



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Sofia Nevala

”Eettinen kanava ei ole palautekanava”

Luottamuksen rakentamisen representaatio
ilmoituskanavien esittelyteksteissä

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

Vaasa 2024

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Sofia Nevala		
Tutkielman nimi:	”Eettinen kanava ei ole palautekanava” : luottamuksen rakentaminen ilmoituskanavien esittelyteksteissä		
Tutkinto:	Filosofian maisteri		
Oppiaine:	Viestinnän monialainen maisteriohjelma		
Työn ohjaaja:	Teija Waaramaa		
Valmistumisvuosi:	2024	Sivumäärä:	79

TIIVISTELMÄ:

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan, miten luottamusta rakennetaan organisaatioiden eettisten ilmoituskanavien esittelyteksteissä. Eettiset ilmoituskanavat (whistleblowing) ovat yleistyneet Euroopassa erityisesti EU-direktiivin myötä, joka velvoittaa yli 50 hengen organisaatiot järjestämään vuorovaikutuksellisen kanavan väärinkäytöksistä ilmoittamiseen. Ilmoituskanavien tarkoituksena on tarjota turvallinen väylä raportoida epäeettisestä toiminnasta, ja ilmoituskanavien esittelytekstien tarkoituksena on rakentaa luottamusta, jotta ilmoittaja valitsisi tämän sisäisen väylän ilmoitukselleen.

Tutkimuksen aineistona on viiden organisaation eettisten ilmoituskanavien esittelytekstit, jotka on valittu julkisen ja yksityisen sektorin organisaatioiden verkkosivuilta. Aineistoa analysoidaan retorisen analyysin ja diskurssianalyysin keinoin. Analyysissä keskitytään siihen, millaisia keinoja esittelyteksteissä käytetään luottamuksen rakentamiseen. Tutkimuksessa keskitytään erityisesti luottamuksen rakentamisen retorisiin keinoihin, kuten läpinäkyvyys, suojeleminen, yksinkertaistaminen ja todistusaineistoon vetoaminen.

Tutkimustulokset osoittavat, että esittelytekstien avulla rakennetaan luottamusta useilla keinoilla, kuten lupauksilla luottamuksellisuudesta ja anonyymiydestä, viittaamalla ulkopuolisiin luotettuihin tahoihin sekä kuvaamalla prosessien eettisyyttä ja avoimuutta. Tekstit kuitenkin vaihtelevat organisaatioiden välillä siten, että julkisen sektorin organisaatioissa luottamus rakennetaan muodollisilla ja virallisilla ilmaisuilla. Yksityisen sektorin teksteissä puolestaan korostuvat asiakaslähtöisyys ja eettiset arvot.

Johtopäätöksissä todetaan, että vaikka ilmoituskanavien esittelytekstien avulla pyritään rakentamaan luottamusta organisaation ja ilmoittajan välille, monissa tapauksissa lupaukset luottamuksellisuudesta ja suojelusta jäävät abstrakteiksi, eivätkä tarjoa konkreettista tietoa ilmoittajalle. Tämä saattaa vaikuttaa siihen, kuinka turvallisiksi ja luotettaviksi ilmoittajat kokevat kanavan. Lisäksi tutkimus tuo esiin ilmoituskanavien esittelytekstien roolin organisaation valtakenteiden ja eettisen kulttuurin ilmentäjänä.

Tämä tutkimus tarjoaa uutta tietoa eettisiä ilmoituskanavia koskevasta viestinnästä, luottamuksen rakentamisen retoriikasta sekä siitä, miten organisaatiot esittelevät sitoutumistaan eettiseen toimintaan. Tutkimuksen perusteella on tärkeää, että organisaatiot tarkastelevat kriittisesti ilmoituskanavista viestimistään ja pyrkivät konkreettisesti vahvistamaan ilmoittajien suojelua ja huolellisuutta ilmoitusten käsittelyssä, jotta luottamuksen rakentaminen ei jää retoriikan tasolle.

AVAINSANAT: eettinen ilmoittaminen, whistleblowing, luottamuksen rakentaminen, ilmoituskanava, organisaatioviestintä, maineenhallinta

Sisällys	
1 Johdanto	4
1.1 Luottamuksen rakentaminen	13
1.2 Organisaatioiden ilmoituskanavan esittelytekstit	14
1.3 Retorinen diskurssianalyysi luottamuksen tarkastelussa	19
2 Ilmoituskanavan etiikka	24
2.1 Eettiset periaatteet ja ilmoittajien suoja	25
2.2 Eettinen organisaatiokulttuuri	30
2.3 Ilmoituskanavan ja maineen suhde	36
3 Luottamus	39
3.1 Luottamuksen rakentamisen keinot	43
3.2 Luottamuksen suhde valtaan	48
4 Ilmoituskanavan esittelytekstien analyysi	53
4.1 Retorinen analyysi	55
4.2 Ilmoituskanavan esittelytekstien diskurssianalyysi	59
5 Päätäntö	67
Lähteet	73

1 Johdanto

Eettinen ilmoituskanava on toiminto, joka mahdollistaa väärinkäytösten raportoimisen, vastaanottamisen ja käsittelyn organisaatiossa. Ilmoittamisen englanninkielinen termi *whistleblowing* juontaa juurensa englantilaisten poliisien käytäntöön, jossa poliisi puhalsi pilliin havaitessaan rikoksen tai rikkomuksen (Salminen ja Heiskanen 2013, s. 4). Eettisten ilmoituskanavien merkitys on kasvanut huomattavasti viime vuosikymmeninä, kun organisaatiot kohtaavat entistä monimutkaisempia sääntelyvaatimuksia ja julkisen luottamuksen heikkenemistä (OECD, 2021). Kansainväliset skandaalit, kuten pankkikriisit ja ympäristörikkomukset, ovat osoittaneet, kuinka organisaation epäonnistuminen eettisten kysymysten käsittelyssä voi toisinaan johtaa vakaviin mainehaittoihin ja taloudellisiin menetyksiin.

Maine on organisaation keskeinen voimavara, joka tukee asiakasuskollisuutta, sijoittajien luottamusta, työntekijöiden sitoutuneisuutta ja sidosryhmien yleistä luottamusta. Barnett, Jermier ja Lafferty (2006, s. 34–35) määrittelevät maineen kollektiivisena arviona yrityksen taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöllisistä vaikutuksista ajan kuluessa. Barnett, Jermier ja Lafferty (2006, s. 30–34) mukaan maine voidaan käsittää kolmella tavalla: tiedostaminen, arviointi ja resurssi. Tiedostaminen viittaa maineen ymmärtämiseen yrityksen tunnettuutena ja sen herättämien mielikuvien summana, ilman syvällistä arviointia tai arvottamista (s. 30–32). Arviointi puolestaan korostaa maineen rakentumista kollektiivisena arviointina, joka perustuu taloudellisiin, sosiaalisiin ja ympäristöllisiin vaikutuksiin ajan kuluessa (Barnett, Jermier ja Lafferty 2006, s. 31–33). Resurssin näkökulma määrittelee maineen aineettomaksi resurssiksi, jolla voi olla merkittävää taloudellista arvoa yritykselle (Barnett, Jermier ja Lafferty 2006 s. 33–34). Nopeasti leviävän tiedon aikakaudella hyvä maine auttaa organisaatiota paitsi hallitsemaan haasteita, myös hyödyntämään mahdollisuuksia (Salvador ja Diaz 2024, s. 523). Vahvan maineen omaavat yritykset kykenevät houkuttelemaan parhaita osaajia, rakentamaan strategisia kumppanuuksia ja selviytymään kriiseistä joustavammin. Tämän vuoksi maineen ymmärtäminen ja sen aktiivinen hallinta ovat olennaisia osia yrityksen pitkäaikaisen menestyksen ja

kestävyyden varmistamisessa nykyisessä liiketoimintaympäristössä (Salvador ja Diaz 2024, s. 523).

Mainehaitta tarkoittaa organisaation julkisen kuvan heikkenemistä, joka voi syntyä, kun organisaatio epäonnistuu täyttämään yhteiskunnan tai muun keskeisen sidosryhmän odotukset esimerkiksi eettisten normien, vastuullisuuden tai läpinäkyvyyden osalta (Barnett, Jermier ja Lafferty 2006, s. 31–33). Tällaiset tapahtumat voivat johtaa luottamuksen menettämiseen sidosryhmien, kuten asiakkaiden, sijoittajien, työntekijöiden ja laajemman yleisön keskuudessa. Van der Merwe ja Puth (2014, s. 150–151) esittävätkin, että luottamus on maineen edellytys. Luottamuksen voidaan katsoa olevan jopa mainetta keskeisempää, koska ilman luottamusta maineella ei ole arvoa (Van der Merwe ja Puth 2014, s. 150). Eettinen toiminta on kuitenkin niin maineen kuin luottamuksenkin keskiössä Van der Merwe ja Puth, s. 141–142). Tässä kontekstissa eettiset ilmoituskanavat toimivat keskeisenä välineenä, minkä avulla organisaation jäsenten tulisi voida tuoda esiin väärinkäytöksiä turvallisesti ja luottamuksellisesti. Ilmoituskanavat eivät pelkästään auta ehkäisemään ja havaitsemaan epäkohtia, vaan ne myös tukevat organisaation eettisen kulttuurin kehittämistä sekä sisäisen luottamuksen rakentamista.

Eettisten ilmoituskanavien merkitys ei ole pelkästään reaktiivinen, vaan niiden vaikutukset ulottuvat syvälle organisaation kulttuuriin ja rakenteisiin. Ne vaikuttavat organisaation viestinnälliseen ekosysteemiin, jossa avoin ja läpinäkyvä vuoropuhelu tukee sisäistä luottamusta ja ulkoista mainetta. Eettisen ilmoituskanavan toimivuus heijastaa organisaation arvojen ja käytäntöjen johdonmukaisuutta, mikä näkyy niin sisäisissä suhteissa kuin sidosryhmien odotusten hallinnassa (Kaptein, 2011 s. 845). Ilmoitukset väärinkäytöksistä (*whistleblowing*) – talousrikoksista kuulokkeiden näpistelyyn – käsitellään usein ilmoituskanavan käsittelijöiden muodostamassa eettisessä ryhmässä. Eettisessä ryhmässä voivat olla edustettuina esimerkiksi henkilöstöhallinto, laki, talous ja ympäristö. Ympäristöasiantuntijan mukanaoloa suositellaan, koska Suomessa epäillään tapahtuvan enemmän ympäristörikoksia kuin mitä tilastot osoittavat. Esimerkiksi Sahramäki ja Kaanranta (2023, s. 606) toteavat ympäristörikoksia tapahtuvan todellisuudessa

enemmän, sillä tapaukset jäävät usein piiloon valvontaresurssien puutteen vuoksi. Yhtenä esimerkkinä organisaation ympäristörikoksesta voidaan mainita skandaaliksi nousut Stora Enson raakkujen yliajo (Yle, 2024).

Väärinkäytösten vakavuusasteet vaihtelevat kuulokkeiden näpistelystä esimerkiksi edellä mainitun kaltaisiin ympäristörikoksiin. Väärinkäytöksiin liittyy näin ollen muutakin kuin lain rikkomista, sillä lain näkökulmasta vähäpätöinen tilanne voi olla merkittävä yhteistyön sujuvuuden, vuorovaikutuksen ja luottamuksen näkökulmasta. Lisäksi hyvä hallintotapa on kasvattanut merkitystä entisestään raportointivelvoitteiden tultua osaksi organisaatioiden käytäntöjä. Viestinnän tutkimuksen ja organisaation viestinnän näkökulmasta ilmoituskanavaa voidaan tarkastella maineen ja luottamuksen käsittein.

Ilmoituskanavan avulla on mahdollista saada heikkoja signaaleja eli tietoa mahdollisista tulevista mediamyrskyistä ja näin myös mahdollisesti ehkäistä niiden syntyminen. Eettisen toimijuuden ja kulttuurin kehittäminen rakentaa organisaation mainetta luotettavana ja vastuullisena toimijana (Kaptein, 2011, s. 515–518; Fombrun ja van Riel, 2007, s. 45–47, 120–123). Ilmoituksen voi tehdä organisaation jäsen (esimerkiksi työntekijä) tai ulkopuolinen sidosryhmän jäsen. Freeman (1984, s. 25) määrittelee sidosryhmän ryhmäksi tai yksilöksi, jolla on vaikutusvaltaa yrityksen toimintaan tai johon yrityksen toiminta vaikuttaa. Tähän ryhmään voivat kuulua esimerkiksi asiakkaat, aktivistit ja sijoittajat. Tätä määritelmää voidaan soveltaa myös muun tyyppisiin organisaatioihin kuin yrityksiin.

Yli 50 henkilöä työllistävillä julkisen ja yksityisen sektorin organisaatioilla sekä valtion vi-rastoilla on velvollisuus perustaa oma sisäinen luottamuksellinen ilmoituskanavansa. Uusi ilmoittajien suojelua koskeva laki tuli voimaan 1.1.2023. Laki velvoittaa, että ilmoittajaan ei saa kohdistua vastatoimia, esimerkiksi kiusaamista, painostusta tai irtisanomista (Eduskunta.fi, 2023). Finanssialalla laki ilmoittajan suojelusta on pakollinen kaikille henkilömäärästä riippumatta (1171/2022, Laki ilmoittajansuojelusta). Finanssiala

sisältää muun muassa pankit, henki-, työ-, ja vahinkovakuutusyhtiöt sekä rahasto- ja ra-
hoitusyhtiöitä ja arvopaperinvälittäjiä.

Tarkastelen tutkimuksessa, miten luottamusta rakennetaan ilmoituskanavien esittely-
teksteissä. Näkökulmana on valta ja tarkemmin representaatiovalta, jonka avulla asiat
voidaan esittää halutusta näkökulmasta. Valtaa tarkastellaan, koska valtamekanismit
ovat asiantuntijasysteemeissä keskeinen osa diskurssia, jossa luottamusta ja epäluotta-
musta rakennetaan (Foucault 1969, s. 94). Mayer, Davis ja Schoorman (1995, s. 727) ku-
vaavat luottamusta prosessina, joka kehittyy vuorovaikutuksen myötä. Ilmoituskanavien
esittelytekstit toimivat tämän prosessin alkuvaiheessa, jossa organisaation täytyy va-
kuuttaa käyttäjät kanavan luotettavuudesta ja turvallisuudesta. Ilmoituskanavan esitte-
lyteksti on usein ensimmäinen kosketuspinta, jossa ilmoittaja arvioi, voiko hän luottaa
kanavaan, joskin luottamus organisaatioon on rakentunut pidemmällä aikavälillä.

Kuvassa 1 esitetään organisaation keskeiset sidosryhmät. Kuva havainnollistaa, miten
laaja-alaisesti eri sidosryhmät voivat vaikuttaa organisaation toimintaan ja maineeseen.
Jokaisella sidosryhmällä on omat odotuksensa ja vaatimuksensa, jotka organisaation on
otettava huomioon strategisessa päätöksenteossään ja viestinnässään.



Kuva 1. Organisaation sidosryhmät (Freeman, 2007, s. 7).

Bakirci (2019, s. 1165) kuvaa väärinkäytösten ilmoittamisen (whistleblowing) määritelmän vaihtelevan eri yhteiskunnissa, tilanteissa ja ajanjaksoissa. Artikkelin mukaan ilmoituksen tekijä voidaan nähdä altruistisena hyvän tekijänä, joka epäitsekästä suostuu kohtaamaan henkilökohtaisia vaikeuksia yhteisen hyvän puolesta. Toisaalta ilmoituksen tekijöitä voidaan karttaa ja pitää johdon epävirallisina tiedonantajina (Bakirci, 2019, s. 1165). Nämä stereotyyppiset käsitykset ilmoittajasta ovat kuitenkin jokseenkin mustavalkoisia. Ilmoittajan ei ole välttämätöntä olla sankari tai paholainen, vaan väärinkäytöksistä ja epäeettisestä toiminnasta ilmoittamisen voitaisiin katsoa olevan rutiinikäytäntö eettisesti toimivassa organisaatiossa.

Tämän käytännön ei myöskään tarvitse olla vaarallista tai jännittävää, vaikka se valitettavan usein sitä voi ollakin. Kuitenkin väärinkäytöksistä ilmoittaminen voi johtaa vakaviin seurauksiin niin organisaation kuin ilmoittajankin näkökulmasta. Independent uutisoi 5.

toukokuuta 2024 jo toisen lentoyhtiö Boeingin työntekijän kuolleen epämääräisissä olosuhteissa ilmoitettuaan huolistaan lentoyhtiön turvallisuutta kohtaan (Graciosi ja Muzafar 2024).

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan Suomessa sijaitsevia organisaatioita, EU:n ja demokraattisen yhteiskunnan kontekstissa, jolloin kyseessä on kansainvälinen ihmisoikeusasia, sananvapauden edistäminen ja korruption ehkäiseminen. Eurooppalaisessa *compliance*-perinteessä on tyypillisesti amerikkalaiseen verrattuna korostettu enemmän kulttuurin ja yhteisten linjojen muodostamista kuin tarkkoja sääntöjä ja sanktioita. Compliance tarkoittaa säännösten noudattamista. Termillä viitataan organisaation toimintojen ja käytäntöjen varmistamiseen siten, että ne noudattavat lakeja, säädöksiä, standardeja ja sisäisiä ohjeita. Säännösten noudattamisen käytännöt (compliance) ovat erityisen keskeisiä esimerkiksi finanssialalla, terveydenhuollossa ja ympäristönsuojelussa, joissa sääntelyn noudattaminen on olennainen osa liiketoimintaa ja riskienhallintaa.

Organisaation identiteetti muodostuu organisaation sisäisen ytimen ja yhteiskunnan vuorovaikutuksessa ja toimii siltana näiden kahden välisessä liikehdinnässä (Hall 1999, s. 22). Organisaation identiteetti voidaan nähdä organisaation keskeisenä ja välttämättömänä osana, kuten Whetten (2006, s. 223), joka viittaa identiteettiin organisaation ytimenä, joka muovaa sen valintoja ja määrittelee integriteettiä. Integriteettiä voitaisiin kuvata (acting in character) tinkimättömyydeksi, lahjomattomuudeksi ja korkeaksi moraaliksi sekä hyväntahtoisuudeksi (Whetten 2006, s. 223). Identiteetistä tulee organisaation keskus viralliselle viestinnälle ja tarkoite sidosryhmille. Toinen näkökulma identiteettiin on muuttuva, kuten Ashfor ja Mael (1996, s. 21) tulkitsevat. He määrittelevät identiteetin paljastuviksi ja tyylytellyiksi narratiiveiksi organisaation sielusta tai perusolemukselta. Yksilön samaistuminen organisaation arvoihin, käytäntöihin ja päämääriin sekä jatkuva neuvottelu suhteessa yksilön omiin arvoihin muodostuvat ja uusiutuvat jatkuvasti.

Organisaation identiteetti viittaa ja keskittyy organisaation sisäiseen olemukseen ja

representoi organisaation jäsenten näkemystä sen merkityksestä. Maine sen sijaan viittaa ulkoiseen havaintoon ja arvioon organisaatiosta. Maine rakentuu useista osatekijöistä, kuten identiteetistä, imagosta ja brändäyksestä. Tehokas maineenhallinta vaatii näiden elementtien yhtenäistämistä ja johdonmukaista viestintää sekä sisäisesti että ulkoisesti. Fombrunin ja van Rielin mukaan yrityksen tulee viestiä selkeästi ja johdonmukaisesti kaikille sidosryhmille, jotta se voi rakentaa vahvan ja kestävä maineen (van Riel ja Fombrun, 2007).

Esittelen tässä tutkimuksessa organisaation muodostumista viestinnässä kuvaavan CCO-mallin (Communicative Constitution of Organizations) Montrealin koulukunnan näkökulmasta, joka keskittyy erityisesti siihen, miten tekstit, diskurssit ja muut viestinnälliset toimet rakentavat organisaatiota. Montrealin koulukunnan mukaan organisaatiot ovat pohjimmiltaan viestinnässä rakentuvia ilmiöitä, ja viestinnässä syntyy organisaation identiteetti, valtasuhteet sekä sen toimintaa ohjaavat rakenteet (Cooren, Taylor ja Van Every 2006, s. 1–10, 35–50). Tässä lähestymistavassa kieli ja diskurssit eivät ole pelkästään tiedon välittäjiä, vaan ne myös aktiivisesti luovat todellisuutta, kuten Christensen, Morsing ja Cheney (2008, s. 59–75) esittävät.

Organisaation yhteiskuntavastuuviestintä rakentaa ja osallistuu todellisuuden luomiseen CCO-teorian mukaisesti, kuten Christensen ja muut (2022, s. 354–367) osoittavat tutkimuksessaan. CCO-teoria tarjoaa näin ollen teoreettisen pohjan yritysvastuun tarkasteluun. Yhteiskuntavastuuviestintä on yksi esimerkki organisaation viestinnän prosessista, joka on osallisena organisaation muodostamiseen. CCO-teoria on merkityksellinen tässä tutkimuksessa, sillä se käsittelee representaation käsitettä ja sen keskeistä roolia organisaation olemuksen ilmentämisessä viestinnällisissä prosesseissa. Näitä prosesseja ovat esimerkiksi McPheen ja Iversonin (2009, s. 62–63) neljän virtauksen malli, jonka mukaan viestintä jakautuu neljään erilaiseen viestinnälliseen virtaan: jäsenyyden neuvottelu, reflektiivinen itsestrukturointi, toiminnan koordinointi ja institutionaalinen asemoituminen.

Ensimmäinen virtaus, jäsenyyden neuvottelu (membership negotiation), kuvaa prosessia, jossa yksilöistä tulee organisaation jäseniä ja heidän asemansa organisaatiossa määritellään. Tämä vaihe kattaa viestinnälliset toimet, joiden avulla uudet jäsenet oppivat organisaation käytännöt (McPhee ja Iverson, 2009, s. 63–64). Jäsenyyden neuvottelu ei ole yksisuuntainen eikä yksinkertainen prosessi; organisaation jäsenyyteen liittyvät kriteerit ja niiden tulkinta voivat vaihdella ajan myötä ja tuottaa myös jännitteitä ja neuvottelutilanteita.

Toinen virtaus, reflektiivinen itsestrukturointi (reflective self-structuring) viittaa niihin viestintäprosesseihin, joiden avulla organisaation rakenteet – kuten säännöt, roolit ja organisaation hierarkia – luodaan ja ylläpidetään. Tässä virtauksessa muodostuvat tekstit ja ohjeet auttavat jäsentämään organisaation toimintaa ja vakiinnuttamaan sen identiteettiä (McPhee ja Iverson, 2009, s. 68–69). Reflektiivinen itsestrukturointi rakentaa perustan organisaation toiminnalle, sillä se luo jatkuvuutta ja vakautta, jotka säilyvät jäsenen vaihtuessa. Esimerkiksi ilmoituskanavien esittelyteksteissä kuvaus ja ohjeet auttavat jäsentämään organisaation tapaa käsitellä ja määritellä epäeettistä toimintaa.

Kolmas virtaus, toiminnan koordinointi (activity coordination), kuvaa viestintäprosesseja, joiden avulla organisaation jäsenet sovittavat toimintaansa keskenään yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi (McPhee ja Iverson 2009, s. 70–71). Neljäs virtaus, institutionaalinen asemoituminen (institutional positioning), viittaa organisaation viestinnälliseen asemoitumiseen suhteessa ulkoisiin sidosryhmiin ja ympäröivään yhteiskuntaan. Näin organisaatio määrittää ja vahvistaa oman asemansa sekä roolinsa suhteessa muihin organisaatioihin ja yhteiskunnallisiin instituutioihin (McPhee ja Iverson, 2009, s.71–72).

Näin ollen esimerkiksi yhteiskuntavastuullisuusviestinnän avulla ei pelkästään ilmoiteta organisaation vastuullisuudesta, vaan se osallistuu aktiivisesti organisaation rakentumiseen vahvistamalla samalla sen identiteettiä ja sidosryhmäsuhteita (Christensen ja muut 2022, s. 354–367).

Yhteiskuntavastuun käsitteestä ei ole vielä täyttä yhteisymmärrystä, mutta yleisesti ottaen se sisältää organisaation standardit, normit, sääntelyt ja käytännöt, jotka ohjaavat organisaation toimintaa suhteessa sidosryhmiin ja pyrkivät laajaan yhteiseen hyvään (Christensen ja muut 2022, s. 354–367). Vastuullisuusviestintää on kritisoitu pelkkänä puheena ja ylevien ideaalien materialisoitumattomuudesta, kuten Christensen ja muut (2022, s. 354–367) kuvaavat. Artikkelin osoittaa, miten vastuullisuusviestintä luo todellisia muutoksia organisaatiossa mobilisoimalla sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä ja muovaamalla heidän odotuksiaan ja ideaalejaan (Christensen ja muut 2022, s. 354–367).

Viime vuosikymmenen aikana sidosryhmät ovatkin luoneet organisaatioille painetta kantaa vastuuta yhteiskunnasta ja ympäristöstä. Tämä on saanut aikaan erilaisia kansainvälisiä standardeja eli suosituksia, ohjeita tai vaatimuksia sekä monitorointia eli edellä mainittujen seuranta ja tarkkailua. Standardeista ja monitoroinnista esimerkkinä voisi mainita ISO-ympäristö- ja laatustandardit, yleistyneen vastuullisuusraportoinnin (GRI, Global Reporting Initiative) sekä yritysten eettiset ohjeet (Code of Conduct) (Boström 2014, s. 242). Käsittelyssä on myös lainsäädäntö, joka koskee ESG-raportointia (environmental, social, governance), ympäristön, yhteiskunnan ja hyvän hallitustavan raportointia. Ilmoituskanava on yksi väylä näiden standardien toteutumiseksi ja samalla myös osa esimerkiksi hyvän hallintotavan seuranta.

Ilmoituskanava on yksi yhteiskuntavastuun osa-alue ja toisaalta sen materialisoitunut tuote – erilaiset standardit, normit ja sääntelyt kun lisäävät odotuksia organisaatioiden toimintaa kohtaan. Ilmoituskanava toimii tilana, jossa yksilö pääsee käyttämään organisaation suoma puhevaltaa.

1.1 Luottamuksen rakentaminen

Tutkimukseni tavoitteena on selvittää, miten luottamusta rakennetaan ilmoituskanavien esittelyteksteissä. Ilmoituskanavien esittelytekstit ovat usein organisaation verkkosivuilla, toisinaan vain sisäisesti saavutettavissa ja joissakin organisaatioissa se ei laista huolimatta ole vielä lainkaan saatavilla. Esittelyteksti johdattelee ilmoituksen tekijän toimintoon, jossa ilmoitus tehdään. Tämä on usein tekstiruutu tai ulkoinen alusta, johon linkki tekstin lopussa vie. Ilmoituskanavaa ei pelkästään oteta käyttöön, vaan sidosryhmien tulee myös löytää se, ymmärtää sen toiminta sekä luottaa siihen. Tämän tutkimuksen tutkimuskysymys on:

Miten luottamusta representoidaan ilmoituskanavien esittelyteksteissä?

Ilmoittamisen on katsottu olevan nouseva vastustamisen muoto väärinkäytöksiä vastaan. Kuten Near ja Miceli (2008, s. 266) toteavat, organisaation jäsenten tekemä ilmoittaminen on tehokkain tapa ehkäistä väärinkäytöksiä, koska nykyaikaiset organisaatiot ovat monimutkaisia. Ilmoittaminen voidaan jaotella sisäiseen ja ulkoiseen ilmoittamiseen. Organisaation sisäinen ilmoittaminen tarkoittaa esimerkiksi esihenkilölle, johdolle tai hallitukselle ilmoittamista. Ulkoinen ilmoittaminen sen sijaan voisi olla esimerkiksi medialle tai viranomaisille ilmoittamista. Usein ulkoisesti ilmoittava on kuitenkin jo aiemmin tehnyt ilmoituksen myös sisäisesti.

Near ja Miceli (2008, s. 265) varoittavat vähättelemästä sisäisen ilmoittamisen merkitystä, jota popularisoidussa yhteydessä on pidetty ulkoisia ilmoituskanavia vähäisempänä. Tässä tutkimuksessa käsittelemäni ilmoituskanavajärjestelmä luokitellaan sisäiseksi ilmoittamiseksi. Kuitenkin ilman asianmukaista käsittelyä ja toimenpiteitä, ilmoituskanavaan jätetystä ilmoituksesta voi käynnistyä ulkoinen käsittelyprosessi viranomaiselle. Tämä vaatii kuitenkin toimenpiteen ilmoittajalta, joka ei ole saanut ilmoitukseensa vastausta tai huomaa, että toimenpiteitä ei ole tapahtunut. Laki myös varmistaa, että mikäli sisäistä prosessia ei ole asianmukaisesti järjestetty, ilmoittajalla on mahdollisuus

jättää ilmoitus suoraan viranomaisille, jolloin organisaatio menettää mahdollisuuden tutkia tapausta sisäisesti.

Toisinaan ilmoittaja voi jättää nimettömän ilmoituksen myös medialle tai sosiaaliseen mediaan. Esimerkiksi Hesburger joutui myrskyn silmään työntekijöiden kohtelusta, työntekijöiden keskusteltua työoloista anonyymissa sosiaalisen median kanavassa Jodelissa. Soltani, Veer, de Vries ja Kemper (2023, s. 186) ovat tutkineet, miten skandaalit leviävät sosiaalisessa mediassa, ja huomanneet erityisesti arvoperusteisten skandaalien leviävän nopeammin. Arvoperusteinen skandaali tarkoittaa tilannetta, jossa organisaation toiminta, lausunto tai päätös herättää julkista paheksuntaa, koska sen koetaan loukkaavan yleisesti hyväksytyjä arvoja tai moraalisia normeja. Esimerkiksi myrkyllisten aineiden luvaton päästäminen vesistöön voisi olla nopeasti leviävä skandaali, koska ympäristönsuojelu on monille tärkeä arvo. Kuten aiemmin mainittu Stora Enson raakkujen yliajo, voi ympäristöskandaali saada nopeaa ja laajaa huomiota.

Väärinkäytöksellä viitataan toimintaan, joka rikkoo organisaation sääntöjä, yleisiä eettisiä normeja tai lainsäädäntöä. Väärinkäytös johtaa usein oikeudellisiin seuraamuksiin tai kurinpidollisiin toimiin, kuten varoitukseen tai irtisanomiseen. Väärinkäytöksiä ovat muun muassa korruptio, petos, vallan väärinkäyttö sekä epäasiallinen käytös, kuten syrjintä tai ahdistelu. Organisaatiossa se voi tarkoittaa sääntöjen rikkomista, mikä voi johtaa vahingollisiin vaikutuksiin yksilölle, ryhmälle tai koko organisaatiolle (Near ja Miceli, 2008, s. 265).

1.2 Organisaatioiden ilmoituskanavan esittelytekstit

Aineistona käytän Solidiumin, OmaSp:n, Vaasan yliopiston, Kuntaliiton ja Suomen poliisin ilmoituskanavan esittelytekstiä. Valitsin aineistoksi viisi organisaatiota eri sektoreilta, jotta mukaan saataisiin erilaisia toimijoita ja mahdollisesti vaihtelevuutta. Yliopisto, Kuntaliitto, Solidium ja poliisi ovat kaikki valtionsektorin toimijoita, mutta edustavat eri alasektoreita. Valtionsektorilla on tietyt toimintatavat ja ominaispiirteet, mutta jokaisella alasektorilla on myös omat erikoispiirteensä ja toimintakulttuurinsa, mikä saattaa tulla

ilmi myös tavoissa rakentaa luottamusta ilmoituskanavien esittelyteksteissä. Lisäksi OmaSp tuo aineistoon vaihtelua yksityissektorilta.

Valitsin aineistoon kaksi finanssialan organisaatiota, Solidiumin ja OmaSp:n, alan ilmoittajansuojaan ja ilmoituskanavan järjestämisvelvollisuuteen liittyvien erityispiirteiden vuoksi. Ilmoituskanavan järjestämisvelvollisuutta koskevassa laissa todetaan erikseen, että finanssialan organisaatioissa on velvollisuus järjestää ilmoituskanava henkilömäärästä riippumatta, kun muilla aloilla velvoite koskee yli 50 hengen organisaatioita (Laki ilmoittajansuojelusta 1171/2022, 4 §). Kenny (2019 s. 7) kuvaa finanssialan ongelmiksi tilanteita, joissa väärinkäytöksestä ilmoitettaessa seuraukset ovat ilmoittajalle haitallisia, kuten työpaikan menetys, hylkiminen koko alalla ja pitkäkestoiset oikeudenkäynnit. Kansainvälisellä finanssialalla onkin löydetty ilmiö, jossa ennemmin irtisanoudutaan kuin ilmiannetaan väärinkäytös (Kenny 2019, s. 59). Kenny toteaaakin, että finanssialan vaikutus ihmisten arkipäivään kasvaa jatkuvasti, kun kaupallistuminen ohjaa yhä enemmän sosiaalista elämää (2019, s. 10). Tämä viittaa siihen, että taloudelliset toimet, kuten sijoittaminen, luottokorttien käyttö, asuntolainojen ottaminen ja eläkerahastojen hallinta ovat tulleet yhä keskeisemmäksi osaksi yksilöiden ja kotitalouksien päätöksenteossa. Kaupallistuminen puolestaan järjestää elämäämme siten, että aiemmin ei-kaupalliset elämäalueet, kuten koulutus, terveydenhuolto tai asuntomarkkinat, ovat yhä enemmän kaupankäynnin ja taloudellisen hyödyn kohteena. Esimerkiksi asunnot olivat ennen kaupallistumisen lisääntymistä ensisijaisesti koteja tai asumisen paikkoja, jotka täyttivät ihmisen perustarpeet. Kodin omistaminen oli vähemmän taloudellisten spekulatioiden ja sijoitusten väline kuin nykyisin (Marcuse ja Madden, 2016, s. 16–18). Näin ollen finanssiala liittyy vahvasti ihmisen arkeen esimerkiksi luottojen ja lainojen, kuten asuntolainojen välityksellä. Tästä on esimerkkinä myös vuoden 2008 asuntolainakriisi Yhdysvalloissa, jolloin rahoituslaitosten riskialttiit päätökset johtivat miljoonien ihmisten kodinmenetykseen (Marcuse ja Madden, 2016, s. 16–18).

Valtio-omisteinen sijoitusyhtiö Solidium kuvaa verkkosivuillaan tehtäväkseen vakauttaa ja vahvistaa Suomen omistusta kansainvälisissä yrityksissä sekä kasvattaa omistusten

arvoa. Solidium aloittaa esittelytekstin korostamalla halua tehdä oikein, avoimuuden ilmapiiiriä ja korkeaa etiikkaa. Sidosryhmien turvallisuus ja kunnioitus mainitaan tärkeinä arvoina. Seuraavaksi Solidiumin tekstissä esitellään ilmoituskanava, joka kuvataan palveluna, joka mahdollistaa ilmoittamisen epäilyistä väärinkäytöksistä ja arvojen vastaisesta toiminnasta. Tässä kappaleessa korostetaan riskienhallintaa, korkeaa etiikkaa ja luottamusta – erityisesti asiakkaan ja yleisön luottamusta. Seuraavassa kappaleessa rohkaistaan ottamaan ensisijaisesti yhteyttä esihenkilöön, ja toissijaisesti huolesta voi kertoa myös nimettömänä. Tämän jälkeen opastetaan ilmoituskanavan käyttöön ja painotetaan, että ilmoitukset pitää tehdä hyvässä uskossa. Seuraavaksi luvataan ilmoituksen käsittelyn olevan suojattua ja esitellään tapoja, joilla tämä taataan, kuten ulkopuolinen kanavaa hoitava kumppani, kanavan salaus ja salasana. Lopuksi painotetaan kaikkien ilmoitusten käsittelyiden luottamuksellisuutta. Ennen linkkiä mainitaan vielä kymmenen päivän käsittelyaika, jonka sisällä Solidium lupaa lähettää vastauksen tai lisäkysymyksen.

OmaSp-pankki edustaa aineistossa yksityisen sektorin organisaatiota. OmaSp-pankki on ollut aineiston keräämisen jälkeen otsikoissa keskusrikospoliisin aloitettua esitutkinnan epäilyistä talousrikoksista (MTV Uutiset 2024.) OmaSp-pankki aloittaa esittelemällä ilmoituskanavan käyttötarkoituksen olevan rikkomusepäilyksiä varten ja vetoaa sitoutuneensa lakiin, sääntöihin ja eettisiin periaatteisiin. Kaikkiin epäilyihin sanotaan suhtauduttavan vakavuudella. Seuraavassa kappaleessa rajataan ilmoituksen tekemisen aiheiksi pankin tai työntekijän petollinen, epärehellinen, arveluttava, laitoin, sääntöjen vastainen tai epäeettinen toiminta. Tämän jälkeen korostetaan omalla otsikollaan käsittelyn ja kanavan luottamuksellisuutta. Perusteltu epäily riittää ilmoituksen jättämiseen, mutta tahallisen väärän ilmoituksen tekeminen voi johtaa oikeudellisiin seuraamuksiin. Kappaleen lopussa kuvataan prosessin ja sitä käsittelevien henkilöiden luottamuksellisuutta sekä kehoitetaan nimen jättämiseen, vaikkakin tarjotaan mahdollisuutta nimettömyyteen. Lopuksi mainitaan, että ilmoituskanava on suojattu ja salattu palvelu. Viimeisessä kappaleessa ohjeistetaan ilmoittamiseen teknisestä näkökulmasta: kirjautuminen, pin-koodit ja asiasta viestiminen käsittelijän kanssa. Tämän jälkeen kerrotaan ilmoittajan oikeuksista halutessaan pyytää ja saada luettelo kaikista tapausta koskevista

tallennetuista tiedoista ja mahdollisuudesta pyytää OmaSp:tä korjaamaan epätäydelliset tai väärät tiedot. Ilmoituksen kohteena olevalla ei kuitenkaan ole oikeutta näihin tietoihin.

Vaasan yliopisto edustaa aineistossa julkisen sektorin yliopistosektoria. Vaasan yliopiston ilmoituskanavan esittelytekstin alussa kuvataan toiminnon tarkoitus ja huomauteen luottamuksellisuudesta sekä mahdollisuudesta nimettömyyteen. Seuraavaksi kuvataan ilmoituksen vastaanottaja ja muut osalliset, jotka tulevat käsittelemään ilmoitusta. Tämän lisäksi kerrotaan vastuualueet käsittelyn aikana sekä mahdollisista toimenpiteistä päättävä taho. Kappaleen lopussa kerrotaan myös toimenpiteestä, jossa ilmoituksen käsittelyn yhteydessä tarkastellaan myös ohjeistuksen ajantasaisuutta. Tällä osoitetaan vuorovaikutuksellisuutta ja sitä, että eettisiä ohjeita päivitetään. Tämä myös avaa tilaa keskustelulle ja antaa ilmoittajan ymmärtää, että ilmoituksen voi tehdä myös sellaisesta mitä ei ole erikseen mainittu. Perustellusta syystä ohjeistuksia päivitetään. Viimeisessä kappaleessa kerrotaan käsittelyn aikataulusta ja nimellisille ilmoituksille annettavasta palautteesta.

Kuntaliitto edustaa aineistossa julkista sektoria ja erityisesti kuntasektoria. Salmisen ja Viinamäen (2017, s. 16) artikkelissa, jossa tarkasteltiin heikkoja signaaleja piilokorruptiosta, olivat kuntien hankinnat ja kilpailutusprosessit kymmenen yleisimmän ~~kerrotun~~ korruption tyyppien joukossa. Salminen ja Norbacka (2009, s. 30) tutkivat julkisen hallinnon eettisyyttä ja tarkastelivat kunnan kansalaisuutta kyselytutkimuksen avulla Suomen kontekstissa. Yksi tutkimuksen löydöistä oli kunnan kansalaisuuteen liitetty rehellisen työn arvostus. Tutkimuksen mukaan kansalaiset kaipaavat reiluutta vastuun kantamiseen ja vastuutahon ilmoittamista. Lainkuuliaisuus, oikeudenmukaisuus, ohjeiden sekä määräysten noudattaminen ovat korkealle arvostettuja Suomen kansalaisten keskuudessa. Kuntaliiton ilmoituskanavan esittelyteksti alkaa ilmoituskanavan määrittelyllä, prosessin ja toiminnon tarkoituksen kuvauksella. Seuraavassa osiossa kuvataan ilmoittajan suojaamista vastatoimilta. Tekstissä kuvataan yksityiskohtaisesti myös vastatoimilta suojaamisen ehdot, joiden mukaan ilmoituksen tulee olla ilmoittajansuojeludirektiivin

(2019/1937, Laki ilmoittajansuojasta) mukainen. Tämän jälkeen siirrytään osioon, jossa kuvataan ilmoituskanavia koskevaa direktiiviä tarkemmin. Tässä osiossa puhutaan henkilöllisyyden luottamuksellisuudesta ja erilaisista ilmoittamisen keinoista ja kanavista. Viimeisessä kappaleessa veloitetaan myös tiedottamaan kanavasta henkilökunnalle ja muille organisaatioon töidensä vuoksi kytköksissä oleville henkilöille.

Suomen poliisi edustaa aineistossa valtion organisaatiota, joka on Suomen sisäministeriön alainen organisaatio. Taylor, Philpot, Fitton, Walkington ja Levine (2024) tunnistavat Iso-Britannian poliisilla viisi pääteemaa, jotka vaikuttavat ilmoittamiskäyttäytymiseen: tieto ja säännöt, seuraukset, ihmissuhteet, vastuu sekä poliisikulttuuri ja ryhmäsuhteet (2024, s. 4). Erityisesti tiedon puute ja epäselvät säännöt olivat keskeisiä syitä ilmoittamatta jättämiselle. Tiedon puute esimerkiksi siitä, miten väärinkäytökset tulisi raportoida ja mitä seurauksia niistä voi koitua, lisää ilmoittamiskynnystä merkittävästi (2024, s. 7). Lisäksi pelko vastatoimista, kuten kollegojen kostotoimista, estää monia poliiseja tuomasta esiin havaitsemiaan väärinkäytöksiä (2024, s. 8). Suomen poliisin ilmoituskanava on nimetty eettiseksi kanavaksi. Poliisin eettisen kanavan ilmoitusteksti alkaa kuvailulla eettisen kanavan tarkoituksesta ja merkityksestä. Säännösten vastainen tai epäeettinen toiminta, mikä voi aiheuttaa riskejä tai haittoja poliisiorganisaatiolle tai sen maineelle. Tämän jälkeen kanava asemoidaan toissijaiseksi ilmoitusväyläksi. Ilmoitus tulee tehdä ilmoituskanavalle vain, mikäli ilmoittaja on estynyt ilmoittamasta ensisijaista reittiä pitkin. Ensisijainen reitti on kuvauksen mukaan esihenkilö, oman viraston oikeusyksikkö tai yksikön päällikkö. Seuraavaksi tekstissä asetetaan toiminto organisaation laillisuusvalvonnan toimialueeseen. Toiminnon tavoitteeksi kuvataan poliisitoiminnan läpinäkyvyyden lisääminen ja luottamuksen vahvistaminen. Kappaleen päätteeksi kuvataan ohjeiden löytyvän alta ja kehoitetaan lukemaan ohjeet huolellisesti. Seuraava osio kuvaa ilmoituksen käsittelyprosessia. Kappaleen alussa on viittaus Poliisihallituksen sisäisen laillisuusvalvonnan ohjeeseen, jonka noudattamiseen vedotaan. Kuvauksen mukaan ilmoitukset kulkevat seuraavan prosessin läpi:

- 1) Poliisihallituksen laillisuusvalvonta

- 2) Käsittely
- 3) Tarvittaessa siirto ”jonkun muun toimivaltaisen viranomaistahon käsiteltäväksi”
- 4) joku muu toimivaltainen viranomaistaho käsittelee ilmoituksen

Tämän jälkeen mainitaan anonyymiyden mahdollisuus, minkä kuvataan estävän ilmoittajan henkilöllisyyden selvittämisen jälkikäteen. Kappaleen lopussa kerrotaan, että eettiliselle kanavalle tehdyt ilmoitukset tulevat julkisiksi viranomaisten julkisuuslainsäädännön mukaisesti. Seuraavassa osiossa esitellään ilmoituskanavan säännöt. Säännöissä kehoitetaan harkitsemaan ensisijaista ilmoitustapaa esimerkiksi ottamaan yhteys esimerkiksi esimieheen, välttämään palautteenantoa, koska palautekanava on erikseen ja painotetaan asiattomien viestien olevan kiellettyjä. Lisäksi muistutetaan, että ilman yhteystietoja viestiin ei voida vastata.

1.3 Retorinen diskurssianalyysi luottamuksen tarkastelussa

Menetelmänä käytän laadullista retorista diskurssianalyysia (Jokinen 2019, s. 338–342). Luottamuksen rakentaminen ilmoituskanavien esittelyteksteissä sopii tähän kuvaukseen inhimillisen vuorovaikutuksen tarkasteluna. Retorisen analyysin avulla tarkastelen luottamusta ja diskursiivisella tasolla saan tietoa representaatiosta ja erityisesti vallankäytöstä ilmoituskanavan esittelyteksteissä.

Röttger (2018, s. 1) kuvaa, että luottamuksen syntyminen ja sen määrä on merkittävästi riippuvainen siitä, miten luottamuksen kohde esittää (*present*) itsensä. Tästä syystä keskitynkkin luottamuksen kohteen eli organisaation ja sen ilmoitusprosessin luottamuksen rakentamisen representaatioon eli siihen, miten ilmoituskanava esitetään. Tarkastelen retorisen analyysin avulla tekstin luottamuksen rakentamisen keinoja.

Jokinen (2019, s. 260) kuvaa retoriikan olevan keskeinen ja kaikessa läsnä oleva puheen ja kirjoitetun kielen ominaisuus. Retorinen vakuuttaminen ei siis ole yksioikoisesti petollista juonittelua vaan väistämätön osa kielenkäyttöä. Etsin teksteistä retorisen vaikuttamisen keinoja, joita ovat Aristoteleen (1996, s. 25) eetos, paatos ja logos. Keskeisin

vakuuttamisen keino työssäni on puhujan luotettavuuteen ja uskottavuuteen keskittyvä eetoksellisuus. Se on keino vakuuttaa yleisö puhujan luotettavuudesta, asiantuntemuksesta ja hyvästä luonteesta (Aristoteles 1996, s. 25). Eetos perustuu siihen, miten puhuja esittää itsensä ja sanomansa. Jos yleisö pitää puhujaa luotettavana, se on todennäköisemmin valmis hyväksymään hänen argumenttinsa (Aristoteles 1996, s. 25).

Aristoteleen mukaan paatos on keino vedota kuulijoiden tunteisiin. Puhuja pyrkii herättämään yleisössä tunteita, kuten myötätuntoa, pelkoa, vihaa tai innostusta, jotta heidät saataisiin vakuuttuneiksi ja toimimaan halutulla tavalla. Tunteiden herättäminen voi tehdä argumentista tehokkaamman ja muistettavamman (Aristoteles, suom. 1997, s. 45–46). Logos on looginen argumentointi ja se perustuu järkeen ja todisteisiin. Nämä todisteet ovat muun muassa faktoja, tilastoja, todisteita ja loogista päättelyä, jolla pyritään vakuuttamaan yleisö.

Bygraven (1993, s. 61) mukaan ihmisten välisessä kommunikaatiossa ja ymmärryksessä on hajanaisuutta, mikä on retoriikalle keskeinen lähtökohta. Retoriikka pyrkii ylittämään nämä jakautumiset vakuuttavan viestinnän keinoin (Bygrave 1993, s. 61). Tämä lähestymistapa perustuu identifikaatioon eli samastumisen prosessiin, jossa etsitään yhteistä pohjaa ja yhdistetään näkökulmia. Identifikaation keskeisyys retoriikassa saattaa kuitenkin tuoda esiin jännitteitä, sillä se pakottaa tarkastelemaan alakohtaisia motiiveja laajemmassa sosiaalisessa ja eettisessä kontekstissa, mikä haastaa erikoisalojen eristyneisyyttä ja niiden omalakisista arvoja (Bygrave 1993, s. 61).

Tunnistettuani aineiston keskeiset luottamuksen rakentamisen keinot, tarkastelen diskurssianalyysin avulla, miten luottamusta representoidaan näiden keinojen avulla. Jokinen, Juhila ja Suoninen (2016, luku 1) kuvaavat diskurssianalyysin koostuvan seuraavista lähtöoletuksista:

1. kielenkäytön sosiaalista todellisuutta rakentava luonne
2. rinnakkaisten ja keskenään kilpailevien merkityssysteemien olemassaolo

3. merkityksellisen toiminnan kontekstisidonnaisuus
4. toimijoiden kiinnittyminen merkityssysteemeihin
5. kielenkäytön seurauksia tuottava luonne

Jokisen ja muiden (2016, luku 5) mukaan diskurssianalyysin tiukka rajaus voi edesauttaa uuden tiedon syntymistä erityisesti kohtalaisen tuttua ilmiötä tarkasteltaessa. Ilmoituskanavien esittelytekstit voidaan ryhmitellä yleisempään esittelytekstien kategoriaan tekstilajina. Tekstilajit auttavat ymmärtämään, miten erilaiset tekstit on rakennettu ja mitä ne pyrkivät saavuttamaan. Esittelyteksti on tekstilaji, jonka ensisijainen tarkoitus on antaa lukijalle perustietoja kohteesta. Uuden tiedon tuottaminen mahdollistuu paremmin keskittymällä yhteen prosessiin, joten rajaan tarkastelun luottamukseen. Rakennan vertailuasetelman viiden organisaation välillä, minkä avulla aineistoa voidaan havainnollistaa elävästi (Jokinen ja muut, 2016, luku 5).

Retorisen diskurssianalyysin lähtökohtana on todellisuuden tulkinnallisen luonteen korostaminen (Jokinen ja muut 2016, luku 5). Ilmoituskanavien esittelyteksteistä ei näin ollen oleteta löytyvän yksiselitteisiä tosiasioita aineiston organisaatioiden asenteista. Retoriikan Jokinen ja muut (2016, luku 5) määrittelevät yleisön vakuuttamiseksi jonkin argumentin pätevyydestä ja pyrkimykseksi saada yleisö sitoutumaan siihen. Retorinen diskurssianalyysi vastaa miten-kysymyksiin ja tarkastelee merkitysten tuottamisen tapoja – tapoja, joilla tiettyjä merkityksiä tai sosiaalisen todellisuuden versioita puolustellaan ja perustellaan. Kyseessä ovat vuorovaikutuksellisen kielenkäytön ominaisuudet, missä tarkastellaan tietyille yleisölle suunnattua vakuuttelua ja suostuttelua.

Retoriikassa pyrkimyksenä on tehdä viestistä vakavasti otettava versio, jonka taakse yleisö asettuisi. Retorisuus on usein hallitseva piirre tekstimuotoisissa sisällöissä – esimerkiksi ilmoituskanavan esittelyteksteissä pyritään vakuuttamaan ilmoittaja luottamuksellisuudesta. Retoriikka on läsnä kaikessa kielenkäytössä ja on sen keskeinen ominaisuus. Poliittisen puheen retoriikkaa tarkastellaan paljon, mutta retoriikka on läsnä arkipäiväisessäkin puheessa ja esimerkiksi tieteellisessä kielessä.

Tekstiä retorisesta näkökulmasta analysoitaessa keskiössä on tekstin rakentuminen argumentatiivisesti – millaisia suostuttelun ja vakuuttelun keinoja käyttämällä lukija pyritään vakuuttamaan argumentin paikkansa pitävyydestä? Jokisen ja muiden (2016, luku 5) mukaan retoriset keinot sisältävät erilaisten selontekojen tuottamisen ja perustelun, tekojen ja asioiden kategorisoinnin ja oikeuttamisen sekä tuotettujen kuvausten näyttämisen itsestäänselvytenä, faktana.

Jokisen ja muiden (2016, luku 5) teoksessa todetaan myös, että retorinen analyysi sopii hyvin diskurssianalyttiseen tutkimukseen, joskin näiden välillä on joitakin painotuseroja. Retorisessa analyysissä painopiste on lausumien muotoilussa ja yleisösuhteen tarkastelussa, kun taas diskurssianalyysissä näitä tarkastellaan vahvemmin osana kulttuuristen merkitysten tuottamista ja ihmisten välistä vuorovaikutusta.

Jokinen ja muut (2016, s. 339) kuvaavat representaation diskurssianalyysissä tarkasteltavana asemoitumisena. Asemoituminen on sosiaalista toimintaa ja tietyn position ottamista. Asemoituminen ei tapahdu tyhjiössä, vaan on osa laajempaa kontekstia, jota kutsutaan argumentaatiokontekstiksi (Jokinen ja muut 2016, s. 339). Argumentaatiokontekstin voidaan katsoa olevan strateginen konteksti, jossa puhujat esittävät väitteitä, taivuttelevat, kritisoivat, oikeuttavat, kätkevät tai tuovat esiin asioita (Jokinen ja muut 2016, s. 339).

Diskurssianalyysi nojaa teoreettisesti sosiaaliseen konstruktionismiin (Jokinen ja muut 2016, s. 17). Sosiaalisen konstruktionismin mukaan tutkimamme todellisuus on jostakin näkökulmasta merkityksellistettyä – tutkija voi lähestyä aineistoa vain niiden symbolien ja merkitysten kautta, jotka ovat kulttuurisesti mahdollisia. Näin ollen kielenkäyttö ei anna avaimia tosiasioihin tai todellisuuteen vaan osaan todellisuudesta (Jokinen ja muut 2016, s.17). Merkityksellistämisessä on käynnissä kaksi prosessia, Toinen niistä on vakiinnuttaminen ja toinen jatkuva liikehdintä, joka sisältää merkitysten rajojen hämäryyden, merkitysten moninaisuuden ja muuntumisen sekä uusien merkityksellistämisen tapojen

esiin nousemisen. Eronteot tuovat esiin ja luovat merkityksiä – esimerkiksi luottamus saa merkityksensä suhteessa epäluottamukseen (Röttger 2018, s. 1).

Ilmoituskanavat tuovat mukanaan myös sosiaalisen muutoksen, josta saadaan diskurssi-analyysin avulla tietoa. Diskurssit eivät vain representoi, vaan myös rakentavat todellisuutta ja tätä rakentamista voidaan tarkastella yhdistelmänä sosiaalista todellisuutta ja tekstitason kielellisiä piirteitä (Fairclough 1992, s. 3–4). Tässä tutkimuksessa luottamus ja sen rakentaminen ovat toisaalta osa todellisuutta tekstitasolla, mutta toisaalta myös konkreettisesti läsnä ilmoittajan ja organisaation välisessä luottamussuhteessa, joka puolestaan on luonteeltaan sosiaalista todellisuutta ja käytäntöä.

2 Ilmoituskanavan etiikka

Ilmoituskanavat ovat vakiintuneet keskeiseksi osaksi organisaatioiden eettisiä toimintarakenteita, ja ne tarjoavat työntekijöille ja sidosryhmille mahdollisuuden raportoida havaitsemiaan väärinkäytöksiä. Ilmoituskanavien tehtävänä on varmistaa, että eettisiä ja laillisia normeja noudatetaan organisaatioissa. Lisäksi niiden tehtävänä on edistää avoimuutta, vastuullisuutta ja rehellisyyttä. Tuodakseen näitä hyötyjä ilmoituskanavan toiminnan on perustuttava eettisiin periaatteisiin, kuten ilmoittajien anonymiteetin ja suojelun takaamiseen sekä ilmoitusten reiluun ja puolueettomaan käsittelyyn (Kaptein, 2011, s. 515–518). Näiden periaatteiden onnistunut toteutuminen riippuu organisaation sitoutumisesta avoimeen viestintään ja eettiseen toimintaan, mikä vaatii johdolta vahvaa tukea ja toimintamallien kehittämistä.

Organisaation eettinen kulttuuri on avainasemassa, kun arvioidaan ilmoituskanavan toiminnan eettisyyttä. Kuten Kaptein (2011, s. 515) toteaa, ilmoituskanavan tehokas toiminta perustuu siihen, että organisaatio on onnistunut luomaan selkeän ja eettisesti kestävän kulttuurin. Tämä tarkoittaa, että organisaation arvot ja normit ovat selkeästi viestittyjä ja että työntekijät ymmärtävät, mitä heiltä odotetaan eettisten dilemموjen ratkaisemisessa. Kun ilmoittajat kokevat, että heidän raportoimansa väärinkäytökset otetaan vakavasti ja niihin reagoidaan asianmukaisesti, heidän halukkuutensa toimia jatkossakin organisaation hyväksi vahvistuu (Kaptein 2011, s. 516–517). Mikäli ilmoittajat menettävät luottamuksensa organisaation kykyyn käsitellä ilmoituksia reilusti, he voivat päätyä ilmoittamaan väärinkäytöksistä ulkopuolisille tahoille, mikä voi heikentää organisaation mainetta ja vaikeuttaa sen sisäistä toimintaa (Kaptein 2011, s. 517).

Viestinnällä on kriittinen rooli ilmoituskanavan toiminnassa niin lain näkökulmasta kuin etiikan ja ilmoituskanavan hyödyllisyyden näkökulmasta. Viestinnän on oltava jatkuvaa ja läpinäkyvää, jotta työntekijät ja sidosryhmät ymmärtävät ilmoituskanavan toimintaperiaatteet ja oikeutensa. Johdon sitoutuminen viestinnälliseen avoimuuteen on keskeistä, sillä selkeä ja rehellinen viestintä luo pohjan eettiselle ilmoittamiselle ja vahvistaa organisaation eettistä kulttuuria (Trevino, Weaver, Gibson ja Toffler, 1999, s. 30).

Viestinnän merkitystä organisaatiossa korostaa myös aiemmin mainittu CCO-teoria, jossa painotetaan, että organisaatiot rakentuvat ja kehittyvät viestinnässä (Christensen, Morsing ja Thyssen, 2022, s. 354–367).

Ilmoituskanava ei ole vain sisäinen työkalu, vaan sillä on myös merkittävä vaikutus organisaation ulkoiseen maineeseen. Fombrun ja van Riel (2007, s. 45–47) toteavat, että vahva ja johdonmukainen viestintä eettisistä arvoista ja vastuullisuudesta voi parantaa organisaation mainetta sidosryhmien silmissä ja tuoda kilpailuetua. Eettisesti toimivan organisaation maine voi houkutella uusia asiakkaita, parantaa työntekijöiden sitoutumista ja lisätä sijoittajien luottamusta (Fombrun & van Riel, 2007, s. 120–123).

Toisaalta, jos ilmoitukset käsitellään huolimattomasti tai puolueellisesti, se voi heikentää organisaation mainetta ja vähentää sidosryhmien luottamusta. Ilmoituskanavan eettisyys on siis keskeinen osa organisaation maineenhallintaa ja yhteiskuntavastuuta (CSR, Corporate Social Responsibility), minkä tavoitteena on osoittaa, että organisaatio ottaa eettiset kysymykset vakavasti ja pyrkii jatkuvasti parantamaan toimintaansa (Christensen ja muut, 2022, s. 364).

Yhteenvetona voidaan todeta, että ilmoituskanavan etiikka perustuu vahvaan sitoutumiseen eettisiin periaatteisiin, avoimeen ja läpinäkyvään viestintään sekä johdonmukaiseen toimintaan. Ilmoituskanava ei toimi vain organisaation sisäisenä mekanismina, vaan sillä on myös merkittävä vaikutus organisaation ulkoiseen maineeseen ja vastuullisuuden osoittamiseen.

2.1 Eettiset periaatteet ja ilmoittajien suoja

Ilmoituskanavan keskeisiä eettisiä periaatteita ovat ilmoittajien anonymiteetin ja suoje-
lun takaaminen sekä ilmoitusten reilu ja puolueeton käsittely. Anonymiteetti tarjoaa ilmoittajille turvallisen tavan tuoda esiin organisaation väärinkäytöksiä, mikä vähentää pelkoa vastatoimista. Tämän lisäksi on tärkeää, että ilmoitukset tutkitaan

puolueettomasti, jotta ilmoitusprosessiin voidaan luottaa. Kaptein (2011, s. 515–517) sekä Trevino, Weaver ja Gibbsen (1999, s. 30) korostavat, että työntekijöiden luottamus ilmoituskanavan toimintaan lisää valmiutta raportoida sisäisesti, mikä vähentää ulkoisen ilmoittamisen tarvetta.

Eettisen ilmoituskanavan toiminta perustuu organisaation kykyyn luoda ja ylläpitää eettisesti kestävää kulttuuria. Kuten Kaptein (2011, s. 515) toteaa, on organisaatiokulttuurin keskeisenä lähtökohtana arvot, jotka tukevat rehellisyyttä ja vastuullisuutta. Työntekijät todennäköisemmin tekevät ilmoituksen ymmärtäessään organisaation eettiset odotukset. Kaptein (2011, s. 515) käyttää käsitettä eettinen selkeys viitatessaan selkeästi viestittyihin arvoihin ja normeihin, joiden pohjalta työntekijöiden tulisi toimia huomatessaan väärinkäytöksen.

Osa kulttuuria on myös ilmoitusten reilu ja puolueeton käsittely. Kaptein (2011, s. 516–517) käsittelee organisaation johdon johdonmukaisuutta, jolla hän viittaa siihen, että johdon toiminta on linjassa organisaation eettisten standardien kanssa. Kapteinin (s. 517) mukaan johdon johdonmukainen toiminta edistää merkittävästi sisäistä ilmoittamiskulttuuria, sillä työntekijät ovat valmiimpia tekemään ilmoituksia, jos he luottavat johdon reiluuteen ja puolueettomuuteen. Tämä luottamus vähentää myös ulkopuolisille tahoille, kuten viranomaisille tai medialle, raportoinnin tarvetta (Kaptein, s. 517), sillä työntekijät uskovat johdon toimivan eettisesti ja noudattavan samoja arvoja kuin he itse. Trevinon, Weaverin, Gibsonin ja Tofflerin (1999, s. 30) havainnot tukevat tätä näkemystä, sillä heidän mukaansa johdon toimet ovat keskeinen tekijä eettisen kulttuurin vahvistamisessa. Toimet ratkaisevat sen, kuinka hyvin työntekijät kokevat organisaation toimivan sääntöjen ja lakien mukaisesti. Trevino ja muut (1999, s. 30) tuovat esille, että organisaation eettisen kulttuurin onnistunut hallinta ei rajoitu pelkästään sääntöjen ja toimintaperiaatteiden luomiseen, vaan siihen, kuinka hyvin johto sisäistää nämä säännöt ja toimii niiden mukaisesti päivittäisessä työssään. Tämä tarkoittaa, että pelkät säännöt paperilla eivät riitä, vaan ne tulisi juurruttaa organisaatioon. Mikäli johto ei toimi esimerkkinä, säännöt ja eettiset periaatteet jäävät teoreettisiksi, eivätkä saa työntekijöiden tukea (Trevino ja

muut, s. 30). Sen sijaan johdon toimiessa epäjohdonmukaisesti ulkoisen ilmoittamisen riski voi kasvaa. Mikäli työntekijät kokevat, että johto ei toimi eettisesti tai on itse osallisena väärinkäytöksissä, saattaa muodostua käsitys, että sisäinen ilmoittaminen on turhaa tai että se voi johtaa negatiivisiin seurauksiin. Tällaisessa tilanteessa työntekijät saattavat kääntyä ulkopuolisten tahojen puoleen, koska he eivät luota siihen, että johto ryhtyy tarvittaviin toimiin (Kaptein, s. 517).

Kaptein korostaa, että ilmoittajien anonymiteetti ja suojeleminen ovat keskeisimpiä elementtejä ilmoituskanavan toiminnassa. Hän viittaa erityisesti tukeen (supportability), eli siihen, missä määrin työntekijät tuntevat saavansa tukea organisaation eettisten arvojen noudattamisessa. Tämä tuki ei ainoastaan rohkaise työntekijöitä ilmoittamaan havaitsemistaan väärinkäytöksistä, vaan siihen sisältyy myös varmistuminen siitä, että työntekijät tuntevat olevansa suojassa vastatoimilta. Näin luodaan ympäristö, jossa ilmoitukset voidaan tehdä turvallisesti ja anonyymisti ilman pelkoa henkilökohtaisista seurauksista (Kaptein, 2011, s. 518).

Trevino ja muut käsittelevät samankaltaisia teemoja tutkimuksessaan organisaation eettisen ja laillisen toiminnan hallinnasta. Heidän mukaansa ilmoittajien suojeleminen vastatoimilta on kriittinen tekijä organisaation eettisen kulttuurin toimivuuden kannalta. Työntekijöiden on voitava luottaa siihen, että organisaatio käsittelee heidän ilmoituksensa reilusti eikä heillä ole aiheutta pelkoon organisaation kostotoimista. Mikäli organisaatio ei tarjoa riittävää suojaa tai tukea ilmoittajille, tämä voi estää väärinkäytösten ilmoittamisen ja siten heikentää organisaation kykyä käsitellä eettisiä ongelmia. (Trevino ja muut, 1999, s. 30.)

Organisaatioilla voi olla erilaisia syitä ottaa käyttöön eettinen ilmoituskanava. Lain vaatimus (1171/2022, Laki ilmoittajansuojelusta) ei takaa, että jokainen organisaatio ottaa kanavan käyttöönsä välittömästi, ja toisaalta, toiset ovat ottaneet kanavan käyttöönsä jo ennen lakia. Vaikka lainsäädäntö määrääkin reunaehdoja ilmoituskanaville, toteutuksia on tällä hetkellä yhtä paljon kuin organisaatioitakin. Toiset näistä toteutuksista ovat

laillisia ja toiset eivät – toisissa myös eettinen näkökulma ja erilaiset kompastuskivet on huolellisemmin pohdittu. Monissa organisaatioissa ilmoituskanava ei ole pelkkä lain määräämä velvoite, vaan johdon työkalu heikoille signaaleille ja osa eettistä toimintaa sekä väärinkäytösten ennalta ehkäisyä. Heikot signaalit ovat hienovaraisia, usein vähäisiä merkkejä tai vihjeitä, jotka ennakoivat mahdollisia tulevia muutoksia tai kehityssuuntia organisaatioissa, yhteiskunnassa tai muissa ympäristöissä. Nämä signaalit voivat olla epäselviä, vaikeasti tunnistettavia tai tulkittavia, sillä ne poikkeavat vallitsevista trendeistä ja ilmenevät ennen kuin selkeät indikaattorit ovat näkyvissä (Hiltunen, 2008, s. 29–31; Ilmola & Kuusi, 2006, s. 19–22). Heikkoja signaaleja käytetään erityisesti tulevaisuudentutkimuksessa ja strategisessa ennakoinnissa ennustamaan tulevia tapahtumia ja muutoksia, joilla voi olla merkittävä vaikutus pitkällä aikavälillä (Ilmola & Kuusi, 2006, s. 23–25). Heikot signaalit voivat ilmetä esimerkiksi uusina käyttäytymismalleina tai asenteiden muutoksina (Hiltunen 2008, s. 34–36).

Väärinkäytös organisaatiokontekstissa viittaa tekoihin tai laiminlyönnteihin, jotka rikkovat lakia tai eettisiä periaatteita ja joilla on kielteisiä vaikutuksia organisaatioon tai sen sidosryhmiin. Tällaisia väärinkäytöksiä voivat olla esimerkiksi petos, korruptio tai lahjonta, vakava huolimattomuus, kiusaaminen, syrjintä, vallan väärinkäyttö sekä teot tai laiminlyönnit, jotka aiheuttavat rikkomuksen tai riskeeraavat ihmisoikeuksia, ympäristöä, turvallisuutta tai yleistä etua (Miceli, Near, Dworkin 2014, s. 3–6). Ilmoittaja on henkilö, joka ilmoittaa epäillyn tai toteutuneen väärinkäytöksen ja jolla on ilmoittaessaan hyvä syy uskoa, että ilmoitettava asia on totta. Ilmoittajalle ei tulisi koitua haittoja ilmoittamisesta ja kaikki ilmoittajaan kohdistuvat uhkaukset ja aiotut sekä toteutuneet teot tai aiheet, jotka voivat aiheuttaa vahinkoa ilmoittajalle tai muulle keskeiselle henkilölle, katsotaan haitalliseksi toiminnaksi (1171/2022, Laki ilmoittajansuojelusta). Organisaation tulee noudattaa ISO (International Organization for Standardization) 37002:2021-standardissa kuvattuja vaiheita, jotka kattavat ilmoituksen vastaanoton, arvioinnin, tutkinnan sekä loppukäsittelyn. Ilmoituksen tutkinnalla tarkoitetaan systemaattista, itsenäistä ja dokumentoitua prosessia, jossa selvitetään tosiasiat ja arvioidaan niitä objektiivisesti. Näin

voidaan arvioida, onko väärinkäytöstä tapahtunut tai tapahtuuko sitä parhaillaan sekä arvioida väärinkäytöksen laajuus (ISO, 37002:2021).

Laki ilmoittajan suojasta (1171/2022) vaatii ilmoittajalle mahdollisuutta anonyymiuteen eli tunnistamattomuuteen. Anonymiteetti tarkoittaa yksilön tunnistamattomuutta esimerkiksi ilmoittamisen yhteydessä. Ilmoittajan ollessa anonyymi, häntä ei voida erottaa joukosta muita mahdollisia yksilöitä (Pfitzmann ja Hansen 2010, s. 11). Tämän lisäksi on kansainvälinen ISO 37002:2021-standardi, joka tarjoaa ohjeistuksen organisaatioiden väärinkäytösten ilmoittamisjärjestelmän luomiseen, hallintaan ja jatkuvaan parantamiseen. Standardi on kehitetty tukemaan organisaatioita luotettavan ja eettisen ilmoitusprosessin rakentamisessa. Se ei aseta juridisia vaatimuksia vaan tarjoaa käytännönläheisen viitekehyksen ilmoitusjärjestelmän hallintaan eri kokoisille ja toimialoilla toimiville organisaatioille. Se kuvaa ilmoituskanavan hallintaan liittyviä keskeisiä elementtejä, kuten perustaminen, toteutus, ylläpito ja kehittäminen (ISO, 37002:2021). Tämän on todettu olevan paras keino suojella ilmoittajaa vastatoimilta.

Aineistossa korostetaan merkittävästi sanaa anonymiteetti, joka on myös keskeinen osa lainsäädäntöä (1171/2022, Laki ilmoittajansuojasta). Organisaatio ei voi kuitenkaan taata täydellistä anonymiteettia, sillä esimerkiksi tiimin jäsenet saattavat pystyä tunnistamaan ilmoittajan esimerkiksi kirjoitustyylin tai tilanteeseen liittyvien yksityiskohtien perusteella. Anonymiteetilla haetaan turvaa ilmoittajalle, mutta toisaalta usein oman nimen jättämiseen myös kannustetaan. Ilmoituksia käsittelevä eettinen ryhmä on kuitenkin velvoitettu suojaamaan yksilön henkilöllisyyttä. Toisinaan ilmoituskanavan anonymiteetti voi herättää pelkoja epärehellisestä, anonyymista ilmoittajasta. Epärehellinen anonyymi ilmoittaja voisi olla kiusantekijä, joka haluaa aiheuttaa ongelmia joko työkaverilleen tai organisaatiolle. Tällainen kiusanteko ja väärät ilmoitukset ovat myös lain mukaan kiellettyjä (1171/2022, Laki ilmoittajansuojasta).

2.2 Eettinen organisaatiokulttuuri

Ilmoituskanavan toiminta perustuu tehokkaaseen ja selkeään viestintään organisaation ja työntekijöiden välillä. Johdon on viestittävä kanavan olemassaolosta, sen käyttöta-voista ja ilmoittajien suojasta niin, että työntekijät voivat luottaa sen toimivuuteen. Vies-tinnän tulee olla johdonmukaista, jotta työntekijät tietävät, että ilmoituksia käsitellään oikeudenmukaisesti ja eettisten standardien mukaisesti. Kuten edellä on mainittu, CCO-teorian mukaan organisaatiot muodostuvat ja kehittyvät viestinnässä.

Eettiset periaatteet (*Code of Conduct*) on eettinen ohjeisto, joka linjaa organisaation nä-kemyksen toivotun ja sallitun toiminnan rajoista (Kaptein, 2017, s. 3). Eettinen ohjeisto määrittää, miten organisaation kannalta tärkeät asiat kuuluu tehdä, mihin kannustetaan ja minkälaista toimintaa ei sallita (Kaptein, 2017, s. 3). Railborn ja Payne (1990, s. 882) toteavatkin eettisten periaatteiden tavoitteen olevan työntekijöihin vaikuttaminen, jos-kin usein eettiset periaatteet laaditaan ulkoisista syistä, kuten asiakkaan vaatimuksesta. Eettiset ohjeet ovat keskeinen osa ilmoittamista, koska ne ohjaavat ja antavat suuntaviivoja ilmoittamiselle.

Toisaalta organisaatiot toimivat sidosryhmiensä määrittelemissä ympäristöissä, joten eettinen ohjeisto on laadittava organisaatiokohtaisesti, mielellään dialogissa sidosryh-mien kanssa. Eettiset periaatteet ovat usein osa organisaation eettistä ohjelmaa, johon ilmoituskanavakin sisältyy (Railborn ja Payne 1990, s. 882). Eettisen ohjelman tarkoituk-sena on luoda ja kehittää periaatteita ja kulttuuria sääntöjen ja vahtimisen sijaan. Toi-saalta tässäkin on kulttuurieroja: Yhdysvalloista peräisin oleva vaatimustenmukaisuuden näkökulma eettisiin ohjeisiin korostaa juuri sääntöjä ja kieltoja, kun taas pohjoismainen näkökulma korostaa yhteisen toimintakulttuurin ja periaatteiden merkitystä.

Kuitenkin kaikista ohjeistuksista, säännöistä ja kulttuureista huolimatta organisaatioissa, kuten elämässäkin sattuu ja tapahtuu myös väärinkäytöksiä. Miceli & Near (2013, s. 15) kertovat väärinkäytöksiä tapahtuvan kaikenlaisissa organisaatioissa, voittoa tavoittele- vissa, voittoa tavoittelemattomissa ja julkisissa organisaatioissa. Organisaation

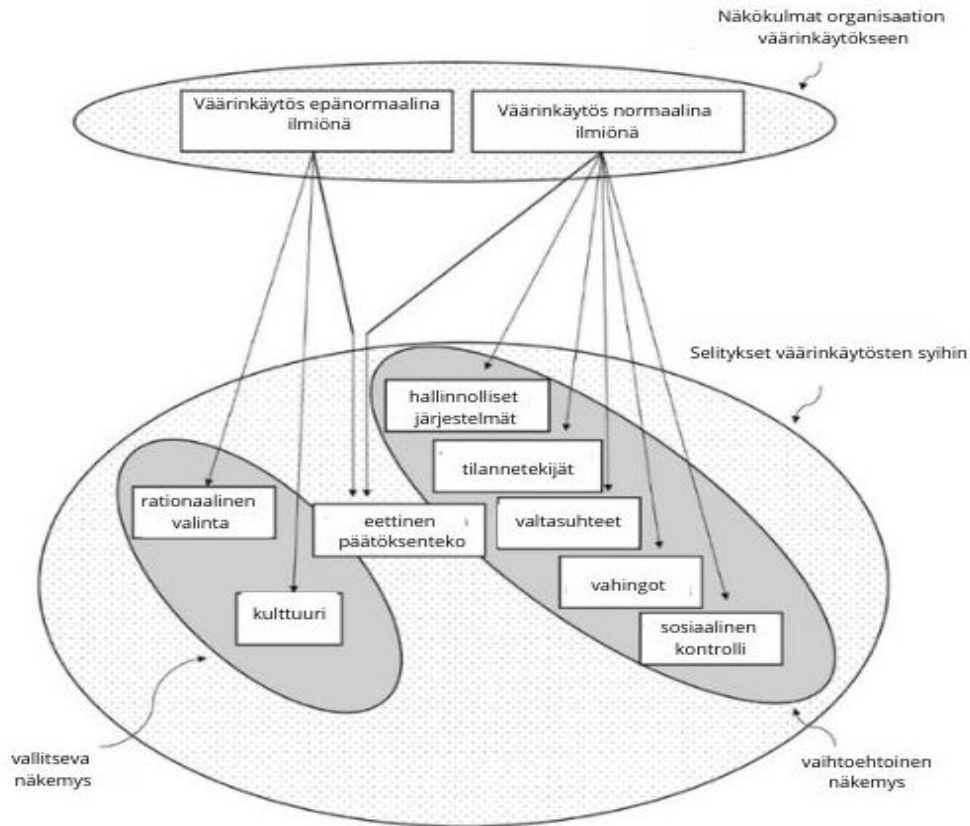
väärinkäytöksistä on haittaa monelle: ne ovat haitallisia uhrille, asiakkaalle, sijoittajille, työntekijöille ja myös enenevässä määrin väärinkäytösten tekijöille (Palmer, 2012, s. 1–2). Palmer (2012, s. 2) kuvaa kirjassaan kahdenlaista lähestymistapaa väärinkäyttäytymiseen.

Väärinkäytöksiä voidaan tarkastella väärinkäyttäjätymisen teorian pohjalta, joka pyrkii selittämään, miksi väärinkäytöksiä tapahtuu. Tarkoitan tässä tekstissä väärinkäyttäjätymisellä väärinkäytöksen tekoa. Kun tarkastelun painopiste siirtyy väärinkäytöksistä yksilön toimintaan, on tärkeää tarkastella, kuinka väärinkäyttäjätyminen määrittyy ja ilmenee organisaatiossa. Perinteinen näkökulma on, että väärinkäyttäjätyminen on epänormaalia. Toinen näkökulma, jota kutsun tässä vaihtoehtoiseksi näkemykseksi Palmeria mukaillen (kuva 2), käsittää väärinkäyttäjätymisen olevan normaalia. Se tapahtuu esimerkiksi vahingossa tai tilannetekijöiden, valtarakenteiden ja organisaation systeemien vuoksi (Palmer, 2012, s. 3). Harva ihminen ei ole joskus tehnyt virhettä vahingossa ja aiheuttanut vahinkoa. Näissä näkökulmissa väärinkäyttäjät nähdään joko ajattelevina ja rationaalisina toimijoina, mikä on perinteinen ja vallitseva näkemys, tai ajattelemattomina ja rajoitetusti rationaalisina toimijoina, joiden käyttäjätyminen muodostuu välittömässä sosiaalisessa ympäristössä, mikä edustaa vaihtoehtoista näkemystä, kuten Palmer (2012, s. 3) toteaa. Rationaalisuus ja ajattelemattomuus määrittävät usein tiedostamisen tason perusteella. Korkea tiedostamisen taso kuvataan hereillä olemisen tuntemuksena sekä yhteytenä tunteisiin ja intuitioon (Palmer, 2012, s. 13–14). Nämä näkökulmat väärinkäytöksiin ovat läsnä myös väärinkäytöksiä koskevia ilmoituksia tulkittaessa ja tarkasteltaessa, olivatpa organisaatiot tästä tietoisia tai eivät.

Väärinkäyttäjätyminen voidaan tulkita esimerkiksi yksilön epänormaaliutena tai moraalin puutteena tai toisaalta voidaan lähteä selvittämään, mikä järjestelmässä mahdollisti väärinkäyttäjätymisen (Palmer, 2013, s. 10). Molemmissa näkökulmissa on puutteensa. Ajattelemattomuus ja tiedostamisen puute selittyvät osittain myös organisaatioiden ympäristötekijöillä – organisaatiot ovat monimutkaisia ympäristöjä, jotka kuormittavat jäsentensä kognitiota.

Organisaatiokulttuurin ja erilaisten järjestelmien avulla voidaankin auttaa rajallisilla resursseilla toimivia työntekijöitä toimimaan tehokkaammin tässä monimutkaisessa ympäristössä (Palmer, 2013, s. 10). Palmer puhuukin rajoitetun rationaalisista työntekijöistä, jotka tekevät virheitä ja ovat toisinaan tarkkaamattomia. Organisaatiossa voidaan kuitenkin rakentaa systeemejä, jotka tukevat, estävät ja ennaltaehkäisevät tällaisissa tilanteissa. Tällaisia systeemejä ovat esimerkiksi ilmoituskanava ja organisaation eettiset ohjeet, jotka toimivat rakenteina auttaen navigoimaan rajoitettujen resurssien olosuhteissa.

Johdon toiveista huolimatta henkilöstö ei kuitenkaan välttämättä sisäistä jokaista ohjetta tai sisäistä arvoja, normeja ja uskomuksia. Tästä lähtökohdasta käsin voidaan perustella organisaation väärinkäytösten olevan normaalia ja näin ollen myös hyväntahtoisten ja lainkuuliaisten työntekijöiden olevan sille alttiita, kuten Palmer (2013, s. 9) perustelee. Kun lähtökohtana on organisaation väärinkäytösten normaalius, voidaan väärinkäytöksiä ehkäistä selkeällä viestinnällä eettisistä standardeista, kouluttamalla sekä välttämällä pienten väärinkäytösten huomaamatta jättämistä tai sallimista, mikä voi saada aikaan käsityksen hyväksytystä käytöksestä.



Kuva 2. Normaali väärinkäytös organisaatiossa. Näkökulmien, lähestymistapojen ja selitysten suhde toisiinsa (Palmer 2013, s. 4).

Mannion ja Davies (2015, s. 503–505) argumentoivat, että on yksinkertaistettua nähdä ilmoittaminen yksilön valintana – ennemminkin sitä tulisi tarkastella sosiaalisena kanssakäymisenä, järkeistämisenä (sensemaking) ja tarinankerrontana. Järkeistäminen on Weickin (2009, s. 57–58) teoria, jonka mukaan sosiaalinen asetelma, identiteetti, jälkikäteistarkastelu, vihjeet, meneillään oleva kehitys, todennäköisyys ja voimaansaattaminen ovat keskenään vuorovaikutuksessa ymmärtämisen ja järkeistämisen prosessissa. Weickin (2009, s. 57–58) häiriötilanteisiin sovellettu teoria sopii myös ilmoittamisen kontekstiin, sillä ilmoittaminen voi tuoda pinnalle organisaatiossa muhivan häiriötilanteen, esimerkiksi varojen kavaltamisen. Paljastuminen voi aiheuttaa häiriötä sisäisesti tai ulkoisesti, mikä voi altistaa ilmoittajan joutumisen ns. ”syntipukin” rooliin organisaatiossa. Tämän takia ilmoittamiseen liittyvässä keskustelussa ja tutkimuksessa pohditaan paljon

ilmoittajan suojaