2013). Vuodesta 2008 alkaen Finnair on noudattanut raportoinnissaan GRI-standardien mukaista ohjeistusta (Finnair, 2019b). GRI-standardit ovat kansainvälisen *Global Reporting Initiative* luomat globaalit standardit kestävän kehityksen raportoinnille. GRI-standardien avulla yritykset raportoivat täsmällisesti taloudellisista, ympäristöllisistä ja sosiaalisista vaikutuksistaan vuosittain (GRI, 2019).

Tutkimusaineisto on rajattu alkamaan vuodesta 2008 juuri GRI-ohjeistuksen noudattamisen takia, sillä siitä lähtien tarkasteltavat Finnairin yhteiskuntavastuuraportit noudattavat samoihin ohjeistuksiin perustuvaa kaavaa. Hieman yli kymmenen vuoden aikaväli antaa myös hyvän mahdollisuuden muutoksen tarkastelemiselle. On tärkeää tarkastella, onko ilmastonmuutospuheessa tapahtunut muutosta, sillä 2010-luvulla sekä vastuullisuus että ilmastonmuutos ovat nousseet globaaleiksi puheenaiheiksi ja ne ovat kytköksissä toisiinsa.

Finnair on raportoinut vastuullisuudestaan vuosien 2008–2019 välillä vaihtelevasti osana vuosikertomusta, kokonaan omana vastuullisuusraporttina ja kerran erillisenä dokumenttina GRI-tiedoista. Tilikausina 2008–2012 on julkaistu erikseen yhteiskuntavastuuraportti. Tilikausina 2013–2014 vastuullisuudesta raportoitiin osana vuosikertomusta. Tilikautena 2015 vastuullisuudesta raportoitiin omassa GRI-tietoja käsittelevässä dokumentissa, kun taas vuosina 2016–2017 raportti oli osana vuosikertomusta. Tilikausina 2018–2019 on julkaistu taas erilliset vastuullisuusraportit (Finnair, 2020a). Finnairin vastuullisuusraportointi ei siis ole vielä vakiinnuttanut täysin muotoaan johonkin tiettyyn dokumenttiin, mutta raportointi on kuitenkin noudattanut samoja ohjeistuksia vuodesta 2008 lähtien. Taulukossa 1 on kuvattuna aineisto eli Finnairin vastuullisuusraportit tilikausilta 2008–2019.

**Taulukko 1.** Aineistona toimivat Finnairin vastuullisuusraportit.

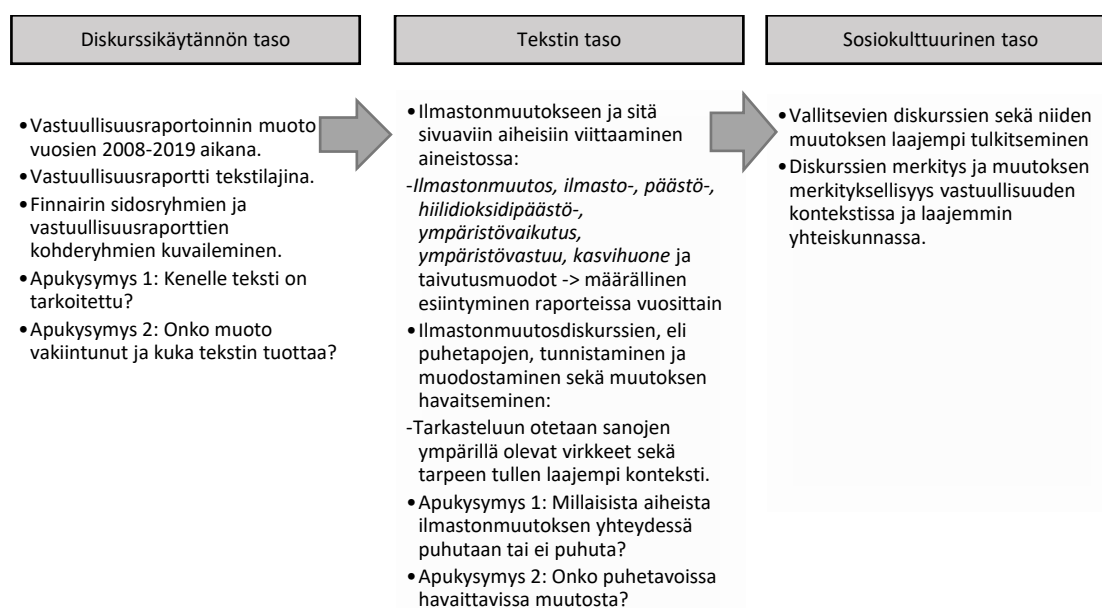
<b>Raportin nimi</b>	<b>Tilikausi</b>	<b>Muoto</b>	<b>Sivumäärä</b>
Yhteiskuntavastuuraportti	2008	erillinen raportti	62
Yhteiskuntavastuuraportti	2009	erillinen raportti	62
Yhteiskuntavastuuraportti	2010	erillinen raportti	58
Yhteiskuntavastuuraportti	2011	erillinen raportti	84
Vastuullisuusraportti	2012	erillinen raportti	88
Vuosikertomus	2013	osana vuosikertomusta	57/170 (s. 1-57)
Vuosikertomus	2014	osana vuosikertomusta	56/164 (s. 1-56)
GRI-liite	2015	erillinen liite	39
Vuosikertomus	2016	osana vuosikertomusta	53/154 (s.1-21, s. 122-154)
Vuosikertomus	2017	osana vuosikertomusta	60/161 (s. 1-20, s. 122-161)
Vastuullisuusraportti	2018	erillinen raportti	52
Vastuullisuusraportti	2019	erillinen raportti	48

Aineistoksi on määritelty vastuullisuusraportit sekä vuosikertomuksista yhteiskuntavastuuta koskevat osiot sekä vuosikertomuksen alussa olevat strategiaan viittaavat sivut. Taulukossa 1 sivumäärällä tarkoitetaan kunkin aineiston sivumäärää. Vuosikertomuksien kohdalla on mainittu kuinka monta sivua vuosikertomuksen kokonaissivumäärästä kuuluu aineistoon ja mitkä sivunumerot aineistoon kuuluvat. Tutkimus ei kuitenkaan tarkastele aineistosta kaikkea tekstiä, vaan vain kohtia, joissa on viitattu ilmastonmuutokseen jollain tavalla. Aineistossa tarkastelun ulkopuolelle jää

myös kuvat ja muut visuaaliset elementit. Tarkastelun ulkopuolelle jäävät myö raporttien avainluvut ja muut GRI-standardien mukaan raportoidut liiketoiminnalliset tiedot tai tulokset.

### 1.3 Menetelmä

Tutkimusmenetelmänä toimii kriittinen diskurssianalyysi. Tutkimuskysymyksiä lähestytään Fairclough'n (1997, s. 82) kriittisen diskurssianalyysin analyyttisen viitekehyksen avulla, jossa tarkastellaan viestintätapahtumaa kolmella eri tasolla: tekstin tasolla, diskurssikäytännön tasolla ja sosiokulttuurisella tasolla. Kriittistä diskurssianalyysia ja Fairclough'n viitekehystä käydään tarkemmin läpi luvussa 3. Alla olevassa Kuviossa 1 on kuvattu analyysin eteneminen eli tutkimusmenetelmä, joka on sovellus Fairclough'n (1997) analyyttisestä viitekehystä.



**Kuvio 1.** Analyysin eteneminen.

Kuten Kuvioista 1 voidaan nähdä, analyysi alkaa diskurssikäytännön tasolta. Pietikäisen (2008, s. 209) mukaan analyysin voi aloittaa miltä tasolta tahansa. Usein saatetaan edetä

tekstin mikrotasolta sosiokulttuurin makrotasolle, mutta koen loogisimmaksi aloittaa analyysin diskurssikäytännön tasolta, koska tekstin tuottamisen käytänteet vaikuttavat siihen, millaista teksti on ja mitä valintoja tekstin tuottaja on tehnyt (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 68–69). Nämä asiat taas vaikuttavat tuleviin havaintoihin muilla tasoilla.

Diskurssikäytännön tasolla tarkoitetaan tekstin tuottamisen ja vastaanottamisen käytänteitä (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 68–69). Käytännössä tämä siis tarkoittaa sitä, että diskurssikäytännön tasolla analyysi keskittyy siihen, kuinka jo olemassa olevat diskurssit ja genret vaikuttavat tekstin syntymiseen ja kuinka myös tekstin vastaanottajat tulkitsevat tekstejä olemassa olevien diskurssien kautta. Diskurssikäytänteet ovat sosiaalisia ja siten aina institutionaalisiin puitteisiin kiinnittyneitä (Pietikäinen, 2008, s. 210).

Diskurssikäytännön tasolla aloitan analyysin tarkastelemalla vastuullisuusraporttien tekstilajia, Finnairin sidosryhmiä ja vastuullisuusraporttien kohderyhmiä. Hyödynnän tässä apuna Mitchellin, Aglen ja Woodin (1997) sidosryhmien tärkeyden mallia peilaten sitä Finnairin esittelemiін sidosryhmiin. Tarkastelen vastuullisuusraporttien tekstilajia ja tyyliä, sillä haluan selvittää, onko raporttien muoto vakiintunut ja kuka tekstin tuottaa. Kohderyhmä ja tekstilaji vaikuttavat tekstin tuottamiseen ja siihen, miten tekstin vastaanottaja tulkitsee tekstiä.

Diskurssikäytännön tasolta siirryn analyysin painopisteeseen eli tekstin tason analyysiin. Pietikäisen (2008, s. 209) mukaan usein tekstin tason analyysi on lingvististä analyysia, jossa nojaututaan esimerkiksi systeemisfunktionaalisen kielioppiin. Kuitenkin esimerkiksi Hirsto (2010, s. 24) on soveltanut Fairclough'n mallia keskittymällä tekstin tulkinassa vähemmän lingvistiseen analyysiin ja enemmän tekstin yhteiskunnallisiin ja institutionaalisiin kytköksiin. Aloitan tekstin tason analyysin tarkastelemalla, miten paljon ilmastonmuutoksesta ja siihen liittyvistä aiheista puhutaan. Analyysiyksikkönä toimii aina yksi sana: *ilmastonmuutos*, *ilmasto -alkuiset sanat*, *päästö -alkuiset sanat*, *hiilidioksidipäästö -alkuiset sanat*, *ympäristövaikutus*, *ympäristövastuu*, *kasvihuone -alkuiset sanat* ja näiden sanojen taivutusmuodot. Nämä sanat olen valinnut läpikäymällä aineistoa

Adobe Reader -ohjelmalla, jossa on mahdollista etsiä kaikki tiedostosta löytyvät osumat tietyllä hakusanalla. Jokaisesta raportista etsitään viittaukset ilmastonmuutokseen ja siihen liittyviin aiheisiin ja esitetään määrälliset tulokset taulukossa sekä pohditaan tuloksia esimerkkien avulla.

Heracleous (2004, s. 176) muistuttaa, että analyysi ei perustu vain tutkijan subjektiiviseen näkemykseen, vaikka aineistoa tarkastellaankin aineistolähtöisesti. Analyysissa täytyy ottaa huomioon, että diskurssin kautta pyritään johonkin ja siinä ilmenevät oletukset, arvot ja uskomukset rakentavat sosiaalista todellisuutta. Tämän mielessä pitäen jatkan tekstin tason analyysia ja etsin vastausta siihen, millaisia diskursseja eli puhetapoja ilmastonmuutospuheesta voidaan tunnistaa. Analyysiyksikkönä toimii aiemmin löydettyjen ilmastonmuutokseen ja siihen liittyvien asioiden ympärillä olevat virkkeet sekä tarpeen mukaan myös laajempi konteksti. Tarkoitukseni on tunnistaa diskursseja, joiden avulla ilmastonmuutoksesta puhutaan sekä havainnollistaa niitä esimerkkien avulla. Diskurssin käsitteellä tarkoitan puhetapoja, jotka toistuvat tekstissä. Diskurssien tunnistamisessa otan huomioon aineiston yli kymmenen vuoden aikavälin ja pyrin tarkastelemaan, onko puhetavoissa havaittavissa muutosta.

Lopuksi tarkastelen aineistoa sosiokulttuurisella tasolla, jossa teksti nähdään osana sosiaalisia käytänteitä. Tarkastelun pohjana on ajatus siitä, että kielellä on myös laajempia sosiaalisia vaikutuksia, ja toisaalta myös yhteiskunta ja sosiaaliset rakenteet vaikuttavat kieleen (Pietikäinen 2008, s. 211–212). Sosiokulttuurinen taso antaa analyysille tulosten valossa mahdollisuuden laajempaan yhteiskunnan ja kielen välisen suhteen tarkasteluun. Tarkoitukseni onkin pohtia sitä, mitä vallitsevat diskurssit ja mahdollinen muutos voivat kertoa yrityksen ja ilmastonmuutoksen suhteesta ja toisaalta ilmastonmuutoksen merkityksestä lentoyhtiön toimintaan aikana, jolloin ympäristöasiat ja ilmastonmuutos ovat globaalin keskustelun kohteena päivittäin.

## 2 Yhteiskuntavastuusta ympäristövastuuseen

Tässä luvussa määritellään yhteiskuntavastuuta ja tutkimuksen keskeisiä käsitteitä aiheeseen liittyen. Luvussa käydään läpi vastuullisuusviestintää ja -raportointia organisaatioiden viestinnän näkökulmasta sekä paneudutaan lentoyhtiöiden vastuullisuuteen etenkin ympäristövastuun ja ilmastonmuutoksen näkökulmasta.

Yritysten yhteiskuntavastuu otti ensimmäiset askeleet brittiläistutkija Keith Davisin myötä. Hän pohti 1960-luvulla sitä, miten yritysten täytyisi kantaa vastuuta toimintansa yhteiskunnallisista vaikutuksista (Schwartz & Carroll, 2008, s. 104). Carroll (1991, s. 39–48) loi yhteiskuntavastuun määrittelyyn neliosaisen pyramidimallin. Carrollin mallin mukaan yritysten yhteiskuntavastuu kattaa taloudelliset, oikeudelliset, eettiset ja hyväntekeväisyyteen liittyvät odotukset, joita yhteiskunnalla on organisaatiota ja sen toimintaa kohtaan. Carrollin mallia on sittemmin sovellettu ja hyödynnetty paljon, ja Carrollin mallin pohjalta yhteiskuntavastuun yleisimmäksi määritelmäksi on muotoutunut kolmijako taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen vastuuseen (Schwartz & Carroll, 2008, s. 109–110).

Yhteiskuntavastuun käsitteellä on edelleen monia vakiintuneita määritelmiä. Harmaalan ja Jallinojan (2012, s. 14) mukaan yleensä yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan yritysten kautta tapahtuvaa vapaaehtoista yhteiskunnan eli kansalaisten ja ympäristön hyvinvoinnin rakentamista. Englanniksi yhteiskuntavastuuseen viitataan usein termillä *Corporate Social Responsibility* eli *CSR*. Usein yhteiskuntavastuuseen viitataan myös yritysvastuun, vastuullisuuden ja kestävä kehityksen käsitteillä (FIBS ry 2018). Tässä tutkimuksessa käytetään yhteiskuntavastuun ja vastuullisuuden käsitteitä, koska Finnair (2018) käyttää verkkosivuillaan yhteiskuntavastuun käsitettä. Lisäksi yhteiskuntavastuu sanana korostaa tähän tutkimukseen liittyvää yhteiskunnallista näkökulmaa.

Yhteiskuntavastuu jaetaan usein edellä mainitun Carrollin kolmoistilinpäätöksen periaatteen mukaisesti taloudelliseen, sosiaaliseen ja ekologiseen vastuuseen. Harmaalan ja Jallinojan (2012, s. 18–22) mukaan taloudellinen vastuu viittaa niihin tapoihin, joilla yritys

taloudellisesti edistää yhteiskunnan hyvinvointia muun muassa investointien ja tuotekehityksen avulla. Sosiaalisella vastuulla taas tarkoitetaan yrityksen toimien vaikutusta ihmisiin, kuten henkilöstöön sekä asiakaskuntaan. Ekologisella vastuulla tarkoitetaan ympäristön huomioonottamista kaikessa yritystoiminnassa. Tämän tutkimuksen olennainen yhteiskuntavastuun osa-alue on ekologinen vastuu, jonka synonyymina Harmaalan ja Jallinojan (2012, s. 22) mukaan käytetään usein termiä ympäristövastuu, jota käytetään myös tässä tutkimuksessa. Ympäristövastuu korostaa sitä, että yritys on aina vastuussa sen aiheuttamista ympäristövaikutuksista. Ympäristövastuullisuuteen kuuluu yrityksen kaikki ympäristöön liittyvät haitalliset vaikutukset ja niiden minimointi.

Inhimillinen kehitys ja etenkin teollistuminen ovat haaste ympäristön ja luonnon kestävyydelle (Crane, Matten & Spence, 2014, s. 351–353). Kasvavat teollisuudenalat, luonnonvarojen kulutus ja jätteiden tuottaminen kuormittavat ympäristöä, ja tämä asettaa yritykset ja organisaatiot kriittiseen vastuuseen ympäristön kestävästä ja kestävästä kehityksestä. Yritysten ympäristövastuullisia toimia voivat Cranen ja muiden mukaan olla esimerkiksi luonnonvarojen tehokas käyttö ja jätteiden minimointi, saastumisen ehkäiseminen, tuotteiden kierrätysmahdollisuuksien edistäminen, innovaatiot yrityksen tuotteissa, prosesseissa ja palveluissa, ilmastonmuutoksen hillintä, reagointi luonnonkatastrofeihin sekä resurssien turvallisuuden ja oikeudenmukaisuuden varmistaminen.

Ympäristövastuulla, kuten kaikilla yhteiskuntavastuun osa-alueilla, voidaan nähdä olevan sekä välittömiä että välillisiä vaikutuksia (Harmaala & Jallinoja, 2012, s. 17). Ympäristövastuun välittömiä vaikutuksia ovat muun muassa kaikki yrityksen toimintaympäristöön vaikuttavat ympäristövaikutukset sekä luonnonvarojen käyttö ja polttoainevalinnat. Välillisiä vaikutuksia ovat muun muassa vaikutukset biodiversiteettiin sekä ilmastonmuutokseen. Esimerkiksi siis lentoyhtiöiden ympäristövaikutukset ovat sekä välittömiä ja välillisiä, mikä tekee lentoyhtiöiden ympäristövastuusta tärkeän osan yhtiöiden vastuullista toimintaa.

## **2.1 Yhteiskuntavastuun taustalla**

Yhteiskuntavastuun periaatteena on, että yritykset ja organisaatiot ovat vastuussa toimintansa vaikutuksista, olivat ne sitten suuria tai pieniä (Ihlen, Bartlett & May, 2014, s. 8). Yhteiskuntavastuu on myös yrityksen tapa kommunikoida sidosryhmien ja suuren yleisön kanssa vastuullisista toimista. Osana yrityksen vastuullista toimintaa ovat usein erilaiset prosessit, joiden avulla kartoitetaan ja arvioidaan sidosryhmien ja suuren yleisön vaatimuksia. Kartoitusten perusteella yritys voi kehittää toimintaa ja käytäntöjä sidosryhmien ja suuren yleisön vaatimusten mukaiseksi, tai mahdollisesti koittaa sivuuttaa vaatimukset, joita ei jostain syystä nähdä tärkeäksi toteuttaa. Nielsen ja Thomsen (2007, s. 26) toteavakin, että vastuullisuudesta raportoidessa on tärkeää, että yritys pystyy täyttämään sekä yrityksen sisältä tulevat odotukset että sidosryhmien odotukset ja vaatimukset.

### **2.1.1 Sidosryhmäajattelu**

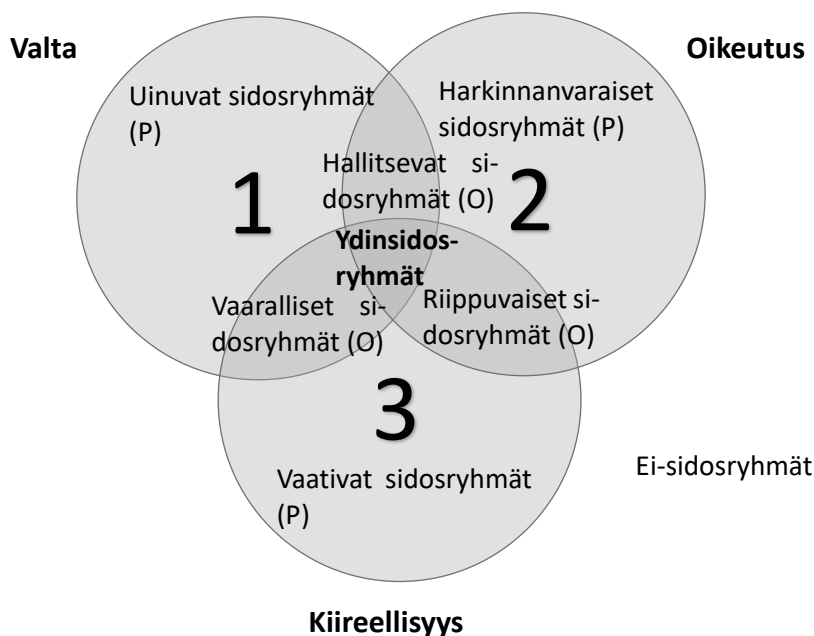
Sidosryhmien odotuksiin ja vaatimuksiin vastaamisesta puhutaan usein termillä sidosryhmäajattelu (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen, 2011, s. 14). Sidosryhmäajattelu pitkälti määrittää yrityksen tapaa tarkastella yritykseen ja sen toimintaan kohdistuvia odotuksia. Perinteisiä tärkeitä sidosryhmiä ovat omistajat, asiakkaat, henkilöstö, kuluttajat, alihankkijat ja tavarantoimittajat. Yhteiskuntavastuu on kuitenkin laajentanut yrityksille tärkeitä sidosryhmiä, joita ovat usein muun muassa paikallisyhteisöt, kansalaisjärjestöt ja media. Sidosryhmien odotuksiin vastaaminen on tärkeää, sillä vastuullinen toiminta tuo yrityksille lisäarvoa ja sidosryhmäajattelun avulla voidaan paremmin aistia toimintaympäristön muutoksia.

Joutsenvirta ja muut (2011, s. 15) puhuvat siitä, että yritysten suhteessa sidosryhmiin on jo 2000-luvulla tapahtunut murros. Aiemmin vastuullisuus oli lähinnä huolehtimista omaan toimintaan suoraan vaikuttavista sidosryhmistä. Etenkin suurten yritysten valta on kasvanut globaalilla tasolla merkittävästi, minkä vuoksi yritykset ovat väistämättä



ajautuneet keskelle kansainvälistä politiikkaa. Yhteiskuntavastuuta onkin alettu toteuttaa suurissa monikansallisissa hankkeissa, joiden tarkoituksena on etsiä ratkaisuja suurten teollisuudenalojen sosiaalisiin ongelmiin sekä ympäristöongelmiin. Esimerkiksi EU:n (2020) lentoliikenteen päästökaupan avulla on pyritty saada ratkaisuja lentoliikenteen ilmastovaikutusten vähentämiseksi. Päästökaupan tavoitteena on vähentää hiilidioksidipäästöjä. Se antaa lentoyhtiöille mahdollisuuden käydä kauppaa päästöoikeuksilla ja päättää miten ne vähentävät päästöjään. Päästökauppa alkoi vuoden 2012 alussa.

Organisaatioiden on tärkeä osata tunnistaa sidosryhmät, joille viestintä ensisijaisesti suunnataan ja joihin panostetaan. Finnair (2020b) kertoo tilikauden 2019 vastuullisuusraportissaan, että Finnairin vastuullisuusstrategian tavoitteena on varmistaa, että yhtiön keskeiset sidosryhmät hyväksyvät sen toiminnan perustan. Finnair lisää, että vastuullinen toiminta edistää Finnairin brändin kehitystä ja tuottaa pitkällä aikavälillä lisäarvoa osakkeenomistajille. Sidosryhmien tunnistamiseksi on kehitetty erilaisia malleja ja yksi tunnetuimmista on kuviossa 2 esitetty Mitchellin ja muiden (1997) sidosryhmien tärkeyden malli.



**Kuvio 2.** Sidosryhmien tärkeyden malli (Mitchell, Agle & Wood, 1997, s. 865–868; Koskela, 2018, s. 39; mukailtu).

Sidosryhmien tunnistamiseen viitataan usein sidosryhmäanalyysillä. Mitchell ja muut (1997, s. 865–868, 874) ovat kehittäneet sidosryhmien tärkeyden mallin (ks. kuvio 2). Kyseinen malli on yksi tunnetuimmista sidosryhmäanalyysimalleista. Tätä sidosryhmien tärkeyden mallia hyödynnetään myös tässä tutkimuksessa, kun analyysin alussa pohditaan Finnairin vastuullisuusraporttien kohderyhmiä ja sidosryhmiä sekä niiden tärkeyttä.

Kuviosta 2 voidaan havaita kolme ulottuvuutta: valta, oikeutus ja kiireellisyys. Vallalla tarkoitetaan Mitchellin ja muiden (1997, s. 865–866) mukaan sitä, että jollakin sidosryhmällä on niin paljon valtaa, että sillä on mahdollisuus vaikuttaa organisaation toimintaan ja päätöksiin. Valta voidaan kuitenkin sekä saavuttaa että menettää, minkä takia on syytä muistaa, että valta voi olla ohimenevää. Oikeutuksella tarkoitetaan sitä, että sidosryhmällä on vaatimustensa takana sosiaalisesti hyväksytyt ja odotetut perusteet (Mitchell ja muut, 1997, s. 866–867). Sidosryhmän vaatimukset voivat olla oikeutettuja, mutta ellei sidosryhmällä ole valtaa osoittaa tahtoaan tai vaatimuksen kiireellisyyttä, ei organisaation johto välttämättä koe vaatimusta tärkeänä tai houkuttelevana. Kiireellisyydellä taas tarkoitetaan sitä, että sidosryhmällä voi olla ratkaiseva vaikutus (Mitchell ja muut, 1997, s. 867–868). Kiireellisyys täyttyy etenkin, jos sidosryhmän vaatimus on luonteeltaan aikaherkkä ja kun kyseinen vaatimus on erittäin tärkeä tai kriittinen sidosryhmälle. Kiireellisyyden takia sidosryhmän toimiin kannattaa reagoida nopeasti.

Tämän Mitchellin ja muiden (1997, s. 873–874) sidosryhmien tärkeyden mallin mukaan sidosryhmiä voi koskea joko yksi tai useampi näistä kolmesta ulottuvuudesta. Mitä useampi ulottuvuus pätee, sitä tärkeämpi sidosryhmä on kyseessä. Kuviossa 2 esitetyt suomenokset mukailevat Koskelan (2018, s. 39–40) käännöstä Mitchellin ja muiden (1997, s. 873–874) mallista. Mallissa sidosryhmät jaetaan kolmeen pääryhmään: *piileviin, odottaviin ja todellisiin*. Näistä taas piilevät ja odottavat sidosryhmät jakautuvat edelleen kolmeen osaan molemmat. Näiden ryhmien suhde valtaan, oikeutukseen ja kiireellisyyteen on kuvattu kuviossa 2. Sidosryhmien ytimen muodostavat todelliset sidosryhmät eli ydinsidosryhmät, joilla on sekä valtaa, oikeutusta että kiireellisyyttä. Ydinsidosryhmät ovat kuvion 2 keskellä kaikkien ”pallojen” yhtymäkohdassa.

Piileviä ryhmiä ovat uinuvat, harkinnanvaraiset ja vaativat ja ne ovat merkitty kuvioon 2 (P) -merkinnällä. Piileviä ryhmiä yhdistää se, että niitä koskee vain yksi kolmesta ulottuvuudesta (valta, oikeutus tai kiireellisyys) ja yritysjohto ei aina välttämättä tee näiden ryhmien eteen mitään tai ei edes pyri tunnistamaan kyseisiä ryhmiä (Mitchell ja muut, 1997, s. 874).

*Uinuvien sidosryhmien* pääulottuvuus on valta (Mitchell ja muut, 1997, s. 875–876). Kyseisillä sidosryhmillä on valtaa osoittaa tahtonsa, mutta ei oikeutusta tai kiireellistä vaatimusta, jolloin valta jää käyttämättä. Uinuvia sidosryhmiä ovat esimerkiksi sellaiset, joilla on käytettävissä paljon rahaa, medianäkyvyyttä tai jotain muuta, jolla valta voidaan osoittaa. Uinuvat sidosryhmät eivät ole juurikaan tekemisissä yrityksen kanssa, mutta koska ne voivat saada oikeutusta tai kiireellisyyttä ja täten osoittautua keskeiseksi sidosryhmäksi, olisi yrityksen hyvä olla niistä tietoinen.

*Harkinnanvaraisten sidosryhmien* pääulottuvuus on oikeutus (Mitchell ja muut, 1997, s. 875). Kyseisillä sidosryhmillä on jokin oikeutettu näkökulma yritykseen ja sen toimintaan liittyen. Harkinnanvaraisilla sidosryhmillä ei kuitenkaan ole valtaa vaikuttaa eikä myöskään kiireellisiä vaatimuksia, jolloin yrityksellä ei ole painetta toimia aktiivisesti kyseisen sidosryhmän kanssa, mutta halutessaan se voi kuitenkin niin tehdä. Harkinnanvaraisia sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi erilaiset voittoa tavoittelemattomat järjestöt, joita yritys saattaa tukea vapaaehtoisesti ja hyväntekeväisyysmielessä.

*Vaativien sidosryhmien* pääulottuvuus on kiireellisyys (Mitchell ja muut, 1997, s. 875–876). Kyseisillä sidosryhmillä on jokin kiireellinen vaatimus, mutta ei vielä valtaa tai oikeutusta. Vaativat sidosryhmät ovat kuin ”hyttysiä inisemässä yrityksen johdon korvassa”, eli vaarattomia elleivät ne saavuta vaatimuksensa taakse valtaa tai oikeutusta. Esimerkiksi yksittäiset luonnonsuojeluaktivistit voivat olla vaativia sidosryhmiä.

Odottavia ryhmiä ovat hallitsevat, riippuvaiset ja vaaralliset ja ne ovat merkitty kuvioon 2 (O) -merkinnällä. Odottavat ryhmät voidaan yrityksen näkökulmasta nähdä tärkeämpinä kuin piilevät ryhmät, sillä odottavia ryhmiä koskee kaksi kolmesta ulottuvuudesta (Mitchell ja muut, 1997, s. 876). Kun sidosryhmää koskee useampi ulottuvuus, on se myös näkyvämpi yritykselle ja yrityksen sitoutumisen taso sidosryhmään ja sen vaatimukseen on korkeampi.

*Hallitsevia sidosryhmiä* koskee valta ja oikeutus, tarkoittaen, että kyseisillä sidosryhmillä on oikeutettuja vaatimuksia ja valtaa tehdä toimia vaatimusten eteen (Mitchell ja muut, 1997, s. 876–877). Näin ollen hallitsevat sidosryhmät ovat väistämättä tärkeitä yritykselle ja ne saavat yritysjohtolta paljon huomiota. Hallitsevia sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi omistajat, tukijat, sijoittajat. Usein hallitsevat sidosryhmät ovat niitä, jotka voivat helpoiten siirtyä todellisiksi ydinsidosryhmiksi saadessaan vaatimukselleen myös kiireellisyyttä (Emt. s. 878).

*Riippuvaisia sidosryhmiä* koskee oikeutus ja kiireellisyys, mutta valtaa niillä ei ole itseltään, jolloin kyseiset sidosryhmät ovat riippuvaisia jostain toisesta, valtaa nauttivasta, sidosryhmästä tai yritysjohton huomiosta (Mitchell ja muut, 1997, s. 877). Riippuvaiset sidosryhmät voivat olla esimerkiksi yrityksen toiminnan negatiivisista ympäristövaikutuksista kärsiviä kansalaisia, joiden täytyy tukeutua valtaa nauttivaan sidosryhmään, jotta he saavat vaatimuksensa kuuluviin. Esimerkiksi valtio-omisteisen yrityksen kohdalla riippuvaiset sidosryhmät voivat saada valtaa vetoamalla eduskunnan jäseniin tai hallitukseen.

*Vaarallisia sidosryhmiä* koskee kiireellisyys ja valta (Mitchell ja muut, 1997, s. 877). Vaarallisen näistä sidosryhmistä tekee se, että usein oikeutuksen puuttuessa sidosryhmä voi toimia äkkinäisesti ja vaarallisesti. Vaarallisia sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi erilaisen aatteiden takia toimivat aktivistit, joilla ei kuitenkaan ole varsinaista oikeutta yritykselle esittämiinsä vaatimukseen. Tällaisten ryhmien on kuitenkin mahdollista saada

vaatimuksilleen oikeutusta. Kuviossa 2 näkyy lopulta myös ei-sidosryhmät, jotka yrityksen on hyvä pitää mielessä, sillä joissain tilanteissa nekin voivat osoittautua yritykselle tärkeiksi.

### **2.1.2 Ulkoinen paine ja vastuullisuuden kannattavuus**

Joutsenvirta ja muut (2011, s. 16) toteavat, että yritys vastuutoiminta nähdään usein yritysten kannalta kilpailukykyä lisäävänä mahdollisuutena. Yritykset ovat löytäneet tarpeen etsiä ratkaisuja sosiaalisiin, taloudellisiin ja ekologisiin ongelmiin tavalla, joka lisää yrityksen liiketaloudellista kannattavuutta. Vastuullista toimintaa ei siis tehdä pelkästään hyvän mielen takia, vaan vastuullisuuden on yrityksen toiminnan kannalta oltava myös kannattavaa. Yritysten on itse löydettävä tasapaino sille, kuinka suorasti vastuulliset toimet vaikuttavat yrityksen omaan toimintaan ja kannattavuuteen.

Yritysten yhteiskuntavastuun liiketaloudellista kannattavuutta ei Joutsenvirran ja muiden (2011, s. 16) mukaan kuitenkaan saisi korostaa liikaa. Yritysten on tärkeä tiedostaa, että päätökset vastuullisuudesta muokkaavat yhteiskuntaa. Vastuullisessa toiminnassa ei siis aina voida valita yritykselle kannattavinta ja mieluisinta ratkaisua, sillä se ei aina ole yhteiskunnalle ja ympäristölle paras ratkaisu. Vaikka vastuullinen toiminta onkin yrityksille yksi liiketoiminnan muoto, on tärkeää, että kannattavuuden lisäksi vastuullisuus pitää sisällään eettisiä sitoumuksia, joiden avulla pyritään vaikuttamaan positiivisesti ympäristöön ja yhteiskuntaan. Vastuullinen toiminta on toimivaa silloin, kun se on avarakatseista ja perustuu yhteiskunnan ja ympäristön ongelmien korjaamiseen.

Useat lentoyhtiöt ovat Kuon ja muiden (2016, s. 186) tekemän tutkimuksen mukaan hyvin sitoutuneita vastuulliseen toimintaan, mikä kertoo myös laajempaa kuvaa siitä, että yritysten kiinnostus yhteiskuntavastuuseen on koko ajan kasvussa. Tärkeää on tietenkin huomioida, että lentoyhtiöt toimivat kiistanalaisella toimialalla, johon kohdistuu laajaa kritiikkiä. Lentoyhtiöissä yhteiskuntavastuuta toteutetaan usein tietyn strategian ja standardien puitteissa. Toimiakseen vastuullisesti yrityksen on tärkeä tunnistaa toimintansa

edut ja haitat. Vastuullisella toiminnalla pyritään vähentämään kielteisiä vaikutuksia ja lisäämään positiivista tulosta. Kuon ja muiden (2016, s. 186) tutkimuksen mukaan yhteiskuntavastuu ei siis ole pelkästään vastuullisuutta toiminnan tärkeyden vuoksi, vaan se on myös yksi tapa rakentaa yrityksen mainetta, lisätä kuluttajien tyytyväisyyttä ja parantaa työntekijöiden motivaatiota.

## **2.2 Vastuullisuusviestintä**

Vastuullisuus ja vastuullisuusviestintä ovat kasvavia puheenaiheita, kun globaalit ilmiöt aiheuttavat kuluttajille huolta ja lisäävät samalla kiinnostusta vastuullisesti tuotettuihin palveluihin ja tuotteisiin. Yritysten vastuullisuusviestinnän tarkoituksena on kertoa yrityksen yhteiskuntavastuullisista toimista ja antaa kuluttajille, sidosryhmille sekä suurelle yleisölle tietoa yrityksen vastuullisista teoista ja faktoista (Tench ja muut, 2014, s. 9). Vastuullisuusviestintä kertoo usein myös siitä, millaisia yhteiskuntavastuullisia toimia yritykseltä odotetaan (Schultz, Castello & Morsing, 2013, s. 685).

Yritykset viestivät vastuullisuudestaan monikanavaisesti eri keinoin, riippuen viestinnän kohderyhmästä (Halme & Joutsenvirta, 2011, s. 252). Vastuullisuusviestintää toteutetaan muun muassa vastuullisuusraporteissa, verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa, mainonnassa ja suoralla vuoropuhelulla (Tench ja muut, 2014, s. 9). Halme ja Joutsenvirta (2011, s. 252) lisäävät, että vastuullisuusraportit ovat usein suunnattu alan asiantuntijoille, tutkijoille, viranomaisille, toimittajille ja tärkeille sidosryhmille. Kuluttajaa kuitenkin saattaa puhutella enemmän selkeät viestit, jotka vetoavat tunteisiin. Heidän mukaansa vastuullisuusviestinnän haasteena onkin toimittaa haluttu viesti perille sekä selkeästi, uskottavasti että vaikuttavasti.

### 2.2.1 Viestintä organisaation rakentajana

Vastuullisuusviestintä on nykyään tärkeä osa organisaatioiden viestintää. Organisaatioiden viestinnästä on olemassa erilaisia näkemyksiä. Perinteisessä näkemyksessä viestintä on vain väline, jonka avulla organisaatio kertoo toiminnastaan (Schoeneborn, Morsing & Crane, 2020, s. 22). Uudempi CCO-näkökulma (*communication as constitutive of organization*) nimensä mukaisesti näkee organisaatioiden saavan merkityksensä ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa (Ashcraft, Kuhn & Cooren, 2009; Cooren, Kuhn, Cornelissen & Clark, 2011). Näkemyksen mukaan organisaatio siis rakentuu viestinnässä ja ilman viestintää ei ole organisaatiota.

Perinteisen vastuullisuusviestintä on nähty yritysten keinona viestiä vastuullisista toimitaan. Esimerkiksi Halmeen ja Joutsenvirran (2011, s. 251) mukaan vastuullisuudesta viestiminen yrityksissä on yhteydessä vastuullisen liiketoimintaan. He sanovat, että vastuullisen toiminnan avulla yritys voi saavuttaa kilpailuetuja, mutta niiden saavuttaminen edellyttää vastuullisuudesta viestimistä markkinoille ja asiakkaille. Koska vastuullinen toiminta näkyy harvoin päällepäin, on siitä tärkeä viestiä. Tämä perinteinen näkökulma ei kuitenkaan ole eduksi, jos ajatellaan organisaatioiden viestintää muunakin kuin vain johdon välineenä viestiä organisaation toimista (Christensen, Morsing & Thyssen, 2013, s. 381).

Perinteisen näkemyksen mukaan vastuullisuusviestinnän yhteydessä puhutaan usein myös viherpesusta, jolla viitataan yritysten tyhjiin lupauksiin tai vääristäviin korulauseisiin ympäristöasioihin liittyen (Halme & Joutsenvirta, 2011, s. 259–260). Perinteinen näkemys on, että viherpesua tapahtuu koko ajan, mutta vastuullisen yrityksen ei kannata myöskään piilotella vastuullisia toimiaan viherpesuleiman pelon takia. Suomalaiseen ajatteluun kuuluu usein, että myös vastuullisuuden saralla halutaan olla täydellisen valmiita, ennen kuin siitä voidaan kertoa ja viestiä eteenpäin. Ihlen ja Roper (2014, s. 49) taas ovat havainneet, että monet yritykset luovat vastuullisuusviestinnällä mielikuvaa siitä, että vastuullisuus on jo ikään kuin pinttynyt yrityksen toimintatapoihin vuosien saatossa. He ovat sitä mieltä, että tällainen puhe voidaan tulkita viherpesuksi, eikä

vastuullisuusviestinnässä tai -raportoinnissa saisi sekoittaa vastuullisista toimista kertomista siihen, että se tarkoittaisi vastuullisuuden täydellistä saavuttamista.

Christensen ja muut (2013, s. 374) ovat tuoneet CCO-ajattelun organisaatioiden vastuullisuusviestinnän tutkimukseen esittämällä *pyrkimyspuheen* käsitteen, jossa myös näkemys viherpesuun on erilainen. Pyrkimyspuheella tarkoitetaan organisaation puhetta ja kuvauksia vastuullisista tavoitteista, joita organisaatio ei ole vielä saavuttanut tai joita organisaatio pitää tarpeellisina ylläpitää (Penttilä, 2019, s. 68). Pyrkimyspuhe kuvaa siis enemmänkin organisaation vastuullisia tavoitteita kuin jo tehtyjä vastuullisia toimia (Christensen ja muut, 2013, s. 374).

Christensenin ja muiden (2013, s. 375, 385–386) mukaan vastuullisuusviestintä on aina tavoitteellista (pyrkimyspuhetta) ja se voi parhaassa tapauksessa kehittää organisaatiota vastuullisena toimijana. He sanovatkin, että pyrkimyspuheesta voi olla hyötyä, koska tällainen viestintä voi edesauttaa organisaatioiden muutosta parempaan, vaikka pyrkimyspuhe ei heijastaisikaan täysin organisaation todellista senhetkistä toimintaa ja käytäntöjä. Keino muuttaa organisaatiota on siis viestiä muutospyrkimyksistä. Sidosryhmät voivat julkisen viestinnän ja puheen avulla tarkastella organisaatioiden vastuullisen toiminnan etenemistä ja viedä organisaatiota eteenpäin omilla vaatimuksillaan.

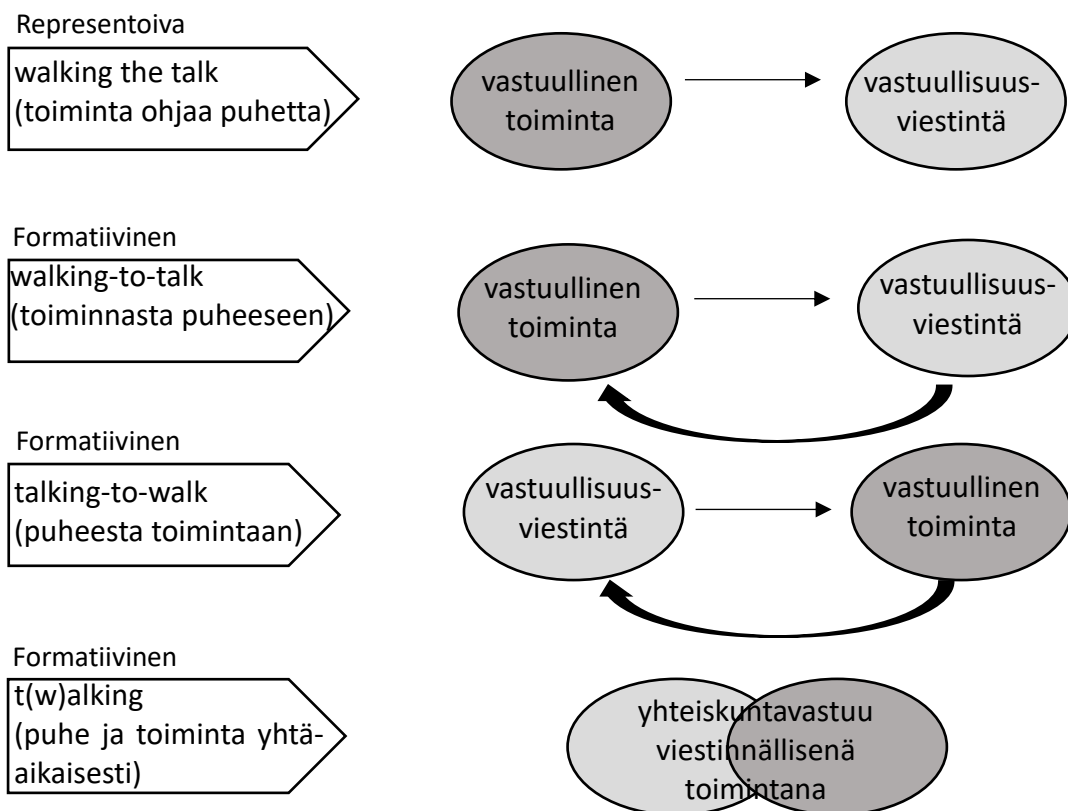
Christensenin ja muiden (2013, s. 385–386) pyrkimyspuheajattelu esittää siis positiivisemmän näkemyksen viherpesusta ja sen vaikutuksista. Jos yrityksen vastuullisuusviestintä ja vastuulliset toimet eivät ole linjassa, on tämä usein mielletty tekopyhyydeksi tai viherpesuksi, eli lähinnä maineen puhdistamiseksi. Christensen ja muut kuitenkin sanovat, että niin sanotun puheen ja toimien erot saattavatkin olla välttämättömiä yhteiskuntavastuun sitouttamisessa organisaation toimintaan. Vastoin tavanomaista ajattelua, yritysvastuuseen liittyvissä kysymyksissä tekopyhyys ja viherpesu voidaankin siis nähdä positiivisessa valossa pyrkimyspuheena, jolla on potentiaalia vaikuttaa organisaation muutokseen yhteiskuntavastuun saralla.



Viherpesu ja tekopyhyys ovat osasy siihen, miksi usein organisaatioilta odotetaan todenmukaista viestintää ja ”walk the talk” -toimintaa eli sitä, että täytyy tehdä niin kuin sanoo (Christensen ja muut, 2013, s. 378). Organisaatioiden ei kuitenkaan Christensenin ja muiden näkemyksen mukaan pitäisi totella tätä mantraa liian tiukasti, sillä he näkevät myös puheen toimintana. Organisaatiot voivat siis oppia ja kehittyä niistä tavoista, joilla ne kuvaavat itseään ja ympäristöään.

Myös Schoeneborn ja muut (2020, s. 6–7) edustavat tällaista konstruktionistista/formatiivista CCO-näkökulmaa, joka ajattelee, että viestiminen on jo toimintaa itsessään tai se suuntautuu tulevaisuuteen. Heidän mukaansa tässä näkökulmassa oleellista ei ole se, missä määrin puheessa raportoidaan tarkasti organisaation teoista, vaan se, kuinka puhe muodostaa ja vaikuttaa organisaatioihin tekoihin, toimiin ja käytäntöihin.

Tässä tutkimuksessa yhtenä tarkastelun kohteena on muutos vastuullisuusraporteissa käytetyssä ilmastonmuutospuheessa. Muutosta tarkastellessa on hyvä myös havainnoida sitä, millainen vastuullisen toiminnan ja vastuullisuusviestinnän suhde on ja onko puhettavat muuttuneet. Vastuullisuusviestinnän ja vastuullisen toiminnan suhdetta voidaankin Schoenebornin ja muiden (2020, s. 12) mukaan lähestyä joko representoivasta eli heijastavasta näkökulmasta tai kolmesta erilaisesta formatiivisesta eli muovaavasta näkökulmasta. Nämä näkökulmat on esitelty alla olevassa kuviossa 3.



**Kuvio 3.** Neljä näkemystä vastuullisen toiminnan ja vastuullisuusviestinnän suhteesta (ks. Schoeneborn ja muut, 2020, s. 12).

Kuviossa 3 on eroteltuna neljä eri näkemystä vastuullisen toiminnan ja vastuullisuusviestinnän suhteesta (Schoeneborn ja muut, 2020, s. 12, 22). Representoivassa näkökulmassa (walking the talk) vastuullinen toiminta ohjaa vastuullisuusviestintää ja on tärkeämpää kuin viestintä. Representoivassa näkökulmassa kieli ikään kuin heijastaa todellisuutta. Tätä näkemystä edustavien yritysten vastuullisuusviestintä representoi eli heijastaa tai kuvaa menneisyydessä tehtyjä tai tulevaisuudessa tehtäviä vastuullisia toimia ja käytäntöjä, sekä pyrkii oikeuttamaan yrityksen toimintaa.

Formatiiviset näkökulmat taas korostavat viestinnän merkitystä ja niissä kieli ikään kuin muovaa todellisuutta. Ensimmäisessä formatiivisessa näkökulmassa (walking-to-talk) vastuullinen toiminta edeltää vastuullisuusviestintää, mutta myös vastuullisuusviestinnän nähdään rakentavan yrityksen vastuullisuutta sekä ulospäin että yrityksen sisällä. Vastuullisuusviestintä on usein menneisyyteen suuntautunutta raportointia. Toisessa

formatiivisessa näkökulmassa (talking-to-walk) taas vastuullisuusviestintä edeltää vastuullista toimintaa. Vastuullisuusviestintä kertoo usein tulevaisuuteen suuntautuneista toiveista (pyrkimyspuhe). Kolmas formatiivinen näkökulma (t(w)alking) on kaikista eniten yhteydessä CCO-näkemykseen: organisaatio rakentuu viestinnässä. Siinä yhteiskuntavastuu nähdään viestinnällisenä toimintana, jossa vastuullisuuspuhe muodostaa samanaikaisesti yrityksen vastuullista toimintaa. Viestintä keskittyy tällöin usein organisaatioon vastuullisena toimijana, organisaation vastuullisiin käytäntöihin tai vastuullisuuden instituutiona. Näitä käsitteitä hyödynnetään tässä tutkimuksessa etenkin *toiveiden ja tavoitteiden diskurssia* (ks. luku 4.3.5) analysoitaessa, jossa pyrkimyspuheella on suuri rooli. Lisäksi käsitteitä hyödynnetään analyysin viimeisessä vaiheessa sosiokulttuurisella tasolla (ks. luku 4.4).

### **2.2.2 Vastuullisuusraportointi**

Kuisman ja Temmeksen (2011, s. 267) mukaan vastuullisuusraportointi sai alkunsa yritysten ympäristötietojen raportoinnista 1980-luvulla. 1990-luvulla raportointi keskittyi edelleen ympäristöraportteihin, kunnes 2000-luvulla yritykset alkoivat julkaista kestävän kehityksen raportteja tai yhteiskuntavastuuraportteja, joissa useimmiten käsitellään vastuullista toimintaa yhteiskuntavastuun kolmen eri ulottuvuuden näkökulmasta. Yhteiskuntavastuuraportointi perustuu pääasiassa vapaaehtoisuuteen, mutta raportointiin on myös olemassa lainsäädäntöjä ja standardeja, joita tiettyjen toimialojen yritysten täytyy noudattaa (Kuisma & Temmes 2011, s. 268). Näitä lainsäädäntöjä ja ohjeistuksia ovat muun muassa Kirjanpitolaki sekä GRI-ohjeistus.

Vapaaehtoisuuteen perustuvan raportoinnin syitä voi Kuisman ja Temmeksen (2011, s. 268–269) mukaan olla monenlaisia, ja ne voidaan jakaa taloudellisiin, poliittisiin ja viestinnällisiin syihin. Taloudellisia syitä raportointiin ovat esimerkiksi yrityksen sisäinen kehittäminen ja riskienhallinta. Raporttien avulla tehostetaan liiketoimintaympäristön seuranta ja selkeytetään sekä konkretisoidaan yrityksen kannanottoja. Raportointi parantaa myös viestin kulkua henkilöstöasioihin, työoloihin ja ympäristönsuojeluun liittyen.

Raportoinnin taustalla olevat poliittiset syyt liittyvät usein yrityksen kokoon. Jos yritys on kooltaan suuri, kohdistuu sen toimintaan enemmän ulkoista painetta toiminnan yhteiskunnallisten vaikutusten läpinäkyvyyden lisäämiseksi. Raportoinnin viestinnälliset syyt ovat tärkeitä, sillä raporttien avulla voidaan edistää myönteistä vuorovaikutusta organisaation ja sen sidosryhmien välillä. Raportoinnin avulla voidaan myös rakentaa yrityksen mainetta vastuullisena toimijana sekä viestiä organisaatioarvojen pohjalta tehdyistä vastuullisista toimista ja osoittaa, että arvot eivät ole pelkkiä korulauseita.

Vastuullisuusraportointi vaatii yrityksiltä pitkäjänteistä työtä (Allen & Craig, 2016, s. 8). Tietojen keräämisprosessi ja vastuullisuusraporttien kirjoittaminen kuitenkin usein hyödyttävät yrityksen sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä. Raportit ovat tapa esittää yrityksen arvoja ja osoittaa yrityksen sitoutuneisuutta yhteiskuntavastuuseen. Raportin kirjoittamisprosessi myös auttaa yrityksiä asettamaan ja mittaamaan tavoitteita sekä ymmärtämään toimintansa sosiaaliset ja ympäristövaikutukset ja viestimään taloudellisesta, ympäristöllisestä ja sosiaalisesta vastuusta.

Yritysten yhteiskuntavastuu ja siitä raportointi on perinteisesti perustunut vapaaehtoisuuteen, ja lainsäädännössä on keskitytty raportointi- ja seurantavelvoitteisiin (Tuominen & Kivelä, 2019). Vuoden 2016 lopussa hyväksyttiin muutos Kirjanpitolakiin (2016/1376 § 1), joka edellyttää tietynlaisia yhtiöitä raportoimaan yhteiskuntavastuutaan. Työ- ja elinkeinoministeriön (2017) mukaan velvoite koskee suuria, yleisen edun kannalta merkittäviä yhtiöitä, joiden työntekijämäärä on yli 500 henkilöä. Lisäksi yhtiön liikevaihdon tulee olla yli 40 miljoonaa euroa tai taseen 20 miljoonaa euroa. EU:n direktiiviin pohjautuva lainsäädäntö velvoittaa yhtiöt raportoimaan ympäristöä, työntekijöitä, ihmisoikeuksia sekä korruption ja lahjonnan torjuntaa koskevista toimintalinjoistaan.

Lainsäädäntö koskee siis raportointia ja se on Työ- ja elinkeinoministeriön (2017) mukaan joustava, sillä yhtiöt voivat valita missä muodossa tiedot esitetään. Syynä joustavuuteen on, että lainsäädäntö olisi mahdollisimman toimiva ja eri toimialat ja niiden vastuullisuuden liittyvät haasteet huomioonottava. Lainsäädännössä ei esimerkiksi osoiteta tiettyä

raportointiohjetta, jota yhtiöiden tulisi käyttää. Vastuullisuusraportti voi siis olla erillinen selvitys, kansainväliseen raportointikehykseen perustuva erillisraportti tai osana toimintakertomusta oleva raportti. Lainsäädännön puitteissa tehdyt raportit on ensimmäisen kerran annettu vuonna 2018 vuoden 2017 tilikaudelta. Tämä vasta hiljattain tullut lainsäädäntö on hyvä ottaa huomioon yrityksen vastuullisuusraportointia ja etenkin muutosta tutkittaessa. Toisaalta monet suuret yritykset ovat raportoineet vastuullisuudestaan jo ennen kyseistä lainsäädäntöä.

Vaikka suomalaisessa lainsäädännössä ei osoitettakaan noudatettavaksi tiettyä raportointiohjetta, on yksi raportointiohje ylitse muiden. GRI:n (2018a) vastuullisen raportoinnin ohjeistus on yksi maailman käytetyimmistä. GRI on kansainvälinen toimija, jonka laatimia vastuullisen raportoinnin ohjeistuksia käyttää kasvava enemmistö organisaatioista. KPMG:n (2017) Survey of Corporate Responsibility Reporting -tutkimuksen mukaan maailman 250 suurimmasta yrityksestä 92 % raportoi vastuullisuudesta, ja 74 % näistä yrityksistä käyttää GRI:n ohjeistusta. GRI (2018b) julkaisi lokakuussa 2016 GRI Standards -ohjeistuksen, jonka mukaista raportointia yritysten on täytynyt noudattaa viimeistään heinäkuussa 2018. GRI Standards on päivitetty versio aiemmasta G4-ohjeistuksesta, joka on kansainvälinen ja suunniteltu yleisesti sovellettavaksi kaikenlaisiin organisaatioihin. GRI-ohjeissa korostuu organisaatioiden vaikutukset ympäristöön, yhteiskuntaan ja talouteen.

Kuten Tuominen ja Kivelä (2019) mainitsivat, lainsäädäntö koskee lähinnä raportointia ja nykyinenkin lainsäädäntö antaa yhtiöille hyvin vapaat kädet raportoinnin toteuttamiseen. GRI-ohjeistus on myös saanut osakseen kritiikkiä. GRI-ohjeistuksen lähtökohtana on ollut raportoinnin yhtenäistäminen, mutta esimerkiksi Kuisma ja Lovio (2006, s. 48) kritisoivat ohjeistusta vertailun vaikeudesta. Heidän tekemän suomalaistutkimuksen mukaan vertailukelpoisen tiedon saatavuus suomalaisista GRI-raporteista oli huomattavan heikko. Vertailukelpoisuus oli parasta ympäristötunnuslukujen osalta ja heikointa sosiaalisen vastuun tunnuslukujen osalta. Syitä huonoon vertailtavuuteen olivat muun muassa erot tunnuslukujen laskenta- ja yhdistelytavoissa.

Isakssonin & Steimlen (2009, s. 168, 179) mukaan GRI:n suosion kasvusta huolimatta vastuullisuuden mittareita ei ainakaan vielä vuonna 2009 ollut kehitetty tarpeeksi. Heidän mukaansa silloinen GRI:n G3-ohjeistus ei auttanut tekemään raportoinnista merkityksellistä ja selkeää. Heidän tekemän sementtiteollisuutta koskevan tutkimuksen tulokset johtivat johtopäätökseen, että GRI-ohjeistuksen noudattaminen ei itsessään anna vastausta siihen, miten vastuullista yrityksen toiminta oikeasti on tai millaista kehitystä siinä on tapahtunut. Myös Tuominen ja Kivelä (2019) puhuvat siitä, että vaikka vapaaehtoisuuteen ja ohjeistuksiin perustuvat raportit kyllä valistavat yleisöä ja antavat vastuullisille toimijoille näkyvyyttä, on vastuullista toimintaa koskevia juridisia toimenpiteitä kuitenkin vain vähän. Yhtenäisempi lainsäädäntö voisi tuoda selkeyttä ja vertailukelpoisuutta vastuullisuusraportointiin myös kansainvälisellä tasolla.

### **2.3 Ilmastonmuutos ja ilmailualan vastuullisuus**

Ilmastonmuutosta alettiin 2000-luvun alussa pitää yhtenä vakavimmista ympäristöongelmista (Lovio & Kuisma 2004, s. 26). Ilmastonmuutos on leimannut erityisesti viimeisintä vuosikymmentä. Se on ollut poliittisella ja yhteiskunnallisella tasolla yksi puhutuimmista aiheista. IPCC:n julkaisemat erilaiset raportit ilmastonmuutoksen vaikutuksista ovat lisänneet julkista keskustelua tasaisin väliajoin (IPCC 2020).

Koska ilmastonmuutos on saanut paljon huomiota mediassa ja yhteiskunnassa, sen myötä ilmastokysymykset näkyvät nykyään laajasti myös yritysten toiminnassa. Cranen ja muiden (2014, s. 350) mukaan ilmastonmuutokseen liittyvät ongelmat ovat kriittisiä yrityksille, koska ilmastonmuutoksen syyt ja seuraukset ovat globaalit ja lisäksi vaikutukset ovat pitkäaikaisia ja jatkuvia. Ilmastonmuutos tuo myös mukanaan epävarmuustekijöitä ja riskejä maailmantalouteen. Lisäksi ilmastonmuutoksen myötä on olemassa vakava riski merkittävistä ja peruuttamattomista muutoksista yhteiskunnassamme, millä olisi laajat vaikutukset kaikkeen.

Harmaala ja Jallinoja (2012, s. 167) esittävät etenkin ympäristövastuulle ja ympäristövastuuviestinnälle oleellisiksi teemoiksi ympäristöongelmat kuten ilmastonmuutoksen. Kuten todettu, yritysmaailmaan kohdistuu entistä voimakkaampi paine vähentää päästöjä ja ottaa ilmastonmuutos huomioon kaikessa strategisessa päätöksenteossa. Nissilä ja Lovio (2011, s. 53–54) sanovat, että kansainvälisellä ilmastopolitiikalla pyritään korjaamaan ilmaston tilaa. Perusta kansainväliselle ilmastopolitiikalle luotiin Kiotossa vuonna 1997, jolloin sopimuksessa päätettiin maakohtaisista päästökaupoista ja hyväksyttiin joustomekanismeja, joiden avulla päästöjä voidaan rajoittaa luomalla yrityksille taloudellisia kannustimia päästöjen vähentämiseksi sitomatta yrityksiä kiinteisiin päästötavoitteisiin, vähentämisaikatauluihin tai tiettyihin teknologisiin ratkaisuihin.

Ilmastonmuutos on synnyttänyt merkittäviä poliittisia järjestelmiä ja sääntelyä, jotka ovat suoria järjestelmiä ilmastonmuutoksen hillitsemiseen (Pinkse & Kolk, 2009, s. 374–375). Näistä esimerkkeinä toimivat 2012 vuonna voimaan tullut EU:n (2020) päästökauppa sekä YK:n (2020) Pariisin ilmastopöytäkirja, joka tuli voimaan 2016 vuoden lopulla. Yritykset voivat nähdä erilaiset määräykset joko mahdollisuutena tai riskinä liiketoiminnalle (Pinkse & Kolk, 2009, s. 374–375). Se, miten yritys näkee ylipäätään ilmastonmuutoksen, riippuu paljon yrityksen toimialasta ja -paikasta. Tyypillisesti esimerkiksi öljy- ja kaasuteollisuus, autoteollisuus sekä näistä hyötyvät yritykset kuten lentoyhtiöt näkevät ilmastonmuutoksen uhkana, sillä päästöjen vähentämistä koskeva sääntely kohdistuu pääasiassa näille aloille. Tiukka sääntely voi toisaalta kuitenkin myös suosia niitä yrityksiä, jotka ovat suhteellisen varhaisessa vaiheessa ottaneet toiminnassaan huomioon ilmastonmuutoksen.

Yleisen kriittisyyden kasvaessa yritysten toimintaa kohtaan, välillä motiivit yritysten vastuullisten toimien takana voivat olla kyseenalaisia (Pinkse & Kolk, 2009, s. 375–376). Yritykset saattavat toteuttaa ilmastonmuutokseen liittyviä vastuullisia toimia maineensa ylläpitämiseksi ja toiminnan oikeuttamiseksi. Jos yritykset täyttävät sidosryhmien odotuksia vain lyhyellä aikavälillä, eivät toimet johda päästöjen vähentämiseen pitkällä aikavälillä. Ilmastonmuutoksen saama suuri huomio on tehnyt kuluttajat erityisen tietoisiksi

omien valintojensa vaikutuksista ilmastonmuutokseen ja ympäristön tilaan. Lisäksi myös sijoittajat ovat osoittaneet pelkoa siitä, että jos yritykset eivät toimi vastuullisesti, voi se johtaa vaikeasti hallittaviin taloudellisiin riskeihin. Niinpä yritykset ovat olleet jo pitkään paineen alla myös kuluttajien ja sijoittajien vaatimusten takia. Tämä paine kohdistuu myös esimerkiksi lentoyhtiöiden vastuulliseen toimintaan, sillä epävarmuus sijoittajien ja myös kuluttajien suunnasta voidaan nähdä riskinä liiketoiminnalle.

Pinksen ja Kolkin (2009, s. 380–387) mukaan tyypillisesti yritykset ottavat ilmastonmuutoksen huomioon liiketoiminnassaan esimerkiksi erilaisten uusien innovaatioiden, päästöjen kompensoinnin sekä hiilineutraalin strategian avulla (Pinkse & Kolk, 2009, s. 380–387). Jo vuosikymmen sitten tutkijat ovatkin todenneet, että ilmailualan yritysten suurin ympäristöhuoli ja ilmasto-ongelma on päästöt ja niiden kasvun pysäyttäminen (Gössling & Upham, 2009, s. 5). Gössling ja Peeters (2007, s. 406–410) saivat tutkimuksessaan selville, että lentoyhtiöt viestivät lentoliikenteen ympäristövastuusta viittaamalla etenkin päästöjen vähentämiseen uuden tekniikan sekä modernin ja vähäpäästöisemmän laivaston avulla. Sekä Cowper-Smithin ja de Grosbois'n (2011, s. 64–65) että Burnsin ja Cowlshaw'n (2014, s. 755–756) tutkimustuloksissa lentoyhtiöiden ympäristövastuuviestinnän teemoiksi nousivat usein esimerkiksi teknologia ja uusiin toimintamalleihin vetoaminen. Burns ja Cowlshaw (2014, s. 756, 763) selvittivät, että lentoyhtiöt korostavat vastuullisuusviestinnässään usein positiivisia vaikutuksia, jolloin esimerkiksi negatiiviset ympäristövaikutukset saattavat jäädä kuluttajille hämärän peittoon. Tutkimus valottaa, että myös negatiivisista vaikutuksista täytyisi viestiä suurelle yleisölle avoimesti ja aidosti, jolloin yrityksen ja yleisön yhteistyönä vastuullisen yhteiskunnan rakentaminen voisi onnistua paremmin.

Toiminnan negatiivisista vaikutuksista raportointi voi vaarantaa yrityksen legitimitettä, jos sidosryhmät näkevät negatiiviset vaikutukset jollain tavalla yhteiskunnallisista normeista ja arvoista poikkeavina (Hahn & Lülfs, 2013, s. 401, 412). Toisaalta jos negatiivisista vaikutuksista ei raportoida ollenkaan, voi se herättää kysymyksiä siitä, kuinka luotettavaa raportointi on. Hahnin ja Lülfsin (2013, s. 412) näkemys on linjassa Burnsin ja



Cowlishaw'n (2014, s. 763) kanssa siinä, että jos yritykset ottavat raporteissaan huomioon myös negatiiviset vaikutukset, saatetaan se nähdä positiivisena merkinä siitä, että yritys tekee töitä riskien aktiivisen hallinnan eteen ja pyrkii välttämään ongelmia tulevaisuudessa. Raporteissa yritykset voisivat selkeämmin antaa todellisia esimerkkejä siitä, mitkä asiat ovat vaikuttaneet tai voivat vaikuttaa negatiivisesti yrityksen vastuulliseen toimintaan (Hahn ja Lülfs, 2013, s. 414).

### 3 Kieli sosiaalisen todellisuuden rakentajana

Tässä tutkimuksessa tekstillä ja kielenkäytöllä on tärkeä merkitys. Näiden asioiden yhteys ja merkitys korostuu diskurssintutkimuksessa ja diskurssianalyysissa. Diskurssin käsitteelle on erilaisia määritelmiä riippuen siitä, missä kontekstissa siitä puhutaan (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 1). Yleisesti diskurssi usein kuitenkin nähdään tietynlaisena tapana puhua ja ymmärtää maailmaa tai jotain näkökulmaa maailmasta.

Diskurssianalyysi on tieteellistä analyysia, jossa näitä kielenkäytön tapoja eli diskursseja analysoidaan (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 1). Kuten diskurssin, myös diskurssianalyysin merkitys vaihtelee tieteenalojen sisällä (Pietikäinen, 2008, s. 191–193). Diskurssintutkimus on esimerkiksi kielitieteen ja yhteiskuntatieteiden aloilla omanlainen tutkimussuuntauksensa. Yhteiskuntatieteellisessä diskurssianalyysissa kielen kautta tutkitaan muita ilmiöitä, kun taas kielitieteellisessä diskurssianalyysissa tutkitaan itse kielenkäyttöä ja sen piirteitä. Kriittinen diskurssianalyysi taas yhdistää näkemyksiä näistä molemmista tieteenaloista.

Kielitieteissä diskurssin käsitteellä viitataan usein puhuttuun tai kirjoitettuun kieleen (Fairclough, 1997, s. 75). Yhteiskuntatieteissä taas diskurssilla viitataan tapaan hahmottaa ja jäsentää maailmaa (Pietikäinen, 2008, s. 192). Yhteiskuntatieteissä vaikutusvaltaisen on ollut erityisesti Michel Foucaultin näkemys diskurssin konstruktiivisesta luonteesta, joka tarkoittaa, että diskurssilla on sosiaalisia vaikutuksia ympäröivään maailmaan ja asioihin, joista puhutaan tai kirjoitetaan. Yhteiskuntatieteiden näkemyksen lähdekohtana on, että kielenkäyttö ymmärretään sosiaaliseksi ja yhteiskunnalliseksi käytännöksi, yhtenä ihmisen sosiaalisen toiminnan muotona (Fairclough, 1997, s. 75). Diskurssilla voidaan siis tarkoittaa esimerkiksi kielenkäyttöä ja puhetapoja aina silloin kun kieltä tarkastellaan sosiaalisena käytäntönä ja sosiaalisen todellisuuden rakentajana. Näin diskurssin käsite nähdään myös tässä tutkimuksessa.

Diskurssianalyysi on myös tehnyt tilaa käsitykselle, jonka mukaan teksti voidaan käsittää kirjoitetun tai puhutun diskurssin lisäksi myös multimodaalisena (Fairclough, 1997, s. 4).

Diskurssintutkimuksessa kielenkäyttö nähdään tietynlaisena poliittisena areenana tai tapahtumapaikkana, jossa yhteiskunnalliset tapahtumat ja toimijat saavat merkityksensä tai merkityksiä piilotellaan (Pietikäinen, 2008, s. 191). Kielellä voidaan siis nähdä olevan keskeinen asema yhteiskunnan muutokseen ja toisaalta taas yhteiskunnalliset muutokset tulevat esiin tai piiloutuvat kielenkäytössä. Tämä kielenkäytön merkitys yhteiskuntaan ja yhteiskunnalliseen muutokseen osoittaa diskurssianalyysin paikan myös tässä tutkimuksessa.

### **3.1 Kriittinen diskurssianalyysi**

Kuten todettu, diskurssintutkimuksen kiinnostus kielenkäyttöön liittyy kielenkäytön näkemiseen sosiaalisena konstruktiona eli sosiaalisen todellisuuden rakentajana (Pietikäinen & Mäntynen, 2014, s. 12, 22). Kieli ei ole siis pelkästään lingvistinen järjestelmä, vaan myös diskursiivinen ja sosiaalinen järjestelmä, joka luo ja rakentaa sosiaalista todellisuutta. Sosiaalinen todellisuus taas vaikuttaa siihen, miten kieltä käytetään missäkin tilanteessa.

Tähän näkemykseen kielestä sosiaalisen todellisuuden rakentajana perustuu etenkin kriittinen diskurssianalyysi. Kriittinen diskurssianalyysi on erityisesti Fairclough'n kehittämä diskurssianalyysin suuntaus, joka tarkastelee kieltä yhteiskunnallisena tuotoksena sekä kieltä yhteiskunnallisena vaikuttajana (Fairclough, 1997, s. 76). Kriittinen diskurssianalyysi yhdistää näkemyksiä jo aiemmin mainituista kielitieteellisestä sekä yhteiskuntatieteellisestä diskurssintutkimuksesta (Pietikäinen, 2008, s. 192).

Kriittisen diskurssianalyysin kielitieteellinen näkemys tulee esiin juuri kielenkäytön olemisessa tarkastelun kohteena (Pietikäinen, 2008, s. 192). Kiinnostus on tekstin tuottamisen ja vastaanottamisen prosesseissa sekä tekstin sosiokulttuurisissa piirteissä. Kriittisen diskurssianalyysin yhteiskuntatieteellinen näkemys tulee esiin kielenkäytön näkemisessä sosiaalisen todellisuuden rakentajana. Kriittisessä diskurssianalyysissä diskurssilla, eli kielenkäytöllä kontekstissa, on konstruktiiivinen luonne. Tällä tarkoitetaan

sitä, että *diskurssilla* on sosiaalisia vaikutuksia niihin asioihin ja ilmiöihin, joista puhutaan tai kirjoitetaan. Nämä asiat ja ilmiöt myöskin vaikuttavat siihen, miten kieltä käytetään. Usein samasta ilmiöstä tai asiasta on paljon erilaisia näkemyksiä, jotka käyvät ilmi kielenkäytön kautta. Näihin erilaisiin näkemyksiin tai niiden representaatioihin voidaan viitata termillä *diskurssit* monikossa. Esimerkiksi yritykset voivat puhua ilmastonmuutoksesta yhteiskuntavastuun diskurssissa erilaisten diskurssien avulla.

Tässä tutkimuksessa kriittinen diskurssianalyysi on tärkeä osa teoreettista viitekehystä sekä analyysimenetelmää. Fairclough'n (1997, s. 75) mukaan kriittisessä diskurssianalyyssissä lähestymistavasta kriittisen tekee se, että tarkoituksena on ottaa huomioon kielenkäyttötapojen yhteys vallankäyttöön. Kielenkäytön ja vallankäytön yhteys on usein näkymätöntä, mikä osaltaan ylläpitää valtasuhteita. Näkymättömiä valtasuhteista tekee usein se, että sosiaalisten käytäntöjen taustalla on ideologisia oletuksia, jotka ovat muotoutuneet ajan saatossa. Esimerkiksi lääkärin ja potilaan välisessä keskustelussa voi vallata ideologia siitä, että lääkäri on ainoa oikeutettu lähde kertomaan potilaalle sairautta koskevasta tiedosta. Näkemykseni mukaan kriittisessä diskurssianalyyssissä on etenkin tässä tutkimuksessa tärkeä ottaa huomioon, mitä kielenkäytöllä saadaan aikaan tai pidetään yllä ja toisaalta taas se, miten kielenkäyttöön vaikuttavat erilaiset vallalla olevat käytännöt.

Tämän tutkimuksen lähtökohtana ja lopulta myös päätepisteenä on sosiaalinen konstruktionismi. Näen, että yrityksen kielenkäytöllä ja puhetavoilla, eli diskurssilla, on sosiaalisia vaikutuksia yhteiskuntaan. Toisaalta jo valmis sosiaalinen todellisuus ja ymmärrys ympäristövastuusta ja ilmastonmuutoksesta yhteiskunnan ja yrityksen tasolla vaikuttavat siihen, miten kieltä käytetään. (Vrt. Pietikäinen, 2008, s. 192). Fairclough'n (1997, s. 14, 76) mukaan kielenkäytön avulla representoidaan maailmaa ja sen tapahtumia ja jokainen teksti muotoilee jollain tavalla yhteiskuntaa. Diskurssilla tarkoitetaan tässä yhteydessä ja myös tutkimuksessani kielenkäyttöä ja puhetapoja, joilla tietty sosiaalinen käytäntö representoidaan tietyistä näkökulmista (Fairclough 1997, s. 77). Representaatiolla siis tarkoitetaan tietynlaista tapaa kuvata jotain asiaa, esimerkiksi ilmastonmuutosta

(Fairclough, 1997, s. 143). Representaatio voi olla esimerkiksi valokuva, liikkuva kuva tai tekstiä. Representaatio voidaan nähdä myös todellisuuden muunnelmana, sillä sen avulla representaation tekijä luo halutunlaisia mielikuvia ja vahvistaa omia tarkoitusperiä (Fairclough 1997, s. 136).

Fairclough'n (1997, s. 78) mukaan diskurssin analyysiin kuuluu kaksi olennaista kohtaa: viestintätilanteet ja diskurssijärjestys. Viestintätilanteiden analyysissa tutkijan tarkastelun kohteena voi olla mikä tahansa viestintätilanne, esimerkiksi lehden pääkirjoitus tai televisio-ohjelma. Tässä tutkimuksessa viestintätilanteena toimii yrityksen yhteiskuntavastuuraportit. Fairclough (1997, s. 77–78) tarkentaa, että viestintätilanteen analyysissa tarkastelun kohteena on tilanteen jatkuvuus sekä muutos. Diskurssijärjestyksen analyysissa tarkastelun kohteena taas on se, miten diskurssijärjestykset, eli tietyn yhteisön tavanomaiset kielenkäyttötavat, rakentuvat. Kriittiseen diskurssianalyysiin voi valita tarkastelun kohteeksi viestintätilanteet tai diskurssijärjestyksen, mutta ne eivät sulje toisiaan pois. Molempia näkökulmia voidaan käyttää saman aineiston analyysissa. Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena on enemmänkin viestintätilanteet kuin diskurssijärjestys. Tarkoituksena on erityisesti havaita, miten yrityksen yhteiskuntavastuuraportoinnissa toisaalta toistuu tietyt puhettavat ja toisaalta taas tarkoituksena on havaita muutosta puhettavoissa.

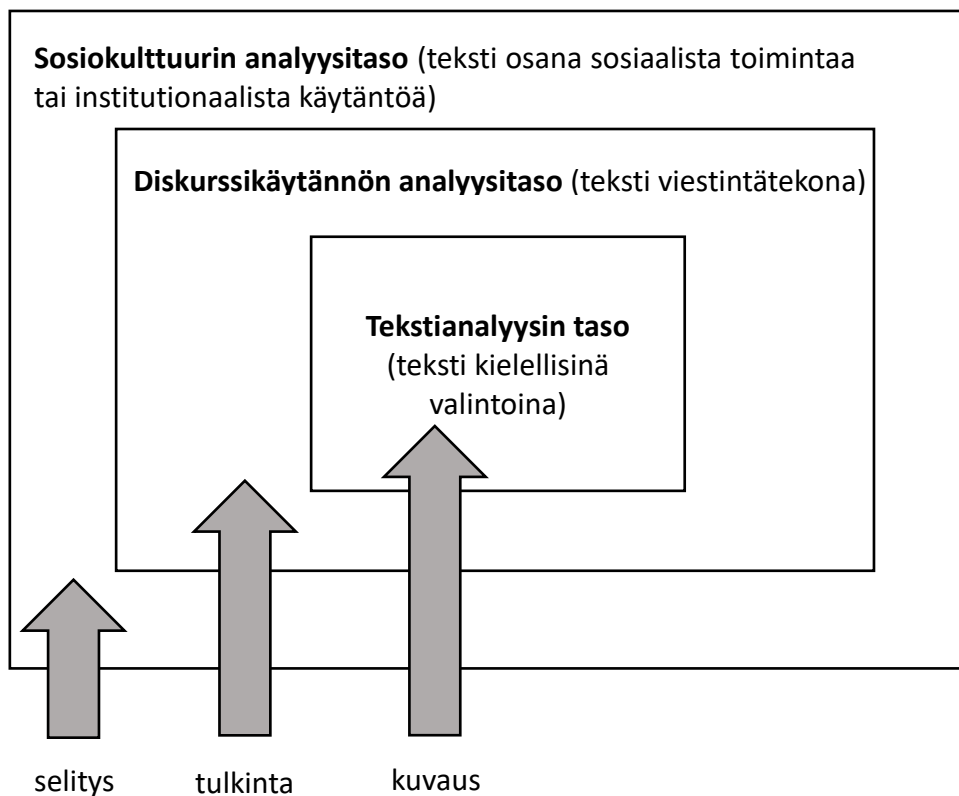
Diskurssit voivatkin muokkautua ajan saatossa ja se ilmenee usein sosiaalisen ja diskurssiivisen toiminnan tasolla ja muokkaa siten kielenkäyttöä ja sen merkityksiä (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 112). Diskurssien muokkautumista on usein vaikea tunnistaa, sillä samalla kun kielenkäyttö muuttuu, muuttuvat myös yhteiskunnalliset rakenteet. Tämän voi ajatella myös diskurssitutkimukselle tyypillisesti toisin päin, eli yhteiskunnallinen muutos näkyy usein kielenkäytön muuttumisessa. Diskurssien muokkautuminen tuo esiin yhteiskunnallisen muutoksen lisäksi myös esiin sen, mitä asioita suositaan tai pidetään piilossa (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 113). Muokkautumisen tarkastelu tuo myös mukaan ajallisuuden tarkastelun tärkeyden. Pidemmältä aikaväliltä voidaan havaita muokkautumista, mutta toisaalta myös on mahdollista havaita sitkeitä ja toistuvia

diskursseja, jotka ovat pysyneet lähes samankaltaisina. Muokkautumattomuudelle syynä voi olla esimerkiksi diskurssien institutionaalinen asema tai tiivis yhteys vallan ja hallinnan käytänteisiin.

Näen tässä tutkimuksessa diskurssin käsitteen synonyymina puhetavoille, koska tarkastelen kieltä sosiaalisena ja yhteiskunnallisena käytäntönä sekä toiminnan muotona. Kuten todettu, kriittinen diskurssianalyysi yhdistää kielenkäytön mikrotason sekä tarkasteltavan ilmiön ja tilanteen yhteiskunnallisen makrotason (Pietikäinen & Mäntynen 2014, s. 20). Tartun tähän tasojen yhdistymiseen soveltamalla analyysissani Fairclough'n (1997, s. 82) viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehystä, joka rakentuu kolmitasoisesta analyysimallista. Analyysimallissa yhdistyvät kielenkäytön tekstuaalinen taso, diskursiivinen taso sekä sosiaalinen taso. Seuraavassa alaluvussa kuvailen tarkemmin kolmitasoisista analyysimallia ja sitä, miten sovellan kyseistä mallia aineiston analyysissa.

### **3.1.1 Viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehys**

Fairclough'n (1997, s. 82) viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehys erittelee analyysin kolmelle eri tasolle, kuten alla olevasta kuviosta 4 voi havaita. Viitekehyksessä Fairclough (1997, s. 79) tarkoittaa tekstillä kirjallisia tai suullisia tekstejä. Diskurssikäytännöllä hän viittaa tekstin tuottamiseen ja kuluttamiseen liittyviin prosesseihin. Sosiokulttuurisella käytännöllä hän taas tarkoittaa viestintätilanteen sosiaalisia ja kulttuurisia yhteyksiä.



**Kuvio 4.** Viestintätilanteen kriittisen diskurssianalyysin viitekehys (Fairclough, 1997, s. 82; Hirsto, 2010, s. 21; mukailtu).

Sekä Fairclough (1997, s. 79–86) että Pietikäinen (2008, s. 208–212) ovat esittäneet analyysitapoja, joita voi käyttää tarkastellessa aineistoa tämän kolmitasoisen analyysimallin pohjalta. Analyysimalliin kuuluu tekstin kielellisten piirteiden tarkastelu, diskurssin tuottamiseen ja vastaanottamiseen liittyvien käytänteiden analysointi ja lopuksi huomion kiinnittäminen yhteiskunnalliseen ja sosiokulttuuriseen aspektiin. Analyysin voi aloittaa miltä tasolta tahansa, ja tässä tutkimuksessa analyysi alkaakin diskurssikäytännön tasolta kohti tekstin tasoa ja viimeisenä siirrytään sosiokulttuurin tasolle. Tutkimuksen painopiste on etenkin tekstin tason analyysissä.

Fairclough'n (1997, s. 79) mukaan tekstin tasolla analyysiin kuuluu usein perinteisiä tekstin kielellisten piirteiden analyysimuotoja, kuten sanaston ja semantiikan, virkkeiden ja niitä pienempien yksikköjen kieliopillinen analyysi. Pietikäinen (2008, s. 209) mainitsee, että yleensä analyysivaiheessa on tarkasteltu esimerkiksi sanavalintoja, metaforia, argumentaatiostrategioita ja tekstin rakennetta. Fairclough (1997, s. 79–80) tuo esiin, että

tekstianalyysiin voi kuitenkin kuulua myös tekstin jäsentelyn tarkkailua laajemmalla tasolla. Jo tekstin tason analyysin havaintojen avulla voidaan tutkia, miten esimerkiksi tiettyjä sosiaalisia käytäntöjä, kuten ilmastonmuutosta, representoidaan.

Diskurssikäytännön taso Fairclough'n (1997, s. 81) mukaan on välittäjänä tekstin ja sosiokulttuurisen käytännön välillä. Siinä siis tarkastellaan tekstin tuottamisen ja vastaanottamisen käytänteitä, esimerkiksi tekstilajia (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 68–69). Diskurssikäytännöt ovat sosiaalisia ja siten aina institutionaalisiin puitteisiin kiinnittyneitä (Pietikäinen, 2008, s. 210). Juhilan (1999, s. 212–213) mukaan tässä kohtaa analyysin tavoitteena on kuvata diskurssin muotoutuminen ja se, millaiseksi se jonkin ilmiön tuottaa. Analyysi ei kuitenkaan Heracleouksen (2004, s. 176) mukaan perustu vain tutkijan subjektiiviseen näkemykseen, vaikka aineistoa tarkastellaankin aineistolähtöisesti. Analyysissa täytyy ottaa huomioon, että tekstin tuottamisen kautta pyritään johonkin ja siinä ilmenevät oletukset, arvot ja uskomukset rakentavat sosiaalista todellisuutta.

Sosiokulttuurisen käytännön tasolla analyysiin voi sisältyä Fairclough'n (1997, s. 85) mukaan välitön tilannekonteksti, tilannetta ympäröivien käytäntöjen konteksti tai jopa yhteiskunnan ja kulttuurin kokonaisuus. Usein analyysissa saatetaan eritellä kolme sosiokulttuurista aspektia, joilla on vaikutusta viestintätilanteeseen: taloudellinen, poliittinen (valta ja ideologia) sekä kulttuurinen. Näkemykseni mukaan erityisesti tällä tasolla analyysissa on tärkeä tulla esiin kriittisen diskurssianalyysin ydinkäsitys kielen ja yhteiskunnan vaikutuksesta toisiinsa. Pietikäisen (2008, s. 211–212) mukaan analyysissa tarkastelun kohteena on, miten aineistossa tutkittavana ollut ilmiö tai muu asia konstruoidaan. Analyysissa on mahdollisuus tehdä havaintoja siitä, mitkä näkemykset ovat vallalla olevia ja mitkä taas kenties puuttuvat kokonaan. Havaintojen perusteella voidaan edelleen pohdita, mitä havainnot kertovat tutkimuskohteesta ja myös laajemmin yhteiskunnasta ja asenteista. Tässä kohtaa analyysia on muistettava, että tutkija ei voi etukäteen päättää, mihin huomio tulee kiinnittymään. Havainnot nousevat aineistosta, analyysin tulosten pohjalta.



Analyysimallia on kritisoitu tasolta toiselle liikkumiseen liittyvien ongelmien takia. Tutkijan onkin tärkeä osata analyysiprosessissa luoda oma tulkintansa siitä, kuinka tasot liittyvät toisiinsa ja laajemmin tulkittavaan ilmiöön (Pietikäinen, 2008, s. 209). Tärkeää on siis osata osoittaa, millä tavalla tekstin tasolla tehdyt mikrotason havainnot vaikuttavat makrotasolla tehtyihin havaintoihin. Myös tässä tutkimuksessa analyysivaiheessa on mahdollista havaita ongelmia tasojen välillä liikkuesssa. Tärkeää on löytää yhteys siinä, miten vastuullisuusraporttien kohderyhmät ja tekstilaji vaikuttavat tekstin tasolla teke-miini havaintoihin ilmastonmuutosdiskursseista, ja miten taas nämä seikat yhdessä vaikuttavat siihen, millaisena ilmastonmuutos ja yrityksen vastuullinen toiminta näyttäytyvät ja mitä mahdollinen muutos yrityksen puhetavoissa merkitsee.

### **3.1.2 Tekstilaji ja genre**

Kuten aiemmin on jo todettu, diskurssikäytännön tasolla siis tarkastellaan tekstin tuottamisen ja vastaanottamisen käytänteitä (Jørgensen & Phillips, 2002, s. 68–69). Tällä tasolla näenkin tärkeäksi myös genren eli tekstilajin tarkastelun, sillä se kertoo paljon siitä, miksi teksti on toteutettu, kenelle se on tuotettu ja miten tekstiä vastaanotetaan. Tekstilaji tai genre määritellään hieman eri tavoin eri alojen, kuten kielen, kirjallisuuden, viestinnän ja kulttuurin tutkimuksessa (Shore & Mäntynen, 2006, s. 41). Yhteistä tekstilajin käsitteelle kuitenkin usein on se, että tekstejä ei määritellä pelkiksi teksteiksi, vaan tekstilajin määrittelyn yhteydessä tarkastellaan missä yhteydessä teksti esiintyy, ketkä tekstin tuottavat tai vastaanottavat ja millaisen tekstiverkoston osana teksti on. Tekstilajiin liittyy siis aina myös sen tilanteinen, sosiaalinen, historiallinen ja kulttuurinen konteksti.

Diskurssintutkimuksessa genren käsitteellä tarkoitetaan kielellisen ja sosiaalisen toiminnan yhtymistä joksikin vakiintuneeksi ja tunnistettavaksi asiaksi (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 64). Tekstilajilla tai genrellä tarkoitetaan Jørgensenin & Phillipsin (2002, s. 67) mukaan erityistä ja tietyt ominaispiirteet omaavaa kielenkäyttöä, joka osallistuu tiettyyn sosiaaliseen käytäntöön tai rakentaa sosiaalisia käytänteitä. Vaikkapa haastattelu tai

uutinen ovat omia tekstilajejaan, joissa on tietyt ominaispiirteet sekä käytänteet. Esimerkiksi televisiouutiset on yksi uutisten tekstilaji, jossa voidaan havaita erilaisia diskursseja.

Genret toimivat siis melko samalla tavalla kuin diskurssit, sillä ne kertovat systemaattisista tavoista, joilla sosiaalista toimintaa jäsennetään kielenkäytön näkökulmasta (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 64). Diskurssien lailla genret pyrkivät tuomaan esiin sen, miten kielenkäyttö ja laajempi sosiaalinen konteksti ovat yhteydessä toisiinsa. Genren ja diskurssin erona on etenkin se, että diskurssit ovat tapoja rakentaa ja merkityksellistää maailmaa, kun taas genret ovat enemmän vakiintuneita tapoja rakentaa sosiaalista toimintaa. Esimerkkinä voidaan sanoa vaikkapa, että vastuullisuusraportoinnin genre voi hyödyntää tietynlaista ilmastonmuutosdiskurssia, mutta käytetyistä diskursseista riippumatta vastuullisuusraportti on sosiaalisena ja vuorovaikutuksellisenä toimintana yrityksen vastuullisuudesta kertova teksti, joka on tunnistettavissa tiettyjen asioiden takia juuri vastuullisuusraportiksi (vrt. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 64).

Tekstilajiin liittyy vahvasti myös tekstin käsite, sillä on vaikea puhua tekstistä ilman, että tekstiä luokitellaan jollain tavalla (Shore & Mäntynen, 2006, s. 9). Kuten yllä mainittiinkin, on tekstit usein luokiteltu johonkin tekstilajiin kuuluvaksi. Näin ollen voidaan tarkemmin kommentoida, millaisesta tekstistä on kyse. Onkin ymmärrettävämpää sanoa esimerkiksi lukevansa vastuullisuusraporttia tai sanomalehtiartikkelia kuin vain tekstiä. Shoren ja Mäntynsen (2006, s. 10–11) mukaan tällöin kuulijalla on parempi käsitys siitä, millaisesta tekstistä sisällöltään ja muodoltaan on kyse.

Genret ovat säännönmukaisia, jolla tarkoitetaan sitä, että jokaisella genrellä on omat norminsa, jotka määrittävät millainen sosiaalinen ja diskursiivinen toiminta on mahdollista tai mahdotonta kussakin kontekstissa (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 66). Genret ovatkin systemaattisia ja toisaalta myös rajallisia, mikä on tärkeää ottaa huomioon tiettyä genreä tarkastellessa. Tekstin luokittelussa on Shoren ja Mäntynsen (2006, s. 11) mukaan tärkeää huomioida, että mikään ei yleensä toistu tarkalleen ottaen samanlaisena, mutta tietyillä teksteillä on usein sen verran samankaltaisuuksia, jotta ne voidaan

luokitella genreksi eli tekstilajiksi. Tekstien luokittelu tekstilajiksi ei kuitenkaan tarkoita, etteikö tekstilajien sisällä olisi vaihtelua ja myös muutosta ajan saatossa. Vastuullisuusraporteissakin on siis hyvä ottaa huomioon, että ne ovat muotoutuneet tietynlaiseksi tekstilajiksi, jossa eroja ja vaihtelua tuovat toki yrityksen omat arvot ja strategiat, mutta systemaattisuutta ja toisaalta myös rajoitteita tekstilajille asettaa esimerkiksi toimintala, jossa yritys toimii.

Kuten diskurssit, myös genret voivat muokkautua ja sekoittua toisiinsa siten, että voi olla jopa vaikea tunnistaa, mitä genreä teksti edustaa (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 116). Joskus kyse voi olla genrejen sekoittumisesta eli siitä, että melko selvärajaista genreä edustavassa tekstissä esiintyy sille epätyypillisiä piirteitä. Genrejen sekoittuminen kuvaa-kin monesti genrejen varsinaista luonnetta – genret eivät tosimaailmassa läheskään aina ole selvärajaista. Usein johonkin tiettyyn genreen voi sekoittua esimerkiksi mainosmaisia piirteitä. Genrejen muokkautumisessa onkin kyse siitä, että tekstillä on monta tavoitetta ja se tekee genreistä monikerroksisia tekstejä, joiden funktiona voi olla saman aikaisesti vaikka tiedottaminen ja markkinointi. Tällöin tekstissä näyttäytyy sosiaalisen toiminnan moninaisuus, kun siinä sekoittuvat mainoksen ja tiedotteen genret.

Vastuullisuusraportit tekstilajina voivat olla tuttuja joillekin, mutta myös vieraita osalle. Vastuullisuusraportit ovatkin yleensä suunnattu tietyille kohderyhmille, jotka ovat usein yritysten sidosryhmiä. Tällöin onkin tärkeää arvioida, miksi vastuullisuusraportteja ylipäätään tuotetaan. Bhatian (2012, s. 231) mukaan vastuullisuusraportit tuottavat asiapi-toista tietoa yrityksen vastuullisuudesta, mutta usein samalla ne ovat myös mainosmaisia yritystä ylistäviä tekstejä, joiden avulla yritetään saavuttaa luotettavuutta sidosryhmissä. Vastuullisuusraportit kaiken faktatiedon lomassa siis usein ovat osa yrityksen imagon parantamista, sekä joissain tapauksissa myös sen korjaamista, mikäli vastuullinen imago on saanut kolhuja. Vastuullisuusraporteissa korostetaan usein yrityksen halua ja huolenpitoa yhteiskunnasta, jota sen toiminta koskee. Tällaiset puhuvat vaativat yhteiskuntaa sokeasti luottamaan yritykseen, ja toisaalta taas yritykset odottavat, että raporttien julkaiseminen vastaa todisteiden toimittamista siitä, että yritys välittää

ympäröivästä yhteiskunnasta ja että siihen tulisi luottaa. (Bhatia, 2012, s. 231) Tässä tutkimuksessa on tärkeää ymmärtää jokaisella analyysin tasolla liikkuesssa, millainen tekstilaji vastuullisuusraportti on. Siksi analyysikin aloitetaan diskurssikäytännön tasolta, jossa tarkastellaan vastuullisuusraportteja tekstilajina sekä tekstin kohderyhmää.

## 4 Ilmastonmuutosdiskurssit ja niiden muutos Finnairin vastuullisuusraportoinnin kontekstissa

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaista puhe ilmastonmuutoksesta on Finnairin vastuullisuusraportoinnissa ja onko puheessa havaittavissa muutosta vuosien 2008–2019 ajalla. Tässä luvussa lähestytään tutkimuksen tavoitetta analysoimalla aineistoa soveltaen Fairclough'n (1997, s. 82) kriittisen diskurssianalyysin kolmitasoista analyysimallia.

Ensimmäisessä alaluvussa aineistoa tarkastellaan diskurssikäytännön tasolla pohtimalla Finnairin vastuullisuusraporttia tekstilajina sekä sen sidos- ja kohderyhmiä. Apuna käytetään Mitchellin ja muiden (1997) sidosryhmien tärkeyden mallia peilaten sitä Finnairin raportissaan esittelemiin sidosryhmiin.

Tutkimuksen painopiste on tekstin tason analyysissa ja sen tulosten tulkitsemisessä. Toisessa alaluvussa siirrytään tekstin tason analyysiin havainnollistamalla, miten paljon ilmastonmuutoksesta puhutaan vastuullisuusraporteissa. Sen jälkeen kolmannessa alaluvussa jatketaan tekstin tason analyysia ja tunnistetaan aineiston pohjalta vallalla olevat diskurssit eli puhetavat, joita tuodaan esiin Finnairin vastuullisuusraporteissa kielenkäytön kautta. Diskurssit tunnistetaan ja nimetään sekä niiden ominaispiirteitä havainnollistetaan esimerkkien kautta. Samalla huomioidaan aineiston yli kymmenen vuoden aika-väli ja tarkastellaan ja havainnollistetaan mahdollisia diskurssien sisällä tapahtuneita muutoksia.

Lopuksi neljännessä alaluvussa käsitellään aineistoa ja etenkin tekstin tasolla tehtyjä havaintoja sosiokulttuurisesta näkökulmasta. Analyysissa pohditaan tarkemmin sitä, mitä lentoyhtiön vastuullisuusraportoinnissa vallitsevat ilmastonmuutosdiskurssit kertovat ja yrityksen ja ilmastonmuutoksen suhteesta ja toisaalta ilmastonmuutoksen merkityksestä lentoyhtiön toimintaan.

## 4.1 Vastuullisuusraporttien tekstilaji ja kohderyhmät

Analyysin ensimmäisessä vaiheessa tarkastellaan Finnairin vastuullisuusraportteja tekstilajina sekä kuvataan vastuullisuusraporttien kohderyhmät. Aineistoa on käyty läpi etsimällä vastausta kysymyksiin: *onko vastuullisuusraporttien muoto vakiintunut ja kuka tekstin tuottaa sekä kenelle teksti on tarkoitettu*. Finnair on useassa vastuullisuusraportissaan kuvannut sidosryhmänsä sekä tavat ja kanavat, joilla ne tavoitetaan. Näitä tietoja käyttäen tarkastellaan vastuullisuusraporttien tekstilajia ja kohderyhmiä sekä pohditaan, mitä vaikutuksia näillä asioilla on sekä tekstin tuottamiseen että vastaanottamiseen. Kohderyhmä ja tekstilaji on tärkeä huomioida aineiston analyysin muissa vaiheissa tekstin ja sosiokulttuurin tasoilla.

### 4.1.1 Vastuullisuusraportti tekstilajina

Vastuullisuusraporttien muoto ei vaikuta olevan vielä nykypäivänäkään täysin vakiintunut. Finnair on raportoinut vastuullisuudestaan kauan, mutta jo tämän tutkimuksen aineistossa on havaittavissa vaihtelua raportointimuodossa (ks. Taulukko 1). Välillä vastuullisuudesta on raportoitu osana vuosikertomusta ja välillä omassa raportissaan. Finnair noudattaa GRI:n raportointiperiaatteita, jotka antavat raamit vastuullisuusraportoinnille. Julkisessa keskustelussa vastuullisuusraportointia on kuitenkin sanottu melko epäjohdonmukaiseksi, sillä esimerkiksi yleiset raportointistandardit ovat olemattomat tai puuttuvat kokonaan ja yritysten haluttaisiin olevan enemmän sitoutuneita yhtenäiseen raportointiin (Bhatia 2012, s. 222).

Kaikesta huolimatta vastuullisuusraporteilla, kuten kaikilla genreillä, on omat norminsa, joita määrittävät yritys itse sekä esimerkiksi ilmailualalla yleiseksi muodostuneet raportointikäytänteet ja aiheet, joita raporteissa käsitellään (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 66). Tämä näkyy muun muassa siinä, että Finnairin vastuullisuusraporteissa ympäristö- vastuun teemat ovat usein samanlaisia kuin aikaisemmissakin lentoyhtiöiden vastuullisuusviestintää koskevissa tutkimuksissa on havaittu, eli esimerkiksi päästöjen

vähentäminen, uudet ja modernit teknologiat sekä laivastouudistukset (Gössling & Peeters, 2007, s. 406–410; Cowper-Smith & de Grosbois, 2011, s. 64–65; Burns & Cowlshaw, 2014, s. 755–756).

Finnairin vastuullisuusraportit sisältävät kuitenkin paljon muutakin kuin vain GRI:n tunnuslukujen läpikäyntiä. Vastuullisuusraporteissa on paljon tekstiä ja artikkeleita, jotka eivät välttämättä noudata mitään tiettyä ohjeistusta. Finnairin vastuullisuusraporteissa onkin havaittavissa tietynlaista genrejen sekoittumista (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 116). Vastuullisuusraporteissa on havaittavissa mainosmaisia piirteitä, jolloin varsinainen vastuullisuudesta raportointi ja markkinointipuhe sekoittuvat toisiinsa tuoden esiin sen, että vastuullisuusraportoinnin tavoitteet ovat moninaiset. Vastuullisuudesta raportoinnin lisäksi tekstistä voidaan päätellä, että usein tavoitteena on myös tietynlainen markkinointi ja imagon parantaminen, mikä ilmenee genrejen sekoittumisena, kuten esimerkeissä (1) ja (2).

(1) *Ympäristömyönteisesti* ajattelevat lentoyhtiöt, kuten Finnair, pyrkivät lentämään *modernilla laivastolla* vähentääkseen polttoaineenkulutusta ja päästöjä. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 18)

(2) Kaikki Aurinkomatkojen käyttämät noin 800 hotellia eri puolilla maailmaa käyvät sopimuksenteon yhteydessä läpi 35-kohtaisen kestäväen kehityksen tarkistuslistan. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 51)

Esimerkissä (1) korostetaan yhtiön vastuullisuutta viittaamalla lentoyhtiöön *ympäristömyönteisenä*. Samalla kuitenkin *moderniin laivastoon* ja *ympäristömyönteisyyteen* viittaaminen voivat olla markkinoinnillisia keinoja, joilla houkutellaan ympäristötietoisia kuluttajia valitsemaan Finnairin lentoyhtiökseen. Esimerkissä (2) on myös sekä vastuullisuutta osoittavia että markkinoinnillisia piirteitä, kun Finnair ”mainostaa” omaa tytäryhtiötään eli Aurinkomatkoja vastuullisen matkailijan valintana.

Bhatia (2012, s. 235) kuvaa vastuullisuusraportteja sekamuotoisiksi, joissa toistuu silti usein samantyylliset puhetavat. Vastuullisuusraportit sisältävät usein faktopohjaista tietoa, joka esitetään mainosmaiseen tyyliin, kuitenkin vastuullisuusraportointiin sopivalla

tavalla. Bhatian (2012, s. 235) mukaan usein vastuullisuusraporttien tekstilaji on enemmän tiedotus- ja suhdetoimintamaista kerrontaa kuin läpinäkyvää raportointia organisaation toiminnasta. Vastuullisuusraportti tekstilajina asettaa kuitenkin kielenkäytölle tietynlaisia rajoituksia esimerkiksi siitä, kuinka mainosmaista puhe voi olla. Kuten yllä olevista esimerkeistä (1) ja (2) voidaan huomata, viestin pääpaino täytyy olla vastuullisuudessa, jotta vastuullisuusraportit eivät muistuta liikaa mainosta tai markkinointiviestintää.

Vaikka globaalilla tasolla vastuullisuusraportit voivat olla epäjohtonmukaisia, ei se kuitenkaan tarkoita, että yhden organisaation raportointi olisi epäjohtonmukaista. Se, että Finnairin vastuullisuusraporttien muoto on vaihdellut vuosien saatossa ei myöskään sinänsä kerro epäjohtonmukaisuudesta, vaan raporttien sisältöä on tärkeää tutkia tarkemmin. Tärkeää on tarkastella raportteja kriittisesti siitä näkökulmasta, että raportit ovat paljon muutakin kuin vain tunnuslukujen raportointia. Raportit ovat myös keino viestiä, markkinoida ja rakentaa yhtiön vastuullista imagoa suurelle yleisölle. Finnairin raporteissa on nähtävissä yhtiön oma ääni ja usein myös toimitusjohtajan ja kestävän kehityksen johtajan äänet. Esimerkissä (3) kestävän kehityksen johtaja puhuu siitä, mitä vastuullisuus merkitsee Finnairille.

(3) Meille Finnairissa vastuullisuus ei merkitse kuitenkaan työtä ainoastaan päästöjen ja muiden ympäristöhaittojen torjumiseksi. Kaikki vastuullisuuden osa-alueet ovat meille merkityksellisiä. Tärkeää on myös yhteistyö eri kumppaneiden kanssa kestävän kehityksen varmistamiseksi. (Vastuullisuusraportti 2018, s. 4)

Tietyt toistuvat osiot, kuten raporttien alkupäässä olevat yhtiön johdon katsaukset, luovat vastuullisuusraportoinnin genren normeja ja tunnistettavuutta. Toisaalta samanlaista tyyliä löytyy myös vuosikertomuksissa. Finnairin vastuullisuusraportit ovat välillä vuosikertomusten osana, mikä kertoo myös siitä, että yrityksen raportointiin sekoittuu välillä sekä vuosikertomukselle että vastuullisuusraportille ominaisia piirteitä.



#### 4.1.2 Vastuullisuusraportin kohderyhmät

Globaalilla tasolla lentoyhtiöiden vastuullisuusraporttien tärkeimmäksi kohderyhmäksi on Kuon ja muiden (2016, s. 193) mukaan todettu valtiovalta, osakkeenomistajat, kuluttajat, työntekijät, johtajat ja suuri yleisö. Finnair on itse määritellyt vastuullisuusraporteissaan ja vuosikertomuksissaan yhtiön sidosryhmät ja kanavat, joiden avulla kullekin sidosryhmälle viestitään. Finnairin sidosryhmiä ovat asiakkaat, henkilöstö, osakkeenomistajat ja sijoittajat, lentoliikennetoimijat, viranomaiset ja poliittiset päätöksentekijät, kansalaisjärjestöt ja kestävä kehityksen toimijat, toimittajat, media sekä suuri yleisö (Finnair 2018b, s. 17). Yhtiön vastuullisuusraportointi on osoitettu etenkin osakkeenomistajille ja sijoittajille, sekä myös muille sidosryhmille, kuten esimerkissä (4) sanotaan.

(4) Tämän yhteiskuntavastuuraportin ja sen Global Reporting Initiative (GRI) -osion tarkoituksena on kertoa sama viesti *osakkeenomistajille, sijoittajille ja muille sidosryhmille*. (Vastuullisuusraportti, 2012, s.11)

Lisäksi voidaan myös tulkita, että suuri yleisö on vastuullisuusraporttien kohderyhmänä. Suurelle yleisölle Finnair (2018b, s. 17) sanoo viestivänsä muun muassa median kautta, ja medialla on kaikki mahdollisuudet uutisoida yhtiöiden vastuullisuusraporttien tai vuosikatsausten sisällöstä. Toisaalta Bhatian (2012, s. 231) mukaan vastuullisuusraportit ovat usein osa yritysten luottamuksen luomista kaikkia sidosryhmiä kohtaan. Kenellä tahansa yhtiön vastuullisuudesta kiinnostuneella on mahdollisuus lukea vastuullisuusraportteja Finnairin verkkosivujen kautta. Vastuullisuusraporttien puheesta paljastuukin esimerkiksi yksi kohderyhmä, asiakkaat. Asiakkaat vastuullisuusraportoinnin kohderyhmänä paljastuvat suoraan esimerkissä (5), jossa sinutellaan asiakkaita.

(5) *Asiakkaana sinä* kuitenkin päätät millaista yhtiötä kannatat. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 49)

Jos tarkastellaan Finnairin osakkeenomistajia ja sijoittajia Mitchellin ja muiden (1997, s. 865–866) sidosryhmien tärkeyden mallin kautta, voidaan todeta, että kyseinen sidosryhmä on erittäin tärkeä ydinsidosryhmä Finnairille. Sidosryhmien tärkeyden mallissa on kolme ulottuvuutta: valta, oikeutus ja kiireellisyys (ks. s. 17). Osakkeenomistajilla ja

sijoittajilla on näitä kaikkia. Niillä on valtaa siksi, että ne ovat tärkeä osa yhtiön taloudellista toimintaa ja kasvua. Oikeutusta sidosryhmällä on, koska he odottavat saavansa lisäarvoa ja voittoa yhtiön osakkaana tai sijoittajana. Sidosryhmä on myös kiireellisyydeltään tärkeä, sillä usein osakkeenomistajien ja sijoittajien vaatimukset ovat ratkaisevan tärkeitä yhtiön toiminnan kannalta. Finnair myös kirjoittaa vastuullisuusraportissaan, että yhtiönä sen perimmäinen tavoite on elinvoimaisuus ja kestävän arvon luominen osakkeenomistajilleen (Finnair 2012, s. 6). Mitchellin ja muiden (1997, s. 873–874) sidosryhmien tärkeyden mallin mukaan sidosryhmää voi koskea joko yksi tai useampi kolmesta ulottuvuudesta. Mitä useampi ulottuvuus pätee, sitä tärkeämpi sidosryhmä on kyseessä.

Osakkeenomistajat ja sijoittajat ovat siis Finnairille yksi tärkeimmistä sidosryhmistä. Kuitenkin myös muut sidosryhmät, kuten esimerkiksi sitoutuneet asiakkaat tai kansalaisjärjestöt ja kestävän kehityksen toimijat, ovat varmasti kiinnostuneita yhtiön vastuullisuudesta ja Finnair myös puhuttelee esimerkiksi asiakkaitaan vastuullisuusraporteissa (ks. esimerkki (5)). Mitchellin ja muiden (1997, s. 865–868) sidosryhmien tärkeyden mallin pohjalta kansalaisjärjestöt ja kestävän kehityksen toimijat voivat olla sidosryhmä, jota Finnairin on syytä pitää silmällä. Kansalaisjärjestöillä ja kestävän kehityksen toimijoilla on varmasti paljon kiireellisiä vaatimuksia, ja esimerkiksi julkisuuden avulla valtaa saamalla sidosryhmästä voi tulla vaativa tai jossain tapauksessa jopa vaarallinen sidosryhmä, jonka vaatimukseen yhtiön täytyy vastata kiireellisesti. Samalla lailla myös asiakkaat voidaan luokitella vaativaksi sidosryhmäksi, jos jollain asiakasryhmällä on kiireellinen vaatimus tai palaute, jolle saadaan valtaa esimerkiksi sosiaalisen median kautta.

Mitchellin ja muiden (1997, s. 865–868) mallin pohjalta Finnairin sidosryhmistä ja samalla myös vastuullisuusraporttien kohderyhmistä toimittajat, media ja suuri yleisö voidaan luokitella alun perin uinuvaksi sidosryhmäksi. Toimittajilla ja medialla on käytössään medianäkyvyyttä ja samoin on suurella yleisöllä muun muassa sosiaalisen median ansiosta. Toimittajat, media tai yleisö eivät ole juurikaan suoraan tekemisissä Finnairin kanssa, mutta koska näillä sidosryhmillä on valtaa, voivat ne sen avulla saada myös oikeutusta ja kiireellisyyttä, jolloin Finnairin kaltaisen yrityksen on tärkeä olla valmiudessa

vastaamaan sidosryhmän vaatimuksiin. Esimerkiksi tyytymättömät asiakkaat voivat olla yhteydessä suoraan toimittajaan tai kirjoittaa itse sosiaalisessa mediassa kokemuksistaan, jolloin yrityksellä on hyvä olla valmiina viestintästrategia mahdollisia kriisitilanteita varten, oli sitten kyseessä pienempi tai isompi kriisi.

Finnairin sidosryhmäluokittelussa ei suoraan mainita esimerkiksi kansalaisia, mutta ne voitaisiin luokitella vaikkapa suureen yleisöön. Mitchellin ja muiden (1997, s. 865–868) mallin pohjalta voidaan vielä todeta, että yksittäiset kansalaiset voivat kuulua riippuvaisiin sidosryhmiin. Esimerkiksi Finnairin kohdalla lentoaseman läheisyydessä asuvat kansalaiset voivat kärsiä lentomelusta tai muista ympäristöhaitoista, jolloin vaatimuksella on kiireellisyyttä ja oikeutusta, mutta yksittäisillä henkilöillä harvoin on valtaa toimia ja saada ääntään kuuluviin. Tällöin riippuvainen sidosryhmä voi saada valtaa toisen sidosryhmän, kuten vaikka kaupungin päättäjien avulla, jolloin sidosryhmän vaatimuksista tulee yritykselle tärkeitä.

Sidosryhmien ulottuvuuksia ja vastuullisuusraporttien kohderyhmien yhteyksiä tarkastellessa voidaan havaita, että vain yhtä sidosryhmää ei kannata asettaa suosioon, vaan kaikki sidosryhmät täytyy ottaa omalla tavallaan huomioon oikeaan aikaan. Vastuullisuusraporttien ilmastonmuutokseen liittyvää puhetta tarkastellessa onkin tärkeää muistaa, kuka viestin on tuottanut, kenelle se on osoitettu ja kuka sen vastaanottaa. Se, millaisiin asioihin raporteissa keskitytään ja millä tavalla niistä puhutaan, riippuu viestin tuottajasta ja vastaanottajasta.

Finnairin (2013, s. 12) teettämän sidosryhmätutkimuksen mukaan yhtiön sidosryhmille tärkeimpiä vastuullisuusnäkökohtia ovat matkustajien ja henkilöstön hyvinvointi ja turvallisuus, sen jälkeen polttoainetehokkuus, tulevaisuuden kilpailukyky, ympäristölainsäädäntö, liiketoiminnan jatkuvuus ja kustannustehokkuus ja viimeisenä ilmastonmuutos ja työolot. Globaalilla tasolla tärkeimmät motivaattorit lentoyhtiöiden vastuullisuusraportointiin ovat liittyneet maineen ja brändin hallintaan, työntekijöiden tietoisuuden lisäämiseen, sidosryhmäviestintään, johtotoimiin sekä läpinäkyvyyteen valtiovallan

kanssa (Kuo ja muut, 2016, s. 193). Myös tällaiset seikat ovat tärkeää huomioida tekstiä analysoitaessa. Se, mikä on tärkeää sidosryhmille, täytyy olla tärkeää myös yhtiölle ja se voi näkyä muun muassa vastuullisuusraporttien sisällössä. Yhtiö myös tietää, mitä vastuullisuusasioita kukin sidosryhmä arvottaa eniten, ja ne asiat tuodaan varmasti esille vastuullisuusraporteissa. Ilmastonmuutos mainittiin yhtenä sidosryhmille tärkeänä vastuullisuusnäkökohtana, joten on tärkeää tarkastella, millaisia diskursseja raporteista voidaan tunnistaa, kun viitataan ilmastonmuutokseen ja siihen liittyviin asioihin.

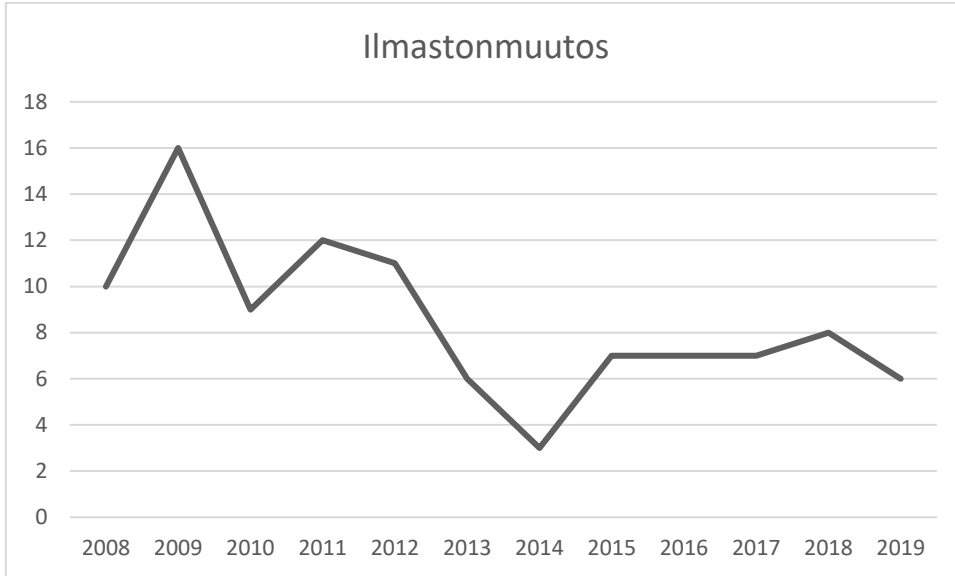
## 4.2 Ilmastonmuutokseen viittaaminen vastuullisuusraportoinnissa

Tässä alaluvussa analyysi keskittyy Finnairin vastuullisuusraporttien tekstiin. Tässä vaiheessa tarkoituksena on selvittää, miten paljon ilmastonmuutoksesta puhutaan vastuullisuusraporteissa. Ilmastonmuutoksesta voidaan puhua muutenkin kuin viittaamalla suoraan ilmastonmuutokseen. Tämän takia aineistosta on etsitty ilmastonmuutos -viittauksien lisäksi myös muita aiheeseen liittyviä viittauksia. Nämä muut viittaukset liittyvät ilmastoon ja lentoliikenteen päästöihin sekä ympäristövastuuseen. Analyysiyksikkönä toimii siis aina yksi sana. Analyysiyksikköjä, toisin sanoen luokkia, ovat *ilmastonmuutos*, *ilmasto* -alkuiset sanat, *päästö* -alkuiset sanat, *hiilidioksidipäästö* -alkuiset sanat, *ympäristövaikutus*, *ympäristövastuu*, *kasvihuone* -alkuiset sanat ja näiden sanojen taivutusmuodot. Nämä sanat on valittu käymällä läpi aineistoa systemaattisesti. Alla olevassa taulukossa 2 on esitetty ilmastonmuutokseen ja siihen liittyviin asioihin viittaaminen Finnairin tilikausien 2008–2019 vastuullisuusraporteissa.

**Taulukko 2.** Ilmastonmuutokseen ja siihen liittyviin asioihin viittaaminen aineistossa vuosittain.

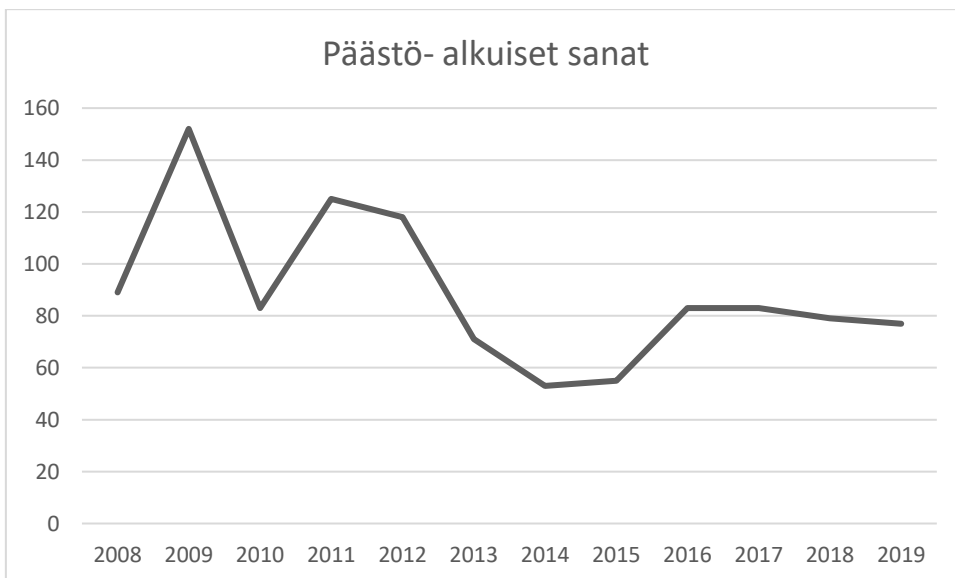
<b>Yksikkö</b>	<b>-08</b>	<b>-09</b>	<b>-10</b>	<b>-11</b>	<b>-12</b>	<b>-13</b>	<b>-14</b>	<b>-15</b>	<b>-16</b>	<b>-17</b>	<b>-18</b>	<b>-19</b>
ilmastonmuutos	10	16	9	12	11	6	3	7	7	7	8	6
ilmasto-	15	25	2	5	6	3	4	2	4	3	2	4
päästö-	89	152	83	125	118	71	53	55	83	83	79	77
hiilidioksidipäästö-	14	19	7	21	19	7	7	9	15	9	13	14
ympäristövaikutus	20	24	26	29	24	17	15	3	7	14	13	8
ympäristövastuu	4	16	28	13	12	4	6	9	21	23	7	17
kasvihuone-	9	17	15	18	16	13	12	36	35	33	27	30
<b>yhteensä</b>	<b>161</b>	<b>269</b>	<b>170</b>	<b>223</b>	<b>206</b>	<b>121</b>	<b>100</b>	<b>121</b>	<b>172</b>	<b>172</b>	<b>149</b>	<b>156</b>

Aineistosta käy ilmi, että ilmastonmuutokseen ei viitata suoraan yhtä usein kuin epäsuorasti. Taulukko 2 havainnollistaa, miten tilikausien 2008–2012 raporteissa ilmastonmuutokseen on viitattu suoraan hieman useammin kuin 2013–2019 tilikausien raporteissa. Ilmasto -alkuiset sanat ovat vähentyneet 11 vuoden aikana (ks. kuvio 5). Päästöihin ja hiilidioksidipäästöihin viittaaminen on taas pysynyt melko tasaisena pienellä vaihtelulla. Kuitenkin esimerkiksi päästöihin viittaaminen on hieman vähentynyt (ks. kuvio 6). Ympäristövaikutuksista taas on puhuttu hieman enemmän 9–11 vuotta sitten kuin tällä hetkellä. Ympäristövastuun mainitseminen raporteissa on taas kasvanut viime vuosina. Yhteensä ilmastonmuutoksesta ja siihen viittaavista asioista on kuitenkin puhuttu melko tasaisesti. Vaihteluväli on 100–269 mainintaa per raportti. Alla olevissa kuvioissa 5 ja 6 on esimerkkinä havainnollistavat muutosta kuvaavat käyrät ilmastonmuutos -luokasta sekä volyymitaan suurimmasta päästöt -luokasta.



**Kuvio 5.** Ilmastonmuutoksen esiintyminen aineistossa vuosittain.

Kuviossa 5 nähdään ilmastonmuutos -sanamäärän muutos Finnairin vastuullisuusraporteissa. Ilmastonmuutos on olennainen yksikkö ja kuvion 5 käyrä kertoo hieman vähentyneestä suoraan ilmastonmuutokseen viittaamisesta. Ilmastonmuutos on kuitenkin volyymiltaan paljon pienempi kuin esimerkiksi päästö -alkuiset sanat sisältävä luokka.



**Kuvio 6.** Päästö- alkuisten sanojen esiintyminen aineistossa vuosittain.

Kuviossa 6 nähdään päästö -alkuisten sanojen määrän muutos Finnairin vastuullisuusraporteissa. Päästö -alkuisia sanoja esiintyy aineistossa määrällisesti hyvin paljon. Päästö -

alkuisiin sanoihin kuuluvat päästö -sanan sijamuotoja kuten esimerkiksi päästöt, päästöihin, päästöille ja niin edelleen. Lisäksi luokkaan kuuluu päästö -alkuisia sanoja kuten esimerkiksi *päästökauppa*, *päästöarvo*, *päästöraportti*, *päästötalkoot*, *päästötavoitteet*, *päästötehokkuus*, *päästövähennykset* ja niin edelleen.

Pelkästään näistä luvuista ei voida suoraan vetää johtopäätöstä ilmastonmuutokseen viittaamisesta raportoinnissa, sillä raporteissa voidaan käsitellä ilmastonmuutokseen ja ympäristövastuuseen liittyviä asioita myös suoranaisesti mainitsematta niitä. Luvut kuitenkin antavat osviittaa siitä, mitä raportit pitävät sisällään. Karkeasti voidaan todeta, että ilmastonmuutoksesta ei puhuta vastuullisuusraporteissa enää niin paljon kuin 2010-lukua edeltävinä vuosina. Eroja vuosien välillä on havaittavissa, mutta ne eivät ole huomattavan suuria. Tarkempia havaintoja ja päätelmiä voidaan tehdä, kun paneudutaan asiayhteyksiin, joissa sanoja on käytetty.

### **4.3 Vallitsevat diskurssit**

Tässä alaluvussa tekstin tason analyysi jatkuu tunnistamalla vastuullisuusraporteissa toistuvia diskursseja eli puhetapoja. Tässä analyysin vaiheessa tarkastellaan asiayhteyksiä, joissa ilmastonmuutosta, ympäristövastuuta ja niihin viittaavia sanoja on käytetty. Tarkoituksena on löytää vastaus siihen, millaisista aiheista puhutaan ilmastonmuutoksen ja ympäristövastuullisuuden yhteydessä. Analyysiyksikkönä on ilmastonmuutokseen, ympäristövastuuseen ja niihin viittaavien sanojen ympärillä olevat virkkeet sekä laajemmat asiayhteydet.

Aineistoa on käyty läpi raportti kerrallaan ja kerätty ylös huomionarvoisia asioita ja puhetapoja, joiden pohjalta on muodostettu viisi diskurssia, jotka ovat vallitsevia Finnairin vastuullisuusraporteissa. Diskurssit on nimetty niitä mahdollisimman hyvin kuvaaviksi. Jokainen diskurssi on havaittavissa raporteissa 2008–2019 aikavälillä, mutta diskurssien sisällä on voinut tapahtua muutoksia, joita havainnoidaan analyysin lomassa. Tässä vaiheessa esitellään aineiston pohjalta muodostetut diskurssit ja tarkastellaan esimerkkien

avulla niille ominaisia piirteitä ja mahdollisia muutoksia. Diskurssin käsitteellä tarkoitetaan puhetapoja, jotka toistuvat tekstissä.

Vastuullisuusraporteissa havaittavat ilmastonmuutokseen liittyvät viisi eri puhetapaa eli diskurssia ovat nimetty seuraavasti: *edelläkävijädiskurssi*, *taloudellinen diskurssi*, *vastuudiskurssi*, *puolustamisen ja myöntämisen diskurssi* sekä *toiveiden ja tavoitteiden diskurssi*.

**Edelläkävijädiskurssiin** liittyy vahvasti ilmastonmuutoksen tuominen esiin positiivisessa valossa yrityksen toiminnan näkökulmasta. Edelläkävijädiskurssissa ilmastonmuutos näyttäytyy positiivisena haasteena ja kilpailuvalttina sekä johtoaseman tavoittelun avaimena. Diskurssille olennaista on, että yritys korostaa edelläkävijän asemaansa sekä onnistuneita toimia ja saavutuksia ympäristövastuun saralla.

**Taloudellinen diskurssi** on läsnä usein ilmastonmuutoksesta puhuttaessa, onhan vastuullinen toiminta yksi liiketoiminnan muodoista. Taloudellisessa diskurssissa ilmastonmuutos näyttäytyy kannattavuuskysymyksenä ja taloudellisena investointina. Diskurssille olennaista on oikeuttaa yrityksen vastuullisia toimia taloudellisesta näkökulmasta, joka on sekä yrityksen että monien sidosryhmien, kuten osakkeenomistajien intresseissä useasti korkealla.

**Vastuudiskurssi** kuvaa nimensä mukaisesti erilaisia ympäristövastuuseen ja ilmastonmuutokseen liittyviä vastuita, joita lentoyhtiön täytyy ottaa kantaakseen. Vastuudiskurssi ei kuitenkaan ylety pelkästään yrityksen vastuunkantoon, vaan myös sidosryhmien ja asiakkaiden vastuuta korostetaan. Vastuudiskurssissa ilmastonmuutos representoidaan vastuunjakokysymyksenä, jolloin ilmastonmuutosta ikään kuin hyödynnetään osoittamaan, että vastuu on yhteistä ja jokaista koskevaa.

**Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa** lentoyhtiön toimia puolustetaan ja oikeutetaan muun muassa vastakkainasettelun avulla. Toisaalta taas samassa diskurssissa usein myös myönnetään yhtiön asema vastuullisena toimijana ja myös reflektoidaan



oman toiminnan kipupisteitä. Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa ilmastonmuutos näyttäyty kriittisenä vaikuttajana lentämislle ja lentoyhtiön toiminnalle.

**Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa** kuvataan ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuden liittyviä asioita toiveina, pyrkimyksinä ja tulevaisuuden tavoitteina. Diskurssissa käytetään erityisen paljon pyrkimyspuhetta. Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa ilmastonmuutos näyttäyty lentoyhtiön tulevaisuuteen vaikuttavana ja toisaalta myös tulevaisuutta määrittelevänä tekijänä.

#### **4.3.1 Edelläkävijädiskurssi**

Yksi usein esiintyvä ja myös aineistosta helposti havaittavissa oleva puhetapa on Finnairin edelläkävijyyden korostaminen. Edelläkävijyyttä tuodaan yhtiön vastuullisuusraporteissa esiin tasaisesti koko aineiston ajan, aina vuodesta 2008 vuoteen 2019 saakka. Edelläkävijädiskurssissa ei ole tapahtunut suurta muutosta kymmenen vuoden ajalla, vaan puhetapa on ollut olemassa lähes samanlaisena koko ajan. Kun raportissa mainitaan ilmastonmuutos tai vaikka päästöjen vähentäminen, on puhetapa usein yhtiön vastuullisia toimia korostava. Edelläkävijädiskurssiksi nimetty puhetapa on havaittavissa usein etenkin, kun äänessä on esimerkiksi yhtiön toimitusjohtaja, kestävän kehityksen johtaja tai muu nimellä esiintyvä yhtiön edustaja.

Yksi puhetapa, jolla edelläkävijädiskurssia rakennetaan, on kertominen yhtiön saavutuksista ilmastonmuutoksen ja ympäristövastuun saralla. Eri vuosilta otetut esimerkit (6), (7), (8) ja (9) rakentavat tällä tavoin edelläkävijädiskurssia. Alla olevassa esimerkissä (6) edelläkävijyyttä korostetaan kertomalla yhtiön saamasta tuloksesta ilmastovaikutusten hallintaa mittaavassa projektissa. Kerrontaa ei kuitenkaan ole jätetty siihen, vaan edelläkävijädiskurssi korostuu nimenomaan virkkeen sivulauseessa, jossa mainitaan, että kyseinen tulos *asettaa yhtiön lentoyhtiöiden parhaimmiston.*

(6) Finnair lähes kaksinkertaisti tuloksensa ilmastovaikutusten hallintaa mitaavassa Carbon Disclosure Projectissa, mikä asettaa Finnairin lentoyhtiöiden parhaimmiston. (Yhteiskuntavastuuraportti 2009, s. 36)

Kuten esimerkissä (6), myös esimerkeissä (7) ja (8) yhtiön edelläkävijyyttä ilmastoasioissa korostetaan kertomalla yhtiön saamista tunnustuksista sekä yhtiön johtavasta asemasta ilmastonmuutokseen liittyvän tiedon raportoinnissa.

(7) Finnair sai tunnustusta vastuullisuustyöstään: Aurinkomatkat nimettiin maaliskuussa jälleen Suomen vastuullisimmaksi matkanjärjestäjäksi Pohjoismaiden suurimmassa kestäväen kehityksen ja vastuullisuuden bränditutkimuksessa Sustainable Brand -indeksissä. Lisäksi Suomen Matkatoimistoalan liitto palkitsi Finnairin "Vuoden vastuullisena toimijana" tunnustuksena pitkäjänteisestä ja monipuolisesta työstä kestäväen kehityksen hyväksi. (Vuosikertomus 2017, s. 6)

(8) Finnair on johtavia yhtiöitä hiilidioksidipäästöjen raportoinnissa sekä päästöjen vähentämisessä. [...] Vuonna 2015 CDP nimesi Finnairin yhdeksi Pohjoismaiden johtavista yrityksistä ilmastonmuutokseen liittyvän tiedon raportoinnissa sijoittajille ja muille sidosryhmille [...]. (GRI-tiedot 2015, s. 10)

Esimerkkien (6), (7) ja (8) kaltaiset puhetavat voivat oletettavasti lisätä yhtiön vakuuttavuutta vastuullisena toimijana sidosryhmien silmissä, sillä erilaisilla vastuullisuuden mitareilla ja tunnustuksilla on varmasti painoarvoa niin osakkeenomistajien ja sijoittajien kuin myös asiakkaiden näkökulmasta.

Sijoittajiin ja yleisöön viitataan esimerkissä (9), jossa yhtiö vakuuttaa suhtautuvansa vastuullisesti ympäristöasioihin. Esimerkki myös tukee aiemmin analyysissä kuvailtuja Finnairin vastuullisuusraporttien kohderyhmiä, kun *sijoittajat ja yleisö* mainitaan tällaisessa asiayhteydessä.

(9) Yhtiö sai kiitosta päästöjen vähentämisestä ja raportoinnin parantamisesta. Lisäksi sen *toimintaa ilmastokysymyksissä* pidettiin esimerkillisenä ilmaisualalla. Finnairin saama palaute viestii *sijoittajille ja yleisölle*, että yhtiö suhtautuu vastuullisesti ympäristöasioihin ja suunnittelee liiketoimintaansa erittäin pitkäjänteisesti. (Vastuullisuusraportti 2012, s. 11)

Esimerkissä viitataan *toimintaan ilmastokysymyksissä*, joka on ollut esimerkillistä. Esimerkin (9) tapaiset lausumat korostavat yhtiön edelläkävijyyttä perustaen argumenttinsa jostain muualta kuin yhtiön taholta tullessiin tunnustuksiin.

Toinen tapa, jolla Finnairin vastuullisuusraporteissa tuodaan lentoyhtiön edelläkävijyyttä esiin, on kertomalla yhtiön vastuullisista teoista tai tempauksista, kuten esimerkeissä (10) ja (11). Aiemmin on todettu, että lentoyhtiöt kertovat etenkin uusista teknologioista sekä toimintamalleista ympäristövastuuviestinnässään (Burns & Cowlshaw, 2014, s. 755–756). Aineistosta voidaan havaita, että edelläkävijyyden diskurssi rakentuu samanlaisesta puheesta, kertomalla uusista teknologioista tai toimintamalleista, kuten biopolttoainelannoista sekä laivaston uusimisesta.

(10) New Yorkissa pidettiin 23. syyskuuta *YK:n ilmastokokous*, jonne valtioiden päämiehet kokoontuivat keskustelemaan *ilmastonmuutoksesta*. Tuona päivänä Finnairin lento Helsingistä New Yorkiin operoitiin käyttämällä osittain käytetystä keitinrasvasta tehtyä *ympäristöystävällisempää biopolttoainetta*. Ensimmäiset biopolttoainelentonsa Finnair operoi jo 2011. (Vuosikertomus 2014, s. 40)

Esimerkissä (10) mainitaan ensin *ilmastonmuutos* ja *YK:n ilmastokokous*, jonka jälkeen nämä asiat yhdistetään Finnairin osittain *biopolttoaineella* operoituun New Yorkin lentoon. Nämä kaksi tapahtumaa ovat tuskin sattumaa, vaan ne ovat oiva keino näyttää lentoyhtiön globaalia ympäristövastuullista asemaa. Lentäminen biopolttoaineella ilmastomuutosta käsittelevään kansainväliseen kokoukseen voidaan nähdä sekä lentoyhtiön johtoaseman osoittamisena, mutta yhteiskunnallisella tasolla myös suomalaisena kannanottona.

Vastuullisista teoista kertomalla rakennetaan edelläkävijädiskurssia myös esimerkin (11) kaltaisessa puheessa, jossa lentoyhtiön kerrotaan saaneen uuden konemallin käyttöön *ensimmäisenä maailmassa*. Yhtiön mukaan se oli *merkittävä edistysaskel vihreämmässä toiminnassa*.

(11) Syyskuussa 2013 otimme *merkittävän edistysaskeleen* polttoainetehokkuudessa ja *vihreämmässä toiminnassa*, kun saimme *ensimmäisenä kaupallisena lentoyhtiönä maailmassa* käyttöömmä A321-koneen, jossa on uudet, polttoaineen kulutusta vähentävät Sharklet-kärkisiivet. (Vuosikertomus 2013, s. 24)

*Vihreämmällä toiminnalla* viitataan kaiketi päästöjen vähentämiseen, joka on mahdollista kyseisen uuden konetyypin ansiosta. Esimerkki (11) on lähes ainoita, joissa Finnair viittaa toimintaansa *vihreänä* tai *vihreämpänä*, joten yleistyksiä ei tästä voida tehdä. Vihreään toimitaan viittaaminen herättää kuitenkin kysymyksen siitä, mihin sanavalinnalla on pyritty. Toisaalta yhtiö ei kuitenkaan väitä toimintaansa täysin vihreäksi, joten esimerkin (11) sanavalinnat jättävät lukijalle tulkinnanvaraa. Joka tapauksessa esimerkissä voidaan havaita yleisesti aineistossa toistunut edelläkävijyyttä korostava puhetapa, jossa yhtiön saavutukset vastuullisuuden saralla nostetaan jalustalle. Edelläkävijädiskurssissa korostuu lentoyhtiön vastuullinen toiminta ja lentäminen positiivisessa valossa. Lentoyhtiöillä onkin tapana korostaa vastuullisuusviestinnässään positiivisia vaikutuksia, jolloin negatiiviset ympäristövaikutukset jäävät toissijaiseksi (Burns & Cowlshaw, 2014, s. 756).

#### **4.3.2 Taloudellinen diskurssi**

Kun puhutaan liiketoiminnasta, vastuullisesta toiminnasta ja ilmastonmuutoksesta, on taloudellisella diskurssilla eittämättä paikkansa. Taloudellinen vastuu on yksi yhteiskuntavastuun osa-alueista, mutta ilmastonmuutokseen liittyvää taloudellista puhetta ei välttämättä suoraan voi asettaa taloudellisen vastuun tai ympäristövastuun piiriin, sillä ne linkittyvät hyvin vahvasti toisiinsa. Ehkä siksi aineistossa onkin havaittavissa taloudellinen diskurssi, jossa ilmastonmuutoksesta puhuttaessa viitataan usein jollain tapaa myös taloudellisiin tekijöihin. Taloudellisessa diskurssissa on havaittavissa pientä muutosta kymmenen vuoden ajalla, joskin edelleen myös monet samat puhetavat ovat säilyneet.

Lentoyhtiön toiminnan jatkumisen kannalta voitokkaan tuloksen tekeminen ja liiketoiminnan kasvu on tärkeää. On kuitenkin hyvä myös pohtia, miten paljon sellaisten toimialojen yritykset, joiden kasvava toiminta aiheuttaa ilmastolle yhä enemmän haittaa,

voivat oikeasti tehdä töitä ilmastonmuutosta vastaan. Näistä ristiriidoista huolimatta monet yritykset haluavat ehkäistä ilmastonmuutosta ja keksiä uusia toimintatapoja toimintansa ympäristövaikutusten pienentämiseksi. Jo vuosikymmen sitten on todettu, että yritysten huomio ympäristöasioita kohtaan on lisääntynyt ja ilmastonmuutoksella on tärkeä asema yritysten toiminnan kannalta (Ihlen, 2009, s. 257).

Finnairin vastuullisuusraporteissa taloudellinen diskurssi on usein läsnä, kun puhutaan ilmastonmuutoksesta tai taloudellisista toimintatavoista esimerkiksi päästöjen vähentämiseksi. Se ei sinänsä ole mikään ihme, onhan vastuullisen toiminnan oltava yritykselle suurimmaksi osaksi myös kannattava investointi (Joutsenvirta ja muut, 2011, s. 16).

*"Vastuullisen ja kannattavan liiketoiminnan välillä ei ole ristiriitaa. Emme ole hyväntekeväisyysorganisaatio vaan pörssiyhtiö, jonka tehtävänä on luoda tuottoa osakkeenomistajille, mutta samaan aikaan Finnairilla on luonnollisesti vastuu yhteiskuntaa kohtaan." (Finnair 2012, s. 8)*

Taloudellisen diskurssin muotoutumista kuvaa hyvin yllä oleva suora lainaus tilikauden 2011 vastuullisuusraportista. Taloudellinen aspekti kiinnostaa varmasti myös erityisesti sijoittajia ja osakkeenomistajia, mikä voi osaltaan selittää taloudellisen diskurssin muotoutumista sellaiseksi kuin se on. Taloudellinen diskurssi rakentuu esimerkiksi puhetavoissa, joissa osoitetaan ympäristövastuun ja päästöjen vähentämisen sekä liiketoiminnan suhde. Esimerkeissä (12), (13) ja (14) voidaan havaita, että suhde ei ole yksipuolinen. Esimerkeistä (12) ja (13) voidaan rivienvälistä tulkita se, mitä esimerkissä (14) sanotaan jo suoraan: *polttoainekustannukset ovat korkeat ja toisaalta taas yhteiskunta asettaa lentoyhtiöille paineita alentaa päästöjä.*

(12) *Yhteiskuntavastuun kantaminen alkaa taloudesta.* Kilpailukykyinen ja kannattava Finnair pystyy investoimaan moderniin laivastoon, mikä on suurin ympäristöteko, jonka lentoyhtiö voi tehdä. (Yhteiskuntavastuuraportti 2010, s. 11)

(13) *Panostamme paljon polttoainetehokkuuteen ja moderniin, polttoainetaloudelliseen laivastoon, sillä jokainen tippa säästettyä polttoainetta näkyy taloudellisessa tuloksessamme.* Tämä näkyy myös ympäristövaikutuksissa, sillä kilo polttoainetta vastaa hieman yli kolmea kiloa hiilidioksidipäästöjä. Meillä on

siis erittäin selkeä kannustin vähentää päästöjä ilman päästökauppaakin. (Yhteiskuntavastuuraportti 2011, s. 35)

(14) Lentoliikenteen *polttoainekustannukset ovat korkeat, ja yhteiskunnalliset paineet alentaa hiilidioksidipäästöjä kasvavat koko ajan.* (Vuosikertomus 2013, s. 24)

Lentoyhtiöillä on siis jo taloudellinen motiivi vähentää kalliin polttoaineen kulutusta, joten kärjistetyksi päästöjen vähentämisen ympäristönäkökulma voidaan nähdä tulevan siinä samassa – kaksi kärpystä yhdellä iskulla. Kun esimerkiksi (12) sanotaan, että *yhteiskuntavastuun kantaminen alkaa taloudesta* tai esimerkiksi (13), että *jokainen tippa säästettyä polttoainetta näkyy taloudellisessa tuloksessamme*, käy taloudellinen näkökulma asiaan melko selväksi. Taloudellinen näkökulma ei sinänsä ole mikään huono asia – onhan se lentoyhtiöiden ja ylipäätään yritysten toiminnan ydin. Huomionarvoisempaa onkin kiinnittää huomiota siihen, oikeutetaanko lentoyhtiöiden toimintaa yhteiskunnallisten paineiden kasvaessa edelleen korostamalla markkinapohjaisia ratkaisuja päästöjen vähentämiseen, vai onko lentoyhtiöiden ylipäätään mahdollista löytää muita yhtä kannattavia ratkaisuja. Asia tuskin on kuitenkaan niin yksinkertainen, mutta lentoyhtiön toimintaa oikeuttavat puhettavat näyttävät tulevan esiin etenkin, kun ilmastonmuutoksesta puhutaan taloudellisesta näkökulmasta.

Taloudellisen diskurssin epäyhtenäisiä ja melko pirstaloituneita puhetapoja kuvaavat erilaiset taloudelliset näkökulmat ilmastonmuutokseen ja vastuulliseen toimintaan. Erilaisia näkökulmia on tietenkin helpoin havaita eri tilikausien raporteista, mutta toisistaan eroavia näkemyksiä on havaittavissa jo yhdenkin vastuullisuusraportin sisällä useita. Osassa Finnairin viestintää taloudellinen ajattelu tuntuu ohjaavan sekä lentoyhtiön puhetapaa että toimintaa, sillä lentämisen tärkeyttä korostetaan sekä globaalin talouden näkökulmasta että tavallisen kansalaisen näkökulmasta, kuten esimerkiksi (15).

(15) – On selvää, että lentäminen jatkuu ja sitä tarvitaan. *Talous on globaalia ja tuotanto keskittyy.* Lisäksi *ihmiset haluavat matkustaa*, Ihamäki selventää. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 16)

Esimerkissä (15) esiintyvää *ihmiset haluavat matkustaa* -fraasia näkyy Finnairin vastuullisuusraporteissa enemmänkin ja siihen paneudutaan lisää muita diskursseja käsiteltäessä. Kyseistä lausetta ei esimerkissä sinänsä perusteta mihinkään, jolloin tämän tyyppisille lausahduksille voi olla tarpeen osoittaa kriittisyyttä. Täytyy muistaa, että tietynlainen kielenkäyttö rakentaa tietynlaista sosiaalista todellisuutta (Pietikäinen & Mäntynen, 2014, s. 12, 22). Haluavatko ihmiset matkustaa, onko ihmisillä itsellään ja itsessään halu matkustamiseen, vai syntyykö se juuri tällaisessa puheessa ja matkustamiseen liittyvien positiivisten mielikuvien rakentamisessa? Joka tapauksessa ihmisten halusta matkustaa luodaan kielenkäytön avulla sosiaalista todellisuutta. Matkustamisen halu voi toki olla monella ihmisellä olemassa ilman Finnairin vastuullisuusraportin lukemistakin, mutta kyse onkin laajemmasta tietynlaisen puhettavan rakentumisesta. Puhetapa ei välttämättä synny yhdestä lauseesta, mutta sillä vahvistetaan halutunlaista stereotypiaa ihmisten matkustamisen halusta, sillä se on lentoyhtiön toiminnan kannalta tärkeää.

Toinen, taas hyvin erilainen taloudellinen näkökulma ilmastonmuutokseen on ilmastonmuutoksen kuvaaminen riskinä lentämiselle tai matkailulle. Ilmastonmuutos kuvailaan riskinä etenkin taloudellisesta näkökulmasta, mikä kääntää koko ”perinteisen” asetelman pääläelleen. Matkailu ja lentäminen ei tällaisessa puheessa olekaan ilmastonmuutoksen aiheuttajia, vaan ilmastonmuutos on riski matkailulle ja lentämiselle.

(16) *Ilmastonmuutos muodostaa selkeän riskitekijän myös matkailuelinkeinolle.* Useat lomakohteet sijaitsevat seuduilla, joiden keskeisiin viehätystekijöihin ilmastonmuutos saattaa vaikuttaa. Tällä voisi olla merkittäviä taloudellisia vaikutuksia esimerkiksi konserniin kuuluvalle Aurinkomatkat Oy:lle. (Yhteiskuntavastuuseraportti 2010, s. 16)

Esimerkissä (16) puhutaan *ilmastonmuutoksen aiheuttamista riskitekijöistä matkailulle*. Finnair ei ole ensimmäinen yritys, joka kuvaa ilmastonmuutosta tai sen aiheuttamia ilmiöitä riskeinä, vaan samanlaisia puhetapoja on havaittu myös esimerkiksi öljyteollisuuden alan yritysten vastuullisuusraporteissa. Tällainen puhetapa asettaa itse yrityksen uhrin asemaan, jolloin on helpompi kuvata jälleen yritystä johtajana tai edelläkävijänä ilmastonmuutoksen torjunnassa (Jaworska, 2018, s. 215). Tällaisella puhettavalla rakennetaan

taloudellisen näkökulman ja ilmastonmuutoksen yhteyttä. *Riskitekijöistä* puhuminen tässä päinvastaisessa yhteydessä on mielenkiintoinen sanavalintana. Toisaalta etenkin taloudellisessa diskurssissa liiketoimintaan liittyvistä riskeistä puhutaan paljon. Mielenkiintoista kuitenkin on etenkin päälaelleen käännetty asetus, jossa ilmastonmuutos kuvataan ”pahana” lentämisen tai matkustamisen sijaan.

Taloudellisen diskurssin muutosta voidaan havaita muun muassa siinä, että taloudellisen näkökulman tärkeyttä, lentämisen tärkeyttä taloudelle ja taloudellisen voiton tavoittelua ei korosteta aina enää samalla tavalla kuin aineiston ensimmäisissä raporteissa. Esimerkeistäkin voidaan jo havaita, että vastuullisuusraporttien taloudellinen diskurssi on kuitenkin melko pirstaloitunut, jolloin myös muutoksen tunnistaminen on vaikeaa. Ilmastonmuutokseen ja vastuulliseen toimintaan liittyvä taloudellinen diskurssi on kuitenkin muuttunut jonkin verran ajan saatossa.

(17) *Vastuullinen toiminta tuo harvoin suoraan tuottoja – enemmänkin se antaa yritykselle oikeutuksen kasvaa* ja toimia markkinoilla myös tulevaisuudessa ja on osa yhtiön maineen- sekä riskienhallintaa. (Vuosikertomus 2014, s. 14)

Esimerkistä (17) voidaan nähdä, että puhetapa on hieman erilainen kuin aiemmissa esimerkeissä. Vastuullista toimintaa ei yhdistetä suoraan tuottojen saamiseen, mutta se kuitenkin yhdistetään yrityksen kasvuun ja vastuullisen toiminnan kuvataan antavan yrityksen toiminnalle *oikeutuksen kasvaa*. Taloudellinen kasvuun suuntaava näkökulma on siis kuitenkin edelleen läsnä myös esimerkin (17) tapaisissa puhetavoissa. Taloudellinen diskurssi on vahvasti läsnä vastuullisuusraporteissa, mutta uusimmissa raporteissa ei kovin usein suoraan ilmastonmuutokseen viitattaessa.

### 4.3.3 Vastuudiskurssi

Sanoissa vastuullinen toiminta, ympäristövastuu ja yhteiskuntavastuu korostuu sana *vastuu*. Se, mitä vastuu yritykselle pohjimmiltaan tarkoittaa tai mitä yritys näkee vastuukseen, on tärkeä osa vastuullista toimintaa. Finnairin vastuullisuusraporteista voidaan



havaita, että vastuu, ilmailualan vastuu, lentoyhtiön vastuu, asiakkaiden vastuu ja matkustajien vastuu tuodaan esiin, kun puhutaan ilmastonmuutoksesta. Vastuudiskurssi rakentuu siis osoittamalla erilaisia vastuita, mutta myös pohtimalla vastuun laajempaa merkitystä. Esimerkkien avulla voidaan havainnollistaa kolme erilaista puhetapaa, joissa vastuudiskurssi rakentuu. Vastuudiskurssi muodostuu *yrityksen omasta vastuusta, lentoyhtiöiden ja ilmailualan yhteisestä vastuusta sekä asiakkaiden ja sidosryhmien vastuusta*. Vastuudiskurssissa on tapahtunut jonkin verran muutosta kymmenen vuoden aikana.

Alla olevat esimerkit (18), (19) ja (20) kuvaavat sitä tapaa, jolla vastuullisuusraporteissa kuvataan Finnairin omaa vastuuta ympäristöstä ja ilmastosta. Vastuudiskurssille tyypillisesti yrityksen vastuunkantoa ja panosta ilmasto- ja ympäristöasioihin tuodaan esille monenlaisilla puhetavoilla.

(18) *GRI pakottaa meidät uudelleen arvioimaan ja uudistamaan käytäntöjä ja ohjeistuksia tuoreesta, globaalista näkökulmasta katsoen. Olemme siis saaneet paremman käsityksen maailmasta, jossa toimimme.* (Yhteiskuntavastuuraportti 2011, s. 9)

Esimerkissä (18) kuvataan yhtiön vastuuta ja raportointia sanomalla, että *"GRI pakottaa meidät"*. Pakottaa on sanavalintana hieman kömpelö, sillä se luo kuvan, että raportointi olisi yhtiölle vain "pakollinen paha", joka täytyy tehdä. Heti tämän jälkeen kuitenkin kerrotaan, että tämän "pakon" seurauksena *yhtiö on saanut paremman käsityksen maailmasta, jossa se toimii*. Pakollinen paha käännetään siis nopeasti yhteiseksi hyväksi ja *tuoretta, globaalista näkökulmaa* vaikutetaan kuitenkin arvostavan. Esimerkin tavoin välillä vastuun kantaminen ei edes vastuullisuusraporteissa näyttäytyä niin omatahtoisena kuin voisi kuvitella.

Vastuunkantoa parhaimmillaan osoittavat sellaiset viestit, joissa yritys korostaa vastuutaan laajemmin kuin vain oman toimintansa vaikutuksiin, kuten esimerkissä (19). Esimerkin (19) tapaiset yhtiön vastuuta korostavat puhetavat ovat hieman erilaisia kuin esimerkissä (18).

(19) *Ilmailun vaikutukset eivät tunne valtioiden rajoja*, ja Finnair kantaa vastuuta niissäkin maissa, joihin se ei lennä. (Vastuullisuusraportti 2012, s. 41)

Esimerkissä (19) korostetaan sitä, että yrityksellä on vastuu myös oman toimintansa ulkopuolisilla alueilla. Esimerkin taustalla on Finnairin taloudellisesti tukema metsityshanke Madagaskarilla, jonka avulla pyritään pysäyttämään alueen ympäristön tuhoutuminen ja kääntämään kehitys parempaan suuntaan (Finnair 2013, s. 41). Tällainen vastuullinen toiminta ja siitä kertominen rakentavat diskurssia vastuuta kantavasta yhtiöstä, jonka vastuulliset teot koskevat muutakin kuin vain omien päästöjen vähentämistä.

Tämä tyypillinen puhetapa ei ole vain Finnairin luoma tapa edistää vastuullista ja hyväntahtoista kuvaa, vaan esimerkiksi Bhatia (2012, s. 232) toteaa, että vastuullisuusraporteissa on tyypillistä korostaa yhteiskunnasta huolehtimista ja yhteiskunnallisesti merkittäviä asioita. *Ilmailun vaikutukset eivät tunne valtioiden rajoja*, sanotaan raportissa. Kun verrataan tätä esimerkkiä vastuullisuusraporttien yleiseen tyyliin puhua vastuusta, on tällainen omaa vastuuta korostava mutta toisaalta samalla yrityksen toiminnan haittapuolet paljastava puhetapa hieman ristiriidassa niiden puheiden kanssa, joissa lentoliikenteen ympäristövaikutuksia ”vähätellään” tai niistä ei tehdä suurta numeroa.

Yksi vastuudiskurssia muodostava tyyli puhua vastuusta on kuitenkin ylitse muiden. Siinä korostetaan ylpeänä yhtiön pitkää kokemusta vastuullisuustyöstä, mutta myös vastuun kantaminen astuu kuitenkin nöyränä esiin. Esimerkki (20) on hyvä malli tämän kaltaisesta tyylistä. Esimerkissä mainitaan, että yhtiö on *jo nyt yksi maailman vastuullisimmista lentoyhtiöistä*, mikä korostaa yhtiön kokemusta vastuullisuustyöstä.

(20) *Olemme jo nyt yksi maailman vastuullisimmista lentoyhtiöistä*, mutta ymmärrämme hyvin, että *jatkuva parantaminen on ehto tämän aseman vahvistamiselle*. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 3)

Esimerkissä ”jo nyt” on sanavalintana kiinnostava, sillä vaikka yhtiö puhuukin usein pitkäjänteisestä vastuullisuustyöstään, ”jo nyt” ikään kuin viittaa siihen, että vastuullisuuteen olisi herätty yleisemmällä tasolla vasta äskettäin. Tällainen puhe omalta vahvistaa

yhtiön asemaa vastuullisena lentoyhtiönä, ja ”jatkuva parantaminen on ehto tämän aseman vahvistamiselle” vahvistaa kuvaa siitä, että yhtiön asema ei voi entisestään kuin vain vahvistua.

Kuten aiemmin todettiin, vastuudiskurssissa on näkyvissä selvästi myös koko lentoliikennettä ja ilmailualaa koskevan vastuun korostaminen. Esimerkeissä (21) ja (22) asia esitetään melko kirjaimellisesti toteamalla, että *lentoyhtiöiden ja koko toimialan on otettava vastuu päästöistään ja ympäristövaikutuksistaan tai yritysten pitää ottaa johtajuutta globaalien haasteiden ratkaisemisessa*. Tällainen puhe on toki tärkeää ja on totta, että vain muutama vastuullisesti toimiva lentoyhtiö tuskin vielä pystyy tekemään ihmeitä. Toisaalta kuitenkin tällaiset puhetyt siirtävät Finnairin vastuuta myös muille lentoyhtiöille, jolloin ehkä jopa vahvistetaan sitä ajatusta, että yhden toimijan vastuullisilla teoilla ei ole merkitystä.

(21) – *Lentoyhtiöiden ja koko toimialan on otettava vastuu päästöistään ja ympäristövaikutuksistaan*, Finnairin ympäristöjohtaja Kati Ihamäki sanoo. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 16)

(22) [...] Tämä tarkoittaa, että yritykset voivat, ja niiden pitää, *ottaa johtajuutta globaalien haasteiden ratkaisemisessa*. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 3)

Alla olevassa esimerkissä (23) tuodaan myös esiin koko lentoliikenteen ja ilmailualan vastuu ilmastonmuutoksen torjunnassa, johon viitataan *kansainvälisenä haasteena*. Ilmastonmuutokseen viittaaminen kansainvälisenä haasteena rakentaa vastuudiskurssia, joka on hyvin vahva jo entisestään. Ilmastonmuutos on globaali ongelma, ja on hyvin tavallista sekä myös tärkeää, että sen globaalit vaikutukset otetaan huomioon myös puhetyvoissa.

(23) Kun eri maat tiukentavat toimiaan ilmastonmuutoksen torjumiseksi, *lentoliikenteen on tuki tehtävä oma osansa* tämän kansainvälisen haasteen kohtamisessa. (Yhteiskuntavastuuraportti 2009, s. 18)

Esimerkissä (23) myönnetään jälleen, että *lentoliikenteen on tehtävä oma osansa*, mutta samalla myös asia tuodaan esiin siitä näkökulmasta, että juuri eri maiden tiukkojen toimien takia lentoliikenteen täytyy myös kantaa kortensa kekoon. Finnairin ollessa valtio-

omisteinen yhtiö, herää kysymys siitä, millaisia yhtiön toimet tämän *kansainvälisen haasteen* torjumiseksi olisivat, jos esimerkiksi Suomi ei huomioisi ilmastonmuutosta ollenkaan.

Vastuudiskurssin muutosta havainnollistaa esimerkiksi se, että lentämisen ilmastovaikutuksia ei enää uusimmissa vastuullisuusraporteissa vähätellä tai pidetä liioiteltuna samanlaisilla kärjistetyillä puheilla kuin kymmenen vuotta sitten.

(24) Vaikka *lentoliikenteen osuus ilmaston lämpiämiseen on nykyään pieni*, on uusien lentokoneiden *päästöjä pienennettävä*, jotta liikenteen kasvun seurauksena päästöt eivät kasvaisi. (Yhteiskuntavastuuarportti 2009, s. 35)

Vuoden 2009 vastuullisuusraportista otetussa esimerkissä (24) sanotaan, että *lentoliikenteen osuus ilmaston lämpiämiseen on nykyään pieni*, mikä kumooa monet puheet päästöjen vähentämisestä ja ilmailualan vaikutuksista ilmastoon. Toisaalta tässäkin esimerkissä kuitenkin todetaan, että lentoliikenteellä on vastuu *pienentää päästöjä*, koska lentoliikenteen tiedettiin tulevan kasvamaan entisestään.

Vastuudiskurssi rakentuu myös asiakkaiden ja sidosryhmien vastuusta. Usein puheissa korostetaan muun muassa sitä, että vastuullinen toiminta ei ylety vain Finnairiin, vaan myös lentoyhtiön asiakkaisiin, sidosryhmiin ja yhteistyökumppaneihin. Puhetapa ikään kuin siirtyy vastuunkannosta vastuunsiirtoon, mutta toisaalta nykyään monet asiakkaat, sidosryhmät ja yhteistyökumppanit ovat erittäin kiinnostuneita ja halukkaita kantamaan myös itse vastuuta. Näin ei ehkä kuitenkaan ole ollut aina, ja tämä ero vastuunkannossa voidaan nähdä esimerkiksi esimerkkien (25) ja (26) välillä, joilla on kymmenen vuoden aikaväli.

(25) Lentoyhtiö päättää siitä investoiko se moderniin teknologiaan, kierrättääkö jätteensä asianmukaisesti, vähentääkö energiankäyttöään ja huolehtiiko henkilökuntansa hyvinvoinnista. *Asiakkaana sinä kuitenkin päätät millaista yhtiötä kannatat*. (Yhteiskuntavastuuarportti 2008, s. 49)

(26) Nyt aika oli kypsä: Finnair lanseerasi tammikuussa 2019 Push for Change -palvelun, jonka avulla *asiakkaat voivat kompensoida ja vähentää päästöjään*. (Vastuullisuusraportti 2018, s. 5)

Esimerkissä (25) ensin luetellaan asioita, joita lentoyhtiö voi valita ja tehdä ollakseen vastuullisempi. Sen jälkeen vastuu siirretäänkin melko suoraan asiakkaalle sanomalla, että *asiakkaana sinä päätät, millaista yhtiötä kannatat*. Tällainen tapa johdattelee lukijaa siihen, että Finnair on sellainen yhtiö, jota täytyisi kannattaa. Asiakkaan vastuuksi nähtiin siis kymmenisen vuotta sitten kannattaa vastuullista lentoyhtiötä. Esimerkissä (26), vuonna 2019, asiakkaan vastuu on ottanut melko suuren askeleen eteenpäin. Asiakkaita osallistetaan vastuulliseen toimintaan kertomalla Finnairin uudesta palvelusta, jonka avulla *asiakkaat voivat kompensoida päästöjään*. Kun asiakkaille kerrotaan, että heillä on mahdollisuus vaikuttaa päästöihin, on se samalla myös vastuunsiirto yhtiön omasta vastuusta kohti asiakkaan vastuuta.

Sidosryhmät ja yhteistyökumppanit ovat yritykselle tärkeitä toimijoita, ja se näkyy myös vastuudiskurssissa. Finnair ei jätä sidosryhmiään toimeettomaksi, vaan pyytää myös niitä usein kantamaan vastuunsa. Alla olevissa esimerkeissä (27) ja (28) vastuuta osoitetaan etenkin sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita sekä kilpailijoita kohtaan.

(27) Monitahoiset haasteet vaativat *systemisiä ratkaisuja*. Tarvitsemme lisää kumppaneita matkalle kohti hiilineutraaliutta: *Haluamme muun muassa, että asiakkaamme miettivät, miten pakkaavat*. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 4)

(28) Investoimme eri tahojen kanssa tutkimukseen, jotta uusien ratkaisujen kehittäminen nopeutuisi. *Kutsumme kilpailijoitamme ja yhteistyökumppaneitamme miettimään yhdessä, miten voimme kehittää arvoketjuja niin, että päästöt vähenisivät*. Kaikilla toiminnoilla on merkitystä ja *kaikkia tarvitaan*. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 4)

Esimerkissä (27) mainitaan, että yhtiö *haluaa asiakkaidensa miettivän, miten he pakkaavat*. Kevyesti matkalle pakkaaminen tietenkin vähentää lastin painoa ja siten päästöjä, mutta toisaalta tällainen melko pieniin asioihin tarttuminen isossa mittakaavassa ei aina välttämättä luo parasta kuvaa itse lentoyhtiön vastuusta ja jättää pohtimaan, kuinka *systeminen ratkaisu* pakkaaminen lopulta on. Esimerkissä (28) on hyvä malli siitä, miten

vastuudiskurssissa tuodaan esiin sekä lentoyhtiön vastuu, mutta myös kaikkien muiden vastuu toteamalla, että *kaikkia tarvitaan*. Samanlaisia havaintoja on tehnyt myös Jaworska (2018, s. 215–216) öljyteollisuuden vastuullisuusraportoinnista, jossa ilmastonmuutokseen kyllä sitoudutaan, mutta samalla myös vastuuta halutaan siirtää muille sidosryhmille ja tulevaisuuteen. Finnairin vastuullisuusraporttien vastuudiskurssi ei missään nimessä koostu vain lentoyhtiön vastuusta, vaan se käsittää paljon laajempia ryhmiä ja sillä tavoin myös osaltaan luo vastuudiskurssia, jossa vastuuta ja taakkaa pyritään jakamaan muillekin kuin lentoyhtiön harteille.

#### 4.3.4 Puolustamisen ja myöntämisen diskurssi

Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuteen viitataan joko puolustamalla tai oikeuttamalla lentoyhtiön toimintaa, tai myöntämällä toiminnan ongelmat ja haitat ympäristölle. Puolustaminen ja myöntäminen ovat kaksi eri asiaa ja ne voidaan siksi nähdä myös omana diskurssinaan, puhetapanaan. Aineistosta kuitenkin käy ilmi, että usein puhetavat esiintyvät samassa asiayhteydessä, samanaikaisesti. Tämän takia diskurssiksi muodostui puolustamisen ja myöntämisen diskurssi. Puolustamisen ja myöntämisen diskurssi on vahvasti läsnä kaikissa vastuullisuusraporteissa, mutta diskurssi ei ole aina ollut kovin yhtenäinen.

Esimerkeissä (29), (30) ja (31) nähdään, että lentämistä ja lentoyhtiöiden toimintaa puolustetaan ja oikeutetaan monella tapaa. Tyypillistä on, että tuodaan esiin muun muassa lentämisen tärkeys yhteiskunnalle ja taloudelle.

(29) Lentäminen leimataan helposti turhaksi ylellisyydeksi ja kulutusjuhlaksi. Kuitenkin esimerkiksi asiantuntijat ympäri maailmaa matkustavat ilmastokoukusiin Balille ja Japaniin – lentäen. Myös työmatkustus kokonaisuudessaan lisääntyy. Miksi? *Koska asiat etenevät paremmin, kun niistä keskustellaan yhdessä kasvotusten.* (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 48)

Esimerkissä (29) korostetaan lentämistä tärkeänä työmatkustuksen takia, *koska asiat etenevät paremmin kasvotusten keskustelemalla*. Toki täytyy ottaa huomioon, että

esimerkki on peräisin vuoden 2008 vastuullisuusraportista, mutta kuitenkin jo silloin vi-deokokoukset ovat olleet mahdollisia. Etenkin vuonna 2020 lentämisen oikeuttaminen työmatkustamisen ja kasvokkain pidettävien kokousten tärkeyden kautta kuulostaa absurdilta, kun etätyöt ovat tulleet entistä tutummaksi ympäri maailmaa koronaviruspandemian ja muutenkin joustavan työnteon suosion takia.

Lentoyhtiön toimintaa oikeutetaan myös sillä, että lentäminen on sekä maailmantaloudelle että Suomen taloudelle tärkeää. Tällainen puhetapa vahvistaa ensinnäkin lentoyhtiöiden vastuullisuusviestinnässä puolustavaa diskurssia, sekä toiseksi rakentaa laajemmin sosiaalista todellisuutta lentämisestä tärkeänä globaalina taloudellisena tekijänä, joka on arvokas osa yhteiskuntaa.

(30) *Lentoliikenteellä on tärkeä rooli maailmantaloudessa. Lentäminen mahdollistaa monet liiketoiminnot, yhdistää ihmisiä ja yhteisöjä sekä tarjoaa taloudellisen toimeentulon lukuisille maille. Lentäminen on siis arvokas yhteiskunnan osa, joka tulee säilyttää. (Yhteiskuntavastuuraportti 2009, s. 18)*

Yllä olevassa esimerkissä (30) puolustavaa diskurssia rakennetaan luomalla kuvaa lentämisestä tärkeänä niin globaalille liiketoiminnalle kuin ihmisille ja valtioillekin. Alla olevassa esimerkissä (31) sama linja jatkuu ja siinä puolustetaan etenkin lentoliikenteen kautta syntyviä positiivisia kansantaloudellisia vaikutuksia.

(31) *Lentoliikenteen avulla syntyvä saavutettavuus on välttämätön edellytys Suomen kilpailukyvyille globaalissa maailmassa, ja sen kansantaloudellinen merkitys on huomattava: lentoliikenteen arvioidaan kokonaisuudessaan tuottavan noin 3–5 prosenttia BKT:stä, työllisyydestä ja verotuloista. (Vastuullisuusraportti 2018, s. 10)*

On totta, että lentämisellä on suuret vaikutukset nyky-yhteiskunnan toimivuuteen ja sujuvuuteen. Olisi kuitenkin hyvä myös miettiä, miksi lentäminen on tällaisen paikan yhteiskunnasta saanut ja miten lentämisen tärkeyttä korostavat puhetavat vaikuttavat esimerkiksi ilmastonmuutoksen hillintään, johon lentoyhtiöt kuitenkin sanovat haluavansa pyrkiä.

Toinen tapa puolustaa ja oikeuttaa lentämistä on vertailla lentämisen ilmastovaikutuksia ja ympäristöhaittoja muihin liikennemuotoihin. Kyseinen puhetapa on havaittavissa etenkin aineiston alkupäässä, 2008–2009 vuosina. Tällöin ilmastonmuutoskeskustelu on ehkä ollut ensimmäisiä kertoja kunnolla pinnalla, tai ainakin näin voisi päätellä esimerkiksi esimerkistä (32), jossa mainitaan *keskustelun ilmastonmuutoksesta olevan tärkeää*. Samalla kuitenkin puolustetaan lentämisen hiilijalanjälkeä viittaamalla siihen, että myös muut liikennemuodot aiheuttavat päästöjä ja niistä pitäisi keskustella yhtä lailla.

(32) *Keskustelu ilmastonmuutoksesta on tärkeää, mutta samalla pitäisi kiinnittää huomiota myös eri liikennemuotojen ekologiseen jalanjälkeen.* (Yhteiskuntavastuuraaportti 2008, s. 33)

Esimerkissä (33) onkin otettu jo seuraava askel ja Finnair aloittaa keskustelun muista liikennemuodoista itse. Esimerkkien (33) ja (34) tapainen vertailu, jossa lentämisen parermmuutta muihin liikennemuotoihin pyritään osoittamaan lentoliikenteen pienemällä infrastruktuurilla, on mielenkiintoinen puheenvuoro. Tästä tyylistä voidaan päätellä, että ehkä tuohon aikaan vastuullisuuden saralla ja ilmastonmuutoskeskustelussa on ollut esillä tietynlaisia keskusteluita lentämisestä, joita lentoyhtiö yrittää siirtää koskemaan myös muita liikenteen aloja.

(33) *Kolmella kilometrillä kiitotietä pääsee minne vain maailmassa. Kuinka pitkälle pääsee samalla määrällä tietä tai kiskoja?* (Yhteiskuntavastuuraaportti 2008, s. 33–34)

(34) *Lentoliikenne on infrastruktuurin kannalta tehokas liikennemuoto, sillä se ei vaadi maapinta-alaa eikä rakentamiseen tarvita paljoa raaka-aineita.* (Yhteiskuntavastuuraaportti 2009, s. 15)

Mielenkiintoisen ylempänä osoitetusta puhetyylistä tekee kuitenkin se, että samassa vastuullisuusraportissa diskurssi ei selvästikään ole kovin yhtenäinen. Ensin lukija halutaan vertailemalla vakuuttaa siitä, että lentäminen on tehokkaampi ja siten ehkä jopa ympäristöystävällisempi liikennemuoto kuin monet muut. Sen jälkeen kuitenkin samassa raportissa todetaan, että eri liikennemuotojen vertailu ei ole relevanttia.



(35) Jokainen liikkumismuoto kuormittaa ympäristöä tavallaan. *Relevantimpaa kuin keskinäinen vertailu on vertailu oman toimialan sisällä ja parantaminen.* (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 48)

Esimerkissä (35) sanotaan, että liikennemuotojen keskinäisen vertailun sijaan tulisi vertailla ja parantaa oman toimialan toimintaa. Selvästi ainakaan tässä kohtaa yhtiön tarkoitusperät eivät tule ihan selväksi, mutta voidaan päätellä, että lentoyhtiö ei halua lentämisen joutuvan ilmastonmuutoskeskustelun kohteeksi ainoana liikennemuotona, vaan myös muut liikennemuodot ja niiden ongelmat halutaan keskusteluun mukaan. Tällaista me vastaan muut asetelmaa ei ole juurikaan havaittavissa enää uudemmissa vastuullisuusraporteissa, vaan enemmänkin diskurssi on siirtynyt kohti yhteistyön merkityksen korostamista.

Puolustamisen ja myöntämisen diskurssia rakentavat myös vastuullisuusraporteissa esiintyvät erilaiset tavat myöntää lentämisen ilmastovaikutukset, oman toiminnan reflektointi sekä toisaalta myös eräänlainen ”uhriksi” asettuminen.

(36) [...] yhteiskuntavastuun ja etenkin ympäristövastuun saralla, *lentoyhtiöt ovat joutuneet silmätikuiksi.* Myös ilmastonmuutoksen osalta *lentoyhtiöt ovat hävinneet viestintäsodan.* Liian pitkään piiloteltiin ”kahden prosentin” takana. Nyt kaikki hyvätkin toimenpiteet hukkuvat tämän alle ja roolia *eteenpäinpyrkivänä* ja avoimena pelaajana ympäristöasioissa on vaikea saada. (Yhteiskuntavastuuraportti 2009, s. 10)

Esimerkin (36) tapaisilla puheilla asetutaan ikään kuin ”uhrin” asemaan. Lentoyhtiöt ovat *joutuneet silmätikuiksi ja hävinneet viestintäsodan* ilmastonmuutoksen osalta. Viestintäsota on raju ilmaus ja sen käyttäminen luo hieman katkeran vaikutelman. Yhtiön oman näkemyksen mukaan silmätikuksi on jouduttu, koska lentoyhtiöt ovat piilotelleet sen takana, että lentäminen aiheuttaa *vain* noin kaksi prosenttia kaikista maailman hiilidioksidipäästöistä. Esimerkissä tulee myös viimeisessä virkkeessä esille se, mitä jo aiemmin analyysissä on todettu edelläkävijyydestä – yhtiö on selvästi halukas ottamaan edelläkävijän ja *eteenpäinpyrkivän* roolin.

(37) *Ilmastonmuutokset saattavat myös aiheuttaa* äärimmäisten sääilmiöiden lisääntymistä ja voimistumista, mikä puolestaan voisi rajoittaa lentämistä tai

*pahimmillaan estää sen kokonaan* joillain alueilla maapalloa. (GRI-tiedot 2015, s. 28)

Eräänlaisen uhrin roolin yhtiö ottaa myös silloin, kun se useassa vastuullisuusraportissa käyttää tätä samaa argumenttia kuin esimerkissä (37). Ilmastonmuutos nähdään uhkana lentämiselle, eikä toisinpäin eli lentäminen uhkana ilmastonmuutoksen kiihtymiselle. Puhetapa, jossa viitataan siihen, että *ilmastonmuutos voisi pahimmillaan estää lentämisen kokonaan*, on jokseenkin itsekeskeinen ja siitä paistaa enemmän läpi pörssiyhtiön voiton tuottamisen tarve kuin vastuullinen ilmastonmuutoksen hillitsijä ja edelläkävijä.

Jonkin verran aineiston alkupäässä on myös havaittavissa reflektointia siitä, mitä tulevaisuudessa ilmastonmuutoskeskustelu voi pitää sisällään. Uhriksi asemoitumista ja puolustavaa diskurssia on havaittavissa myös silloin, kun pohditaan tulevaisuuden asenteita lentämistä kohtaan.

(38) Myös asenteet lentämistä kohtaan voivat muuttua ilmastonmuutoskeskustelussa. Lentämisen vähentäminen voi nousta suosituksi tavaksi vaikuttaa ilmastonmuutokseen. Toisaalta julkisessa keskustelussa painotukset voivat muuttua myös toiseen suuntaan, *jos väärää ympäristömielikuvia saadaan oikaistua*. (Yhteiskuntavastuuraportti 2009, s. 15)

Esimerkissä (38) puhutaan siitä, miten lentämisen vähentäminen voi kasvaa ilmastonmuutossyistä, mutta julkisen keskustelun painotukset voivat siirtyä myös toiseen suuntaan, *jos väärää ympäristömielikuvia saadaan oikaistua*. Tällaisella puheella Finnair periaatteessa väittää, että lentämisen ilmastovaikutuksista esitetyt väitteet olisivat väärinä, tai ne olisivat synnyttäneet vääränlaisia mielikuvia, jotka täytyy oikaista. Se, mitä oikeanlaiset mielikuvat sitten yhtiön mielestä olisivat, jää epäselväksi, mutta tietynlainen ”uhrin” asema tulee esiin myös tämän esimerkin kautta. Aineistosta voidaan havaita, että enemmän puolustuskannalla oleva puhetapa esiintyy alkuvuosien raportoinnissa ja diskurssi on muuttunut enemmän puolustavasta diskurssista myöntävään diskurssiin.

Myöntämisen diskurssia rakentavat puhetavoissa lentoyhtiö viittaa usein jollain tapaa virheisiin tai ylipäätään myöntää lentoyhtiön toiminnan vaikutukset

ilmastonmuutokseen ja ympäristöongelmiin. Esimerkeistä (39), (40) ja (41) voidaan havaita myöntämisen diskurssia rakentavia puhetapoja.

(39) Lentoliikenne on globaali toimiala, ja kasvihuonepäästöt ovat globaali ongelma. Valitettavasti *alamme ei ole tässä ajanut omaa asiaansa niin tehokkaasti kuin se olisi voinut tehdä*. (Yhteiskuntavastuuraportti 2011, s. 36)

(40) Ilmastonmuutos, sen vaikutukset ja toimet muutoksen rajoittamiseksi puhuttavat. Aihe nousee esiin lähes joka illalliskeskustelussa, johon olen osallistunut. Näin täytyykin olla – *ratkaisuja on löydettävä pikaisesti*. (Vastuullisuusraportti 2018, s. 4)

(41) *Tämä* (kokonaispäästöjen kasvu) *ei voi jatkua*. Meidän on löydettävä tapa erottaa taloudellinen kasvu ja päästöjen kasvu toisistaan, ja pitkällä aikavälillä meidän on toimittava hiilineutraalisti. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 4)

Esimerkissä (39) myönnetään, että *ilmailuala ei ole ajanut asiaansa niin tehokkaasti kuin olisi voinut* ja esimerkissä (40) sanotaan, *että ratkaisuja täytyy löytää pikaisesti*. Esimerkissä (41) taas myönnetään, että lentoliikenteen päästöjen kasvu ei voi jatkua. Esimerkissä (42) taas todetaan, että vaikka ratkaisuja etsitäänkin, niin todennäköisesti vaikka tavoitteet saavutettaisiin, *eivät ne riitä saavuttamaan YK:n asettamaa tavoitetta rajoittaa maapallon lämpeneminen 1,5 asteeseen*. Finnair osaa siis ottaa ilmastonmuutoskeskusteluun osaa myös myöntämällä virheitä, tosin usein virheet asetetaan koskemaan koko lentoliikennettä eikä pelkästään lentoyhtiötä.

(42) *Yhtiö on sitoutunut lentoliikenteen yhteiseen tavoitteeseen saavuttaa hiilineutraali kasvu vuodesta 2020 eteenpäin sekä puolittamaan lentojen päästöt vuoteen 2050 mennessä vuoteen 2005 verrattuna*. Yhtiö tunnistaa, että *tämä ei todennäköisesti riitä saavuttamaan YK:n asettamaa tavoitetta rajoittaa maapallon lämpeneminen 1,5 asteeseen*, ja että *kunnianhimoisempia yhteisiä tavoitteita tarvitaan*. (Vastuullisuusraportti 2019, s. 9)

Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa huomionarvoista on etenkin se, että nämä kaksi diskurssia sulautuvat lähes huomaamatta yhteen. Esimerkki (42) on tästä hyvä esimerkki, sillä siinä ensin ikään kuin puolustetaan yhtiön vastuullista toimintaa kuvaamalla tavoitetta, johon yhtiö on sitoutunut. Sen jälkeen kuitenkin myönnetään, että kunnianhimoisempia tavoitteita tarvitaan. Tästä herää kuitenkin kysymys, onko mikään tavoite tarpeeksi kunnianhimoinen ja onko sellaista ratkaisua edes mahdollista löytää?

Esimerkin (42) tyylinen puhe luo puolustamisen ja myöntämisen diskurssia, jossa ilmastomuutos on omaksuttu osaksi yrityksen toimintaa ja kehityskaarta. Toisaalta pitkälle tulevaisuuteen viittaaminen häivyttää vastuullisten toimien konkretiaa, mutta se voidaan nähdä myös pyrkimyspuheena, jota tarkastellaan seuraavassa alaluvussa.

#### 4.3.5 Toiveiden ja tavoitteiden diskurssi

Aineistosta nousee esille ilmastomuutoksen esittäminen erilaisten toiveiden ja tavoitteiden valossa. Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa Finnair kuvaa ilmastomuutokseen ja vastuullisuuteen liittyviä asioita tulevaisuuteen liittyvinä toiveina, tavoitteina ja pyrkimyksinä. Diskurssissa on havaittavissa erityisen paljon pyrkimyspuhetta. Pyrkimyspuhe on myös käsite organisaatioiden viestinnän tutkimuksessa, ja sillä tarkoitetaan organisaation puhetta ja kuvauksia organisaation tulevista vastuullisista tavoitteista ja toimista (Penttilä, 2019, s. 68). Finnairin vastuullisuusraporteissa toiveiden ja tavoitteiden diskurssi muodostuu etenkin yhtiön ääneen lausumina tavoitteina vastuullisuuden saralla, konkreettisempina uudistuksista ja parannuksista kertovina lausumina sekä erilaisina toiveina ja näkemyksinä siitä, millainen lentoyhtiön ja lentoliikenteen vastuullinen tulevaisuus voisi olla.

Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa esiintyvä pyrkimyspuhe ei esiinny yksinään vain tässä diskurssissa, vaan pyrkimyspuhetta voidaan havaita muidenkin diskurssien sisällä. Pyrkimyspuheen merkitys kuitenkin korostuu toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa, minkä takia pyrkimyspuhetta on merkityksellistä käsitellä osana diskurssin muotoutumista. Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa käytetään paljon *haluta*-verbiä, jonka avulla toiveet, tavoitteet ja pyrkimykset osoitetaan tulevaisuuteen. Tämä näkyy myös jokaisessa alla olevassa esimerkissä. Diskurssissa on havaittavissa pieniä muutoksia. Ensimmäisissä yhteiskuntavastuuraporteissa raporttien kautta haettiin ehkä jonkinlaista asemaa vastuullisena toimijana ja se näkyy muun muassa siinä, miten raporteissa esimerkiksi kuvailtiin tulevaisuuden pyrkimyksiä itse vastuullisuusraportoinnin osalta.

Esimerkissä (43) kuvataan, millaisia tavoitteita yhtiö asettaa raportoinnille ja todetaan myös, että *raportointi on oiva väline nostaa asioita keskusteluun*.

(43) *Haluamme* tuoda raporttiin lisää kattavuutta koko konsernin osalta, parantaa mittareiden laatua ja saada lisää niin sisäistä kuin ulkoistakin vuoropuhelua. *GRI-raportointi on oiva väline nostaa asioita keskusteluun*, sen olemme jo raportin työstämisen aikana huomanneet. Tästä on hyvä jatkaa eteenpäin! (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 60)

Kuten myös Christensen ja muut (2013, s. 385–386) ovat todenneet, niin pyrkimyspuheella on potentiaalia kehittää organisaatiota vastuullisena toimijana lausumalla tulevaisuuden tavoitteet ääneen, oli ne sitten pieniä tai suuria tavoitteita. Kun tarkastellaan yli kymmenen vuoden ajalta Finnairin vastuullisuusraportteja, voidaankin todeta, että monet ääneen lausutut ja raportteihin ylös kirjatut toiveet ja tavoitteet ovat tuottaneet tulosta ja lentoyhtiö on saavuttanut tavoitteita, joita raporteissa on tulevaisuudelle asetettu. Tästä hyvä esimerkki (44) alla, jossa yhtiö toteaa haluavansa olla *johtavia lentoyhtiöitä ympäristöasioissa*.

(44) Haluamme olla johtavia lentoyhtiöitä ympäristöasioissa. (Yhteiskuntavastuuraportti 2008, s. 2)

Uudemmissa vastuullisuusraporteista käy ilmi, että Finnair on saavuttanut ympäristöasioissa arvostetun aseman lentoyhtiöiden keskuudessa (ks. esimerkki (3)). Tunnustusten ja tietyn aseman saavuttamiseen on tietenkin täytynyt tehdä konkreettisia toimia, mutta myös pyrkimyspuheella voidaan nähdä olevan osansa siinä, että yhtiö on onnistunut saavuttamaan tavoitteitansa. Christensen ja muut (2013, s. 385–386) toteavat, että pyrkimyspuhe voi edesauttaa organisaation muutosta parempaan. Näen pyrkimyspuheen myös osana organisaation rakentumista ja muotoutumista, sillä kun jotain sanotaan ääneen tai kirjoitetaan ylös, on se silloin muistuttamassa olemassaolollaan organisaatiota toimimaan kohti tavoitteitaan.

Finnairin raporteissa pyrkimyspuhe ja vastuullisen toiminnan ja vastuullisen viestinnän suhde tukevat Schoenebornin ja muiden (2020, s. 12, 22) CCO-näkemyistä (ks. s. 24).

Finnairin vastuullisuusraporteissa on havaittavissa representoivaa *walking the talk* -ajattelua, kun kuvataan menneisyydessä tehtyjä vastuullisia toimia tai oikeutetaan yhtiön toimintaa. Nähdäkseni jo tehdyistä vastuullisista teoista raportointi on osa vastuullisuusraportin tekstilajia, sellainen puhetapa kuuluu vastuullisuusraportteihin. Raporteissa kuitenkin korostuu formatiivisuus ja viestinnän merkitys organisaation rakentajana. Finnairin raportit edustavat etenkin *talking to walk* -näkökulmaa, jossa vastuullisuusviestintä rakentaa vastuullista toimintaa muun muassa pyrkimyspuheen avulla. Myös *t(walking)* -näkökulmaa, jossa yhteiskuntavastuu nähdään viestinnällisenä toimintana, voidaan havaita etenkin tuoreimmista Finnairin vastuullisuusraporteissa. Näkökulmassa yhteiskuntavastuu nähdään viestinnällisenä toimintana, jossa vastuullisuuspuhe muodostaa samanaikaisesti yrityksen vastuullista toimintaa. Formatiivisesta *organisaatio rakentuu viestinnässä* -näkökulmaa osoittavasta puhetavasta on (45) hyvä esimerkki.

(45) Biodiversiteetin merkitys Finnairin lentoliikenteessä *korostuu tulevina vuosina entisestään ilmastonmuutoksen hillintätoimien vuoksi. Kun biopolttoaineet tulevaisuudessa osin korvaavat fossiiliset polttoaineet, yhtiö haluaa varmistua siitä, että sen käyttämien uusiutuvien energialähteiden raaka-aineiden alkutuotanto on kestävä kehityksen periaatteiden mukaista eikä heikennä ekosysteemipalveluita.* (Vastuullisuusraportti 2018, s. 24)

Formatiivisessa näkökulmassa viestinnässä voidaan havaita esimerkiksi pyrkimyspuhetta, puhetta organisaatiosta vastuullisena toimijana tai voidaan keskittyä organisaation vastuullisiin käytäntöihin tai vastuullisuuteen instituutiona (Schoeneborn ja muut, 2020, s. 12, 22). Esimerkissä (45) puhutaan Finnairista vastuullisena toimijana myös tulevaisuudessa. Esimerkissä puhutaan lentoliikenteen tulevaisuudesta ja biopolttoaineista ilmastonmuutoksen hillinnässä. Tyypillisesti toiveiden ja tavoitteiden diskurssi rakentuu Finnairin vastuullisuusraporteissa esimerkiksi tällaisessa puheessa, jossa korostetaan tulevaisuuteen viittaavien puheiden avulla organisaatiota vastuullisena toimijana.

#### 4.4 Puhetavat, muutos ja yhteiskunta

Fairclough'n kolmitasoisien analyysimallin päätepiirteenä on sosiokulttuurinen taso. Tarkastelun kohteena on nyt siis laajemmin se, miten ilmastonmuutos ja vastuullisuus konstruoidaan ja mitä havainnot kertovat Finnairista lentoyhtiönä sekä laajemmin yhteiskunnasta ja vallitsevista asenteista (Pietikäinen 2008, s. 211–212).

Diskurssikäytännön tasolla tarkasteltiin vastuullisuusraportointia tekstilajina ja Finnairin vastuullisuusraporttien kohderyhmää. Aineiston ja aikaisempien tutkimusten perusteella todettiin, että vastuullisuusraportointi on globaalisti vielä melko sekamuotoinen tekstilaji, jossa on hyvin vähän yhteisiä käytäntöjä. Finnair kuitenkin raportoi GRI:n raportointiohjeiden mukaisesti, mutta raportit sisältävät myös paljon muuta tekstiä. Finnairin vastuullisuusraporteissa onkin havaittavissa tietynlaista genrejen sekoittumista, kuten mainosmaisia piirteitä vastuullisuusraportoinnin lomassa (ks. Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 116). Genrejen sekoittuminen kertoo siitä, että vastuullisuusraportoinnin tavoitteet ovat moninaiset, eli tavoitteena ei aina pelkästään ole vastuullisuudesta raportointi, vaan raporttien avulla pyritään myös tietynlaiseen markkinointiin ja imagon parantamiseen.

Finnairin vastuullisuusraporttien kohderyhmänä ovat etenkin osakkeenomistajat ja sijoittajat, jotka ovat yhtiön ydinsidosryhmiä. Lisäksi kuitenkin esimerkiksi suuri yleisö, asiakkaat ja kansalaisjärjestöt ovat yhtä lailla tärkeitä sidosryhmiä, jotka voivat nousta vielä huomionarvoisemmiksi saavuttaessaan tarvittavan määrän syitä siihen, miksi yhtiön tulisi olla kiinnostunut kyseisistä sidosryhmistä. Esimerkiksi sidosryhmänä suuri yleisö voi olla ilmastonmuutokseen liittyvissä asioissa tärkeä ja kiireellinen sidosryhmä, joka osoittaa yhteiskunnallista painetta lentoyhtiön toimintaa kohtaan esimerkiksi sosiaalisen median tai perinteisen median kautta.

Tekstin tasolla aineistosta tarkasteltiin ilmastonmuutokseen ja ympäristövastuuseen liittyviä ilmauksia ja laajemmin puhetapoja, joista muodostettiin viisi vallitsevaa diskurssia: edelläkävijädiskurssi, taloudellinen diskurssi, vastuudiskurssi, puolustamisen ja

myöntämisen diskurssi sekä toiveiden ja tavoitteiden diskurssi. Diskursseista edelläkävijädiskurssi on pysynyt kymmenen vuoden aikavälillä muuttumattomimpana, korostaen lentoyhtiön edelläkävijyyttä ilmasto- ja ympäristöasioissa. Pitkällä aikavälillä diskursseissa voidaan havaita muokkautumista, joka voi tuoda esiin yhteiskunnallisen muutoksen ja ylipäättään sen, mitä asioita suositaan (Pietikäinen & Mäntynen, 2019, s. 113). Toisaalta kuitenkin voidaan havaita sitkeitä ja lähes muuttumattomia diskursseja, kuten edelläkävijädiskurssi, joka on pysynyt hyvin samankaltaisena. Diskurssin muuttumattomuus kertoo siitä, että edelläkävijädiskurssilla on tärkeä asema. Sen avulla lentoyhtiö on jo yli vuosikymmenen ajan välittänyt tietynlaista kuvaa vastuullisista toimistaan ja ilmastomuutoksesta.

Edelläkävijädiskurssissa ilmastomuutoksesta puhutaan ikään kuin positiivisena haasteena ja kilpailuvalttina sekä johtoaseman tavoittelun avaimena. Kun ilmastomuutoksesta ja ympäristövastuusta puhutaan osoittamalla edelläkävijyyttä ja yhtiön johtavaa asemaa ympäristöasioissa, rakentavat tällaiset puheet sitä asettumaan todellisuudeksi yleisön silmissä. Jaworskan (2018, s. 215) mukaan myös esimerkiksi öljyteollisuus esittelee itsensä vastuullisuusraportoinnissa usein ”johtajana” ja ”uudistajana” ilmastomuutoksen torjunnassa. Usein yritysten esittämät innovaatiot ovat teknologisia tai markkinapohjaisia ratkaisuja ja siten vahvasti tukevat yrityksen voiton tavoittelemista. Tällaiset puhuvat kertovat ympäröivästä yhteiskunnasta ainakin sen, että vaikka yritykset tunnustavat tärkeän asemansa ilmastomuutoksen torjunnassa, ei kuitenkaan vielä kovin usein edes puheen tasolla korosteta muuta kuin ratkaisuja, jotka hyödyttävät yrityksen liiketoimintaa ja kasvua.

Edelläkävijädiskurssissa rakentuu myös yhtiön vastuullinen imago. Puhetapa, jossa korostetaan yhtiön onnistunutta vastuullista toimintaa, rakentaa myös sitä, miltä Finnair ja yhtiön vastuullisuus näyttävät ulospäin. Edelläkävijädiskurssissa on havaittavissa enemmän representoiva näkökulma, jossa viestitään jo tehdyistä vastuullisista toimista ilmastomuutoksen ja ympäristön hyväksi (ks. Schoeneborn ja muut, 2020, s. 12). Ilmastomuutokseen viitataan positiivisten onnistumisten ja ”voittojen” kautta. Nämä



vastuulliset teot tuodaan näkyviksi viestinnän avulla, mutta toisaalta vastuullisuus ja vastuullinen organisaatio myös rakentuu juuri tällaisen viestinnän kautta.

Finnairin vastuullisuusraporteista voidaan havaita, että vaikka yhtiön toiminnalla välittömiä vaikutuksia ympäristöön, saatetaan raporteissa jossain määrin vältellä ilmastonmuutosta sanana. Vastuullisuutta perustellaan enemmänkin yrityksen edistyksellisyytenä kuin suorana toimintana ilmastonmuutosta vastaan. Tärkeää onkin pohtia laajemmin sitä, mistä tällainen edelläkävijädiskurssin tapainen puhetapa kertoo. Finnair toteaa useaan otteeseen haluavansa olla edelläkävijä ja johtava yhtiö ympäristövastuun saralla. Yhtiöllä on oletettavasti muitakin syitä panostaa ympäristöasioihin, kuin vain huoli ilmastosta ja ympäristöstä. Kova kilpailu lentoliikenteessä on varmasti yksi syy siihen, miksi lentoyhtiö haluaa olla kärkikahinoissa ympäristöasioissa. Kun yhtiö saa tunnustusta vastuullisuudesta, ovat kriittisetkin asiakkaat helpommin yhtiön saavutettavissa. Vastuullisuus on nykyäänä asia, johon kuluttajat ja koko yhteiskunta kiinnittää huomiota. Monet asiakkaat haluavat varmasti valita yhtiön, joka on luonut vastuullisuudesta tärkeän osan yritystä ja näyttää sen myös ulospäin. Näin ollen myös asiakas saa paremman mielen tehdystä lentomatkasta. Kun vastuullisuusviestinnässä korostetaan niitä asioita, jotka antavat yhtiön toiminnasta positiivisen kuvan, piiloutuvat lentämisen negatiiviset vaikutukset positiivisten puheiden taakse.

Muissa diskursseissa on havaittavissa joitain muutoksia. Taloudellisen diskurssin painopiste ilmastonmuutoksesta ja ympäristöasioista puhuttaessa on muuttunut lentämisen yhteiskunnallista asemaa ja tärkeyttä korostavasta puhetavasta kohti talouden ja vastuullisuuden yhteyden merkitystä painottavaksi. Taloudellisessa diskurssissa ilmastonmuutosta kuvataan tietynlaisena kannattavuuskysymyksenä. Lentämisen tärkeyttä taloudelle ja yhteiskunnalle korostavat puhetavat luovat konstruoivat sitä, miten yhteiskunta näkee lentämisen. Tällaisten puhetapojen voidaan nähdä pyrkivän siihen, että lentäminen nähtäisiin merkittävänä asiana, josta on mahdotonta luopua. Tämän tutkimuksen aineiston alkupäässä oli etenkin havaittavissa tällaista näkemystä korostava taloudellinen diskurssi. Sillä on ehkä haluttu olevan vaikutus julkiseen keskusteluun lentämisestä, joka on

kiihtynyt kyseisinä vuosina. Myös uudemmissa vastuullisuusraporteissa on nähtävissä jonkun verran tällaisia puhetapoja, jotka häivyttävät lentämisen haittapuolia korostamalla lentämisen tärkeyttä globaalissa maailmassa. Toisaalta ainakin nykypäivänä, digitalisaation ja erilaisten teknologisten mahdollisten aikakautena, tällaiset väitteet lentämisen välttämättömyydestä eivät ehkä ole enää niin vakuuttavia.

Taloudellisessa diskurssissa puhutaan paljon päästöjen vähentämisen taloudellisista syistä, kuten polttoaineen hinnasta. Päästöjen vähentämisen taloudellinen näkökulma on varmasti asia, josta esimerkiksi sijoittajat ja osakkeenomistajat ovat kiinnostuneita, koska sillä on vaikutusta yhtiön taloudelliseen toimintaan. Päästöjen vähentäminen vaikuttaakin olevan yksi lentoyhtiön pääasiallisista keinoista ilmastonmuutoksen torjunnassa (ks. Burns & Cowlshaw, 2014, s. 755–756). Päästöjen vähentämistä korostavissa puhetavoissa kuitenkin usein ehkä tahallaan jätetään mainitsematta se, että lentoliikenteen kasvun myötä päästöt kasvavat koko ajan, vaikka päästöjä saataisiinkin vähennettyä erilaisten teknologioiden avulla. Näin ollen päästöjen vähentämisestä on saatu luotua tärkeä vastuullinen sekä myös taloudellinen keino, joka hyödyttää sekä sijoittajia, asiakkaita että myös lentoyhtiön vastuullista imagoa.

Päästöjen vähentäminen on aihe, johon vastuullisuusraporteissa viitataan useaan otteeseen. Kuitenkin niin kauan kuin lentoyhtiöiden päästöt kasvavat lentoliikenteen kasvassa, on viestintä päästöjen vähentämisestä hieman kyseenalaista etenkin silloin, kun ei mainita päästöjen kokonaiskasvua. Tällaisella viestinnällä osaltaan rakennetaan sellaista ajatusmaailmaa, että lentämisen vaikutuksia ympäristöön tai ilmastonmuutokseen vähätellään ja pyritään häivyttämään vastuullisten tekojen taakse. Toisaalta Finnair kuitenkin myös myöntää välillä päästöjen vähentämiseen ja toiminnan kasvuun liittyvät ongelmat, mikä luo yhä pirstaloituneempaa kuvaa lentoyhtiöiden ja lentoliikenteen toiminnasta ja ympäristövastuusta.

Vastuudiskurssissa vastuunkanto sekä vastuunsiirto vuorottelevat, ja vastuu asetetaan yhtiön, lentoliikenteen sekä asiakkaan ja muiden sidosryhmien yhteiseksi.

Ilmastonmuutosta näyttäytyykin vastuudiskurssissa tietynlaisena vastuunjakokysymyksenä. Vastuudiskurssi ei ole muuttunut merkittävästi vuosien saatossa, vaan puhetaivoilla on korostettu aina etenkin kaikkien lentoliikenteeseen vaikuttavien toimijoiden yhteistä vastuuta ilmastonmuutoksen torjumisessa ja ympäristövastuusta. Finnair ottaa vastuuta omasta toiminnastaan, mutta sopivan tilanteen tulleen etäyttää omaa vastuutaan ja siirtää vastuuta sidosryhmille. Myös aiemmissa tutkimuksissa on todettu, että usein vastuu ympäristöstä asetetaan kuluttajille (ks. Burns & Cowlshaw 2014, s. 762).

Vastuudiskurssissa kielenkäytöllä on suuri merkitys siinä, miten organisaation vastuullisuus nähdään. Vastuudiskurssissa halutaan antaa mahdollisimman laaja kuva yhtiön työstä ilmastonmuutosta ja ympäristöä kohtaan. Vastuudiskurssissa tuodaan esille, että vastuun kantaminen ei ole vain päästöjen vähentämistä vaan myös muuta työtä ilmastonmuutoksen ja ympäristön hyväksi. Diskurssi vahvistaa rajat ylittävää ympäristövastuuta, mutta kuten todettu, toisaalta vastuuta myös siirretään omasta vastuunkannosta kohti yhteistä vastuuta. Kielenkäytöllä on iso rooli siinä, miten vastuulliseksi yhtiö nähdään muun muassa sijoittajien ja suuren yleisön silmissä. Puhetavat, joissa korostetaan kaikkien toimijoiden sekä asiakkaidenkin vastuunkantoa, tukevat sitä ajatusmallia, että vaikka yksi toimisikin täysin vastuullisesti, ei se vielä riitä. Näin ollen saadaan ehkä myös lisää oikeutusta omalle toiminnalle, kun ei tarkastellakaan suoraa yhtiön vastuuta vaan laajemmin koko yhteiskuntaa koskevaa toimintaa.

Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa argumentoiva ja puolustava retoriikka ovat vaihtuneet enemmän toimintaa neutraalimmilla tavoilla oikeuttavaksi, ja vastakkainasettelusta on siirrytty yhteistyön korostamiseen. Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa ilmastonmuutos näyttäytyy kriittisenä vaikuttajana lentämiselle ja lentoyhtiöiden toiminnalle. 2010-luvun lopulla myöntämisen diskurssi on tullut näkyvämmäksi myöntämällä esimerkiksi ilmailualan epäonnistumisia, vaikka samalla toki myös puolustetaan ja oikeutetaan yhtiön toimintaa. Laajemmin voidaan päätellä, että alkupään raporteissa vastakkainasettelulla ja lentämisen vertaamisella muihin liikennealan toimijoihin on pyritty laajentamaan ilmastonmuutoskeskustelua koskemaan myös muita liikennemuotoja.

Ehkä siihen aikaan juuri lentoliikenne on ollut yleisen keskustelun aiheena, jolloin lentoyhtiö on nähnyt tarpeelliseksi oikeuttaa ja puolustaa toimintaansa tuomalla keskusteluun lentämisen hyödyt muihin liikennemuotoihin verrattuna. Sitä, onko tällaisella puheella ollut suurempaa vaikutusta, on vaikea arvioida.

Omien virheiden myöntämisellä ja myös tietynlaisella uhriksi asemoitumisella on luotu taas hyvin erilaista kuvaa kuin toimintaa puolustavilla puhetavoilla. Puolustamista ja myöntämistä on kuitenkin usein havaittavissa samassa yhteydessä. Jossain kohtaa on kuitenkin selvästi huomattu, että laajemmalla yhteiskunnallisella tasolla on hyvä myös välillä myöntää virheitä ja näyttää myös organisaation heikot puolet. Pelkkiä positiivisia asioita korostamalla organisaatio voi saada viherpesuleiman suuren yleisön silmissä.

Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa Finnair kuvaa ilmastonmuutokseen ja vastuullisuuden liittyviä asioita tulevaisuuden toiveina ja tavoitteina. Diskurssissa ilmastonmuutos näyttäytyy lentoyhtiön tulevaisuuteen vaikuttavana tekijänä. Diskurssissa pyrkimyspuheella on suuri rooli. Pyrkimyspuhe on myös käsite organisaatioiden viestinnän tutkimuksessa, ja sillä tarkoitetaan organisaation puhetta ja kuvauksia organisaation tulevista vastuullisista tavoitteista ja toimista (Penttilä, 2019, s. 68). Finnairin vastuullisuusraporteissa pyrkimyspuheena voidaan nähdä etenkin yhtiön ääneen lausumat tavoitteet vastuullisuuden saralla, konkreettisemmat uudistuksista ja parannuksista kertovat lausumat sekä erilaiset toiveet ja näkemykset siitä, millainen lentoyhtiön ja lentoliikenteen vastuullinen tulevaisuus voisi olla.

Ensimmäisissä yhteiskuntavastuuraporteissa raporttien kautta haettiin ehkä jonkinlaista asemaa vastuullisena toimijana ja se näkyy muun muassa siinä, miten raporteissa esimerkiksi kuvailtiin tulevaisuuden pyrkimyksiä itse vastuullisuusraportoinnin osalta. Kun tarkastellaan yli kymmenen vuoden ajalta Finnairin vastuullisuusraportteja, voidaankin todeta, että monet ääneen lausutut ja raporteihin ylös kirjatut pyrkimykset ovat tuottaneet tulosta ja lentoyhtiö on saavuttanut tavoitteita, joita raporteissa on tulevaisuudelle asetettu. Se ei kuitenkaan tarkoita, että kaikki asetetut tavoitteet ovat toteutuneet,

mutta yhtiö on kuitenkin suuntanut toimintansa kohti näiden tavoitteiden saavuttamista. Näin ollen viestinnän kautta on voitu saada aikaan positiivista toimintaa vastuullisuuden saralla.

Toisaalta on hyvä kuitenkin miettiä myös sitä, millaisia vaikutuksia jatkuvalla tavoitteiden asettamisella ja tulevaisuuteen katsomisella voi olla. Pyrkimyspuhe voidaan nähdä tietynlaisena teeskentelynä tai harhaanjohtamisena, mutta tietyissä olosuhteissa sillä on potentiaalia tuottaa positiivista kehitystä yhteiskuntavastuun saralla (Christensen ja muut, 2013, s. 373). Pyrkimyspuheella voi siis olla muitakin kuin positiivisia organisaatiota konstruoivia vaikutuksia. Vaikka pyrkimyspuhe auttaisikin organisaatiota toimimaan vastuullisemmin, voi se myös aiheuttaa sen, että viestinnän avulla annetaan vain paljon tyhjiä lupauksia. Jos tulevaisuudelle asetetaan paljon tavoitteita, joita ei välttämättä saavuteta, voi se luoda vääristyneitä kuvia organisaation toiminnasta. Etenkin, jos tavoitteet vaihtuvat vuosittain, on suuren yleisön vaikea pysyä perässä. Lisäksi pyrkimyspuhe saattaa etäännyttää myös ihmisten ajattelua esimerkiksi ilmastonmuutoksesta tulevaisuudessa tapahtuvaksi ilmiöksi unohtaen sen, että ilmastonmuutos on tapahtumassa tällä hetkellä.

## 5 Päätäntö

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaista puhe ilmastonmuutoksesta on suomalaisen lentoyhtiö Finnairin vastuullisuusraportoinnissa ja onko puheessa havaittavissa muutosta. Tarkastelin Finnairin vastuullisuusraportointia vuosien 2008–2019 ajalta. Tavoitteeseen pääsemiseksi etsin vastausta kolmeen ennalta asetettuun tutkimuskysymykseen. Lähestyin aineistoa Fairclough'n (1997, s. 82) kriittisen diskurssianalyysin kolmitasoista analyysimallia mukaillen, tarkastellen aineistoa diskurssikäytännön tasolla, tekstin tasolla sekä sosiokulttuurisella tasolla.

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla halusin saada selville, miten paljon ilmastonmuutoksesta ylipäätään puhutaan. Tutkimuksessa kävi ilmi, että ilmastonmuutokseen ei viitattu kovinkaan paljon suoraan mainitsemalla *ilmastonmuutosta*. Enemminkin ilmastonmuutokseen viitattiin välillisesti tuomalla esiin asioita, jotka liittyvät lentoyhtiön ympäristövastuuseen, kuten päästöt tai ympäristövaikutukset. Vastuullisuusraporteissa oli vaihtelua siinä, miten paljon ilmastonmuutoksesta puhuttiin, mutta erot eivät olleet niin merkittäviä, että niistä olisi voinut tehdä suurempia johtopäätöksiä.

Toisen tutkimuskysymyksen avulla etsin vastausta siihen, millaisia diskursseja eli puhetapoja ilmastonmuutospuheesta voidaan tunnistaa. Lisäksi samalla etsin vastausta kolmanteen tutkimuskysymykseen eli siihen, onko diskurssien sisällä havaittavissa muutosta vuosien 2008–2019 ajalla. Aineistosta tunnistettiin viisi puhetapaa, jotka valitsevat, kun puhuttiin ilmastonmuutoksesta tai siihen liittyvistä asioista. Nämä viisi diskurssia nimettiin, jotta niiden havainnollistaminen olisi helpompaa: *edelläkävijädiskurssi, taloudellinen diskurssi, vastuudiskurssi, puolustamisen ja myöntämisen diskurssi sekä toiveiden ja tavoitteiden diskurssi*.

*Edelläkävijädiskurssi* on pysynyt vuosien saatossa hyvin samanlaisena. Diskurssi rakentuu puheesta, joissa muun muassa korostetaan lentoyhtiötä suunnannäyttäjänä ja edelläkävijänä ympäristö- ja ilmastoasioissa. Ilmastonmuutokseen viitataan positiivisten onnistumisten ja jo saavutettujen vastuullisten toimien kautta ja näin ollen ilmastonmuutos

näyttäytyykin positiivisena haasteena ja kilpailuvalttina, sekä yhtiön johtoaseman tavoittelun avaimena. Diskurssissa välittyy representoiva eli heijastava näkökulma, jossa vastuullinen toiminta rakentaa vastuullisuusviestinnän avulla sosiaalista todellisuutta, eli kuvaa lentoyhtiöstä edelläkävijänä.

*Taloudellisessa diskurssissa* ilmastonmuutoksesta puhutaan taloudellisten tekijöiden yhteydessä. Ilmastonmuutos näyttäytyy taloudellisena investointina ja kannattavuuskysymyksenä. Diskurssi on melko pirstaloitunut, sillä vuosien saatossa ja myös yhden raportin sisällä ilmastonmuutokseen ja ympäristöasioihin saatetaan viitata erilaisista taloudellisista näkökulmista, jotka eivät aina tue toinen toisiaan. Diskurssissa on kuitenkin havaittavissa muutosta, sillä aiemmin melko kärkeä tyyli korostaa lentoyhtiöiden taloudellisen voiton tavoittelua on vuosien saatossa hiipunut. Diskurssissa ilmastonmuutosta kuvataan muun muassa riskitekijänä lentämiselle ja lentämisen tärkeyttä taloudelle ja yhteiskunnalle taas korostetaan. Tällaisilla puhetavoilla pyritään oikeuttamaan lentoyhtiön toimintaa ja samalla myös huomioidaan tärkeät sidosryhmät, kuten sijoittajat ja osakkeenomistajat.

Lentoyhtiöt tietävät ja tunnistavat toimintansa ympäristölliset vaikutukset ja se näkyy myös *vastuudiskurssissa*, jossa ilmastonmuutos kuvataan vastuunjakokysymyksenä. Diskurssissa kuvataan yhtiön omaa vastuuta, mutta myös koko ilmailualan vastuusta sekä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien vastuusta. Vastuudiskurssissa on koko ajan korostettu sitä, että vastuu ympäristöstä ja ilmastosta kuuluu kaikille. Voidaankin todeta, että vastuudiskurssissa puhutavat vaihtelevat aina vastuunkannosta vastuunsiirtoon.

*Puolustamisen ja myöntämisen diskurssissa* on kaksi omaa puhetapaansa: puolustava ja myöntävä, jotka kuitenkin havaitaan usein yhdessä. Diskurssi on jonkin verran muuttunut lentämistä eri tavoin puolustavista puhetavoista kohti puhetta, joissa myönnetään myös samalla lentoyhtiön ja lentoliikenteen virheet ilmastonmuutoksen torjunnassa. Diskurssissa ilmastonmuutos näyttäytyy kriittisenä vaikuttajana lentämiseen ja lentoyhtiön toimintaan. Puolustavilla puheilla tuodaan esiin lentämisen hyödyt siten, että suuri

yleisö näkisi lentämisen korvaamattomana. Etenkin ensimmäisissä raporteissa puolustava diskurssi rakentui myös vastakkainasettelusta, jossa vertailtiin lentoliikennettä ja sen aiheuttamia ilmastovaikutuksia muihin liikennealoihin ja näin ollen pyrittiin oikeuttamaan lentoyhtiöiden toimintaa mutta toisaalta myös sitomaan ilmastomuutoskeskustelua laajemmaksi, koskemaan myös muita liikennealoja. Myöntävillä puhetavoilla taas luodaan lentoyhtiöstä myöntyvää kuvaa, joka myös heijastaa sitä, että ehkä 2010-luvun loppupuolelle tultaessa ilmastomuutoksesta eivät yrityksetkään voi puhua enää pelkästään positiivisesti, vain korostamalla omia onnistumisia.

*Toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa* lentoyhtiö kuvaa ilmastomuutokseen ja vastuullisuuden liittyviä toimiaan toiveina, pyrkimyksinä ja tulevaisuuteen kohdistettuina tavoitteina. Diskurssissa ilmastomuutos näyttäytyy lentoyhtiön tulevaisuuteen vaikuttavana tekijänä. Kun tavoitteet sanotaan ääneen, voi tällainen pyrkimyspuhe kehittää organisaatiota vastuullisena toimijana (Christensen ja muut, 2013, s. 385–386). Finnairin vastuullisuusraporteissa toiveiden ja tavoitteiden diskurssissa pyrkimyspuhe on vahvasti läsnä. Pyrkimyspuhetta ovat esimerkiksi ääneen lausutut tavoitteet vastuullisuuden saralla, konkreettiset uudistuksista ja parannuksista kertovat lausumat sekä erilaiset toiveet ja näkemykset siitä, millainen lentoyhtiön ja lentoliikenteen vastuullinen tulevaisuus voisi olla. Ensimmäisten vastuullisuusraporttien ja pyrkimyspuheen kautta lentoyhtiö haki ehkä jonkinlaista asemaa vastuullisena toimijana, ja se näkyy muun muassa siinä, miten raporteissa kuvailtiin tulevaisuuden tavoitteita myös vastuullisuusraportoinnin osalta. Uusimmista raporteista voidaankin huomata, että yhtiö on kehittynyt vastuullisena toimijana ja on saanut vastuullisuudesta ja raportoinnista myös tunnustusta.

Kaiken kaikkiaan voidaan todeta, että Finnairin vastuullisuusraporteissa ilmastomuutoksen ympärille on muodostunut erilaisia puhetapoja, jotka kaikki omalla tavallaan rakentavat sitä, millainen rooli lentoliikenteellä on ilmastomuutoksen torjunnassa sekä ympäristöasioissa. Yksittäisissä diskursseissa tapahtuneiden muutosten ja toisaalta niiden kaikkien yhteisenä tulemana voidaan sanoa, että ilmastomuutos on ollut jo kauan



aikaa tekijä, joka määrittelee lentoyhtiön toimintaa ja on myös ehkä syy ja motivaation lähde lentoyhtiön vastuulliselle toiminnalle.

Ilmastonmuutokseen ei kuitenkaan viitata kovin usein suoraan, eikä lentämisen ja ilmastonmuutoksen yhteyttä korosteta. Vastuullisuusraporteissa kuitenkin osoitetaan erilaisilla puhetavoilla koko organisaation sitoutumista ilmastonmuutokseen, mutta vastuuta kuitenkin myös jaetaan ja siirretään muille sidosryhmille sekä tulevaisuuteen. Tästä voidaan päätellä, että ilmastonmuutos on lentoyhtiöiden toimintaan vaikuttava ongelma, joka voi monella tapaa horjuttaa yhtä lentoyhtiötä, mutta myös koko ilmailualaa. Ongelma on tiedostettu, mutta ilmastonmuutoksesta ei kuitenkaan ainakaan vielä puhuta mainitsemalla juurikaan lentoyhtiön negatiivisia vaikutuksia, vaan puhetavoissa keskitytään enemmän positiivisiin jo tapahtuneisiin onnistumisiin, lentämisen tärkeyteen talouden ja yhteiskunnan näkökulmasta sekä tulevaisuuden innovaatioihin, jotka pohjautuvat usein markkinoihin ja teknologioihin. Täytyy kuitenkin myös muistaa, että Finnairin vastuullisuusraportit ovat osoitettu etenkin tärkeille sidosryhmille, kuten sijoittajille ja osakkeenomistajille. Toisaalta raportteihin on kuitenkin pääsy kenellä tahansa aiheesta kiinnostuneella, joten puhetavat reflektovat varmasti myös yhtiön yleisempää näkökulmaa vastuullisuudesta.

Tutkimus tukee näkemystä kielenkäytön eli diskurssien konstruktivisesta luonteesta (Pietikäinen, 2008, s. 192). Finnair lentoyhtiönä tiedostaa ilmailualan negatiiviset vaikutukset ilmastoon lentoliikenteen päästöjen takia. Kuitenkin esimerkiksi ilmastonmuutoksesta ei juurikaan puhuta negatiiviseen sävyyn, vaan enemmänkin toiveikkaasti osoittaen lentoyhtiön ratkaisuja, onnistumisia ja tavoitteita. Tämä on yksi osoitus siitä, miten lentoyhtiön käsittelee kielenkäytön kautta ilmastonmuutosta suhteessa omaan toimintaansa, tavoitteisiinsa sekä ulkoihin vaatimuksiin ja odotuksiin. Vallalla oleva kriittinen yhteiskunnallinen keskustelu lentämisestä näkyy vastuullisuusraportoinnissa ja puhetavoissa, mutta kriittisyys ja kritiikki on häivytetty, jotta voidaan korostaa yhtiötä vastuullisena toimijana ja oikeuttaa lentämistä voittoa tavoittelevana liiketoimintana.

Tutkimuksen tuloksia tarkasteltaessa täytyy huomioida aineisto, joka kattoi Finnairin vastuullisuusraportit 11 vuoden ajalta. Kyseessä oli yksi lentoyhtiö ja yksi viestintäkanava. Tämä aineisto oli kuitenkin varsin riittävä tutkimuksen laajuuteen nähden. Tulevaisuudessa laajempia ja yleistettävämpiä havaintoja voitaisiin tehdä tarkastelemalla useamman lentoyhtiön viestintää sekä laajentamalla tutkittavien viestintäkanavien määrää, jolloin voitaisiin vertailla eroavatko puhetavat toisistaan eri kanavissa. Kovin yleistettäviä tuloksia lentoyhtiöiden ilmastonmuutosdiskursseista ja niiden muutoksesta ei voida vielä tehdä yhden lentoyhtiön puhetapojen perusteella. Tutkimus kuitenkin antaa osviitaa siitä, millaisena lentoyhtiö kuvaa yhtä suurta aikaamme määrittävää ilmiötä.

## Lähteet

- Allen, M. W. & Craig C. A. (2016). Rethinking corporate social responsibility in the age of climate change: a communication perspective. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1–11. DOI 10.1186/s40991-016-0002-8
- Ashcraft, K. L., Kuhn, T. R. & Cooren, F. (2009). Constitutional Amendments: "Materializing" Organizational Communication. *Academy of Management Annals*, 3(1). <https://doi-org/10.1080/19416520903047186>
- Bentele, G. & Nothhaft, H. (2014). Trust and Credibility as the Basis of Corporate Social Responsibility. (Mass-) Mediated Construction of Responsibility and Accountability. Teoksessa Ø. Ihlen, J.L. Bartlett & S. May (toim.), *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (s. 208–230). John Wiley & Sons.
- Bhatia, A. (2012). The Corporate Social Responsibility Report: The Hybridization of a "Confused" Genre (2007–2011). *IEEE Transactions on Professional Communication*, 55(3), 221–238. <https://doi-org/10.1109/TPC.2012.2205732>
- Burns, P. M. & Cowlshaw, C. (2014). Climate change discourses: how UK airlines communicate their case to the public. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 750–767. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.884101>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39–48.
- Christensen, L. T., Morsing, M. & Thyssen, O. (2013). CSR as aspirational talk. *Organization*, 20(3), 372–393. <https://doi-org/10.1177/1350508413478310>

- Cooren, F., Kuhn, T., Cornelissen, J. P. & Clark, T. (2011). Communication, Organizing and Organization: An Overview and Introduction to the Special Issue. *Organization Studies*, 32(9), 1149–1170. <https://doi-org/10.1177/0170840611410836>
- Cowper-Smith, A. & de Grosbois, D. (2011). The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1), 59–77. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.498918>
- Crane, A., Matten, D. & Spence, L. J. (2014). CSR in the ecological environment. Teoksessa A. Crane, D. Matten & L.J. Spence (toim.), *Corporate Social Responsibility. Readings and cases in a global context* (s. 349–357). Routledge.
- Eskonen, H. (2020). Valtio omistaa liudan isoja ilmastopäästäjiä – Miten hallitus saa Fortumin, Finnairin ja Vapon linjaan ilmastotavoitteidensa kanssa? *Yle Uutiset* [27.2.2020]. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11226520>
- EU (2020). *Reducing emissions from aviation*. European Commission [verkkosivu]. [https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/aviation\\_en](https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/aviation_en)
- FIBS ry (2018). *Yritysvastuu. Määritelmä ja historia*. FIBS [verkkosivu]. <http://www.fibsry.fi/fi/yritysvastuu/maaritelma-ja-historia>
- Finnair (2012). *Yhteiskuntavastuuraportti 2011*. <https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2012/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2011.pdf>
- Finnair (2013). *Vastuullisuusraportti 2012*. <https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2013/finnair-vastuullisuusraportti-2012.pdf>

- Finnair (2018). *Finnairin arvot*. Finnair [verkkosivu]. <https://company.finnair.com/fi/finnair-yrityksena/eettiset-toimintaohjeet>
- Finnair (2019a). *Finnairin historia*. Finnair [verkkosivu]. <https://company.finnair.com/fi/finnair-yrityksena/historia>
- Finnair (2019b). *Vastuullisuusraportti 2018*. <https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2019/finnair-vastuullisuusraportti-2018.pdf>
- Finnair (2020a). *Julkaisut*. Finnair [verkkosivu]. <https://investors.finnair.com/fi/reports-and-presentations>
- Finnair (2020b). *Vastuullisuusraportti 2019*. <https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2020/finnair-vastuullisuusraportti-2019.pdf>
- Fairclough, N. (1997). *Miten media puhuu*. (Media Discourse, käänttänyt Virpi Blom & Kaarina Hazard). Vastapaino.
- GRI (2018a). *GRI and sustainability reporting*. Global Reporting Initiative [verkkosivu]. <https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/gri-standards.aspx>
- GRI (2018b). *G4 sustainability reporting guidelines*. Global Reporting Initiative [verkkosivu]. <https://www2.globalreporting.org/standards/g4/Pages/default.aspx>
- GRI (2019). *GRI Standards*. Global Reporting Initiative [verkkosivu]. <https://www.globalreporting.org/standards>

- Gössling, S. & Peeters, P. (2007). 'It Does Not Harm the Environment!' An Analysis of Industry Discourses on Tourism, Air Travel and the Environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 402–417. <https://doi.org/10.2167/jost672.0>
- Gössling, S. & Upham, P. (2009). *Climate Change and Aviation. Issues, Challenges and Solutions*. Earthscan.
- Hahn, R. & Lülfes, R. (2013). Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of Business Ethics*, 123(3), 401–420. DOI:10.1007/s10551-013-1801-4
- Halme, M. & Joutsenvirta, M. (2011). Yritysten vastuuviestintä. Teoksessa M. Joutsenvirta, M. Halme, M. Jalas & J. Mäkinen (toim.), *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa* (s. 251–266). Gaudeamus.
- Harmaala, M-M. & Jallinoja, N. (2012). *Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta*. Sanoma Pro.
- Heracleous, L. (2004). Interpretivist Approaches to Organizational Discourse, teoksessa D. Grant, C. Hardy, C. Osrick & L. Putnam (toim.), *The SAGE Handbook of Organizational Discourse* (s. 175–193). SAGE Publications.
- Hirsto, Heidi (2010). Vastuutonta puhetta? Esseitä talouden merkityksellistämisestä. *Akateeminen väitöskirja*. Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu, 24.
- IATA (2018). *IATA Forecast Predicts 8.2. billion Air Travelers in 2037*. IATA [verkkosivu]. <https://www.iata.org/pressroom/pr/Pages/2018-10-24-02.aspx>

- Ihlen, Ø. (2009). Business and Climate Change: The Climate Response of the World's 30 Largest Corporations. *Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture*, 3(2), 244–262. <https://doi.org/10.1080/17524030902916632>
- Ihlen, Ø., Bartlett, J. L. & May, S. (2014). Corporate Social Responsibility and Communication. Teoksessa Ø. Ihlen, J.L. Bartlett & S. May (toim.), *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (s. 3–22). John Wiley & Sons.
- Ihlen, Ø. & Roper, J. (2014). Corporate Reports on Sustainability and Sustainable Development: 'We Have Arrived'. *Sustainable Development*, 22(1), 42–51. <https://doi.org/10.1002/sd.524>
- Ihlen, Ø. (2015). "It Is Five Minutes to Midnight and All Is Quiet": Corporate Rhetoric and Sustainability. *Management Communication Quarterly*, 29(1), 145–152. DOI: 10.1177/0893318914563145
- IPCC (2018). *Global Warming of 1,5 C. Summary for Policymakers*. [http://report.ipcc.ch/sr15/pdf/sr15\\_spm\\_final.pdf](http://report.ipcc.ch/sr15/pdf/sr15_spm_final.pdf)
- IPCC (2020). *Reports*. Intergovernmental Panel on Climate Change [verkkosivu]. <https://www.ipcc.ch/reports/>
- Isaksson, R. & Steimle, U. (2009). What does GRI-reporting tell us about corporate sustainability? *The TQM Journal*, 21(2), 168–181. DOI 10.1108/17542730910938155
- Jaworska, S. (2018). Change But no Climate Change: Discourses of Climate Change in Corporate Social Responsibility Reporting in the Oil Industry. *International Journal of Business Communication*, 55(2), 194–219. <https://doi-org./10.1177/2329488417753951>

- Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. (2011). *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*. Gaudeamus.
- Juhila, K. 1999. Tutkijan positiot. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen (toim.), *Diskurssianalyysi liikkeessä* (s. 201–232). Vastapaino.
- Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. SAGE Publications.
- Kirjanpitolaki (2016/1376 § 1). Finlex [verkkosivu]. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2016/20161376>
- Koskela, M. (2018). Strateginen viestintä – lähtökohtia ja tulevaisuudennäkymiä. Teoksessa L. Kääntä & E. Salmela (toim.), *Näkökulmia viestintätieteisiin. Asiantuntijoiden viestinnästä digitaalisen median mahdollisuuksiin* (s. 35–43). Vaasan yliopisto. Vaasan yliopiston raportteja 9, verkkoaineisto.
- KPMG (2017). *The road ahead. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017*. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/10/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf>
- Kuisma, M. & Lovio, M. (2006). *EMAS- ja GRI-raportointi osana yhteiskuntavastuullisuutta – Jatkuvan parantamisen toteaminen yritysten raportoinnin avulla*. Helsinki School of Economics, Working Papers, W-408.
- Kuisma, M. & Temmes, A. (2011). Yritysten vastuuraportointi. Teoksessa M. Joutsenvirta, M. Halme, M. Jalas & J. Mäkinen (toim.), *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa* (s. 267–282). Gaudeamus.



- Kuo, T. C., Kremer, G. E. O., Phuong, N. T. & Hsu, C-W. (2016). Motivations and barriers for corporate social responsibility reporting: Evidence from the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 57, 184–195. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.08.003>
- Laine, Matias (2010). Towards Sustaining the Status Quo: Business Talk of Sustainability in Finnish Corporate Disclosures 1987-2005. *European Accounting Review*, 19(2), 247–274. DOI: 10.1080/09638180903136258
- Lovio, R. & Kuisma, M. (2004). Ympäristönsuojelun ja yritystalouden yhteensovittamisen haaste. Teoksessa E. Heiskanen (toim.), *Ympäristö ja liiketoiminta. Arkiset käytännöt ja kriittiset kysymykset* (s. 17–49). Gaudeamus.
- Milne, M. J., Kearins, K. & Walton, S. (2006). Creating Adventures in Wonderland: The Journey Metaphor and Environmental Sustainability. *Organization*, 13(6), 801–839. DOI: 10.1177/1350508406068506
- Mitchell, R., Agle B., & Wood, D. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853–886. DOI: 10.2307/259247
- Nielsen, A. E. & Thomsen, C. (2007). Reporting CSR – what and how to say it? *Corporate Communications: An International Journal*, 12(1), 25–40. DOI 10.1108/13563280710723732
- Niemistö, J., Soimakallio, S., Nissinen, A. & Salo, M. (2019). Lentomatkustuksen päästöt. Mistä lentoliikenteen päästöt syntyvät ja miten niitä voidaan vähentää? *Suomen ympäristökeskuksen raportteja*, 2/2019. <http://hdl.handle.net/10138/292417>

- Nissilä, H. & Lovio, R. (2011). Ilmastonmuutoksen hillitseminen liiketoiminnan muutosvoimana. Teoksessa M. Joutsenvirta, M. Halme, M. Jalas & J. Mäkinen (toim.), *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa* (s. 52–74). Gaudeamus.
- Penttilä, Visa (2019). Aspirational Talk in Strategy Texts: A Longitudinal Case Study of Strategic Episodes in Corporate Social Responsibility Communication. *Business & Society*, 59(1), 67–97. <https://doi.org/10.1177/0007650319825825>
- Pietikäinen, S. (2008). Kriittinen diskurssintutkimus. Teoksessa K. Sajavaara & A. Piirainen-Marsh (toim.), *Kieli, diskurssi ja yhteisö. Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä* (s. 191–217). Jyväskylän yliopistopaino.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2014). *Kurssi kohti diskurssia* (2. painos). Vastapaino.
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. Vastapaino.
- Pinkse, J. & Kolk, A. (2009). Business strategies for climate change. Teoksessa A. Crane, D. Matten & L.J. Spence (toim.), *Corporate Social Responsibility. Readings and cases in a global context* (s. 371–390). Routledge.
- Schoeneborn, D., Morsing, M. & Crane, A. (2020). Formative Perspectives on the Relation Between CSR Communication and CSR Practices: Pathways for Walking, Talking, and T(w)alking. *Business & Society*, 59(1), 5–33. <https://doi.org/10.1177/0007650319845091>
- Schultz, F., Castelló, I. & Morsing, M. (2013). The Construction of Corporate Social Responsibility in Network Societies: A Communication View. *Journal of Business Ethics*, 115(4), 681–682. DOI 10.1007/s10551-013-1826-8

- Schwartz, M. S. & Carroll, A. B. (2008). Corporate Social Responsibility: a three-domain approach. Teoksessa A. Crane, D. Matten & L. J. Spence (toim.), *Corporate Social Responsibility. Readings and cases in a global context* (s. 104–132). Routledge.
- Shore, S. & Mäntynen, A. (2006). Johdanto. Teoksessa A. Mäntynen, S. Shore & A. Solin (toim.), *Genre – tekstilaji* (s. 9–41). Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Sitra (2020). *Megatrendit 2020*. <https://media.sitra.fi/2019/12/15143428/megatrendit-2020.pdf>
- Tench, R., Sun W. & Jones B. (2014). *Communicating Corporate Social Responsibility: Perspectives and Practice*. Emerald Publishing Limited.
- Tuominen, A. & Kivelä, M. (2019). *Yritysvastuulaki – Vastuullisuussäätelyn seuraava askel?* Finsif [verkkosivu]. <https://www.finsif.fi/yritysvastuulaki-vastuullisuussaan-telyn-seuraava-askel/>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2017). *Vastuullisuusraportointi*. Työ- ja elinkeinoministeriö [verkkosivu]. <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>

## Liitteet

### Liite 1. Aineistotaulukko

Nimi	Julkaisu- vuosi	Saatavilla osoitteessa
Yhteiskunta- vastuuraportti 2008	2009	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2009/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2008.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2009/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2008.pdf</a>
Yhteiskunta- vastuuraportti 2009	2010	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2010/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2009.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2010/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2009.pdf</a>
Yhteiskunta- vastuuraportti 2010	2011	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2011/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2010.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2011/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2010.pdf</a>
Yhteiskunta- vastuuraportti 2011	2012	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2012/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2011.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2012/finnair-yhteiskuntavastuuraportti-2011.pdf</a>
Vastuullisuus- raportti 2012	2013	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2013/finnair-vastuullisuusraportti-2012.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2013/finnair-vastuullisuusraportti-2012.pdf</a>
Vuosikertomus 2013	2014	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2014/23166-finnair-2013-suo-withlinks-v3.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2014/23166-finnair-2013-suo-withlinks-v3.pdf</a>
Vuosikertomus 2014	2015	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2015/finnair-vuosikertomus-a4-final.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2015/finnair-vuosikertomus-a4-final.pdf</a>
GRI-liite 2015	2016	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2016/finnair-gri-tiedot-2015.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2016/finnair-gri-tiedot-2015.pdf</a>
Vuosikertomus 2016	2017	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2017/finnair-vuosikertomus-2016-fi-v2.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2017/finnair-vuosikertomus-2016-fi-v2.pdf</a>
Vuosikertomus 2017	2018	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2018/vuosikertomus-2017.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2018/vuosikertomus-2017.pdf</a>
Vastuullisuus- raportti 2018	2019	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2019/finnair-vastuullisuusraportti-2018.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2019/finnair-vastuullisuusraportti-2018.pdf</a>
Vastuullisuus- raportti 2019	2020	<a href="https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2020/finnair-vastuullisuusraportti-2019.pdf">https://investors.finnair.com/~media/Files/F/Finnair-IR/documents/fi/reports-and-presentation/2020/finnair-vastuullisuusraportti-2019.pdf</a>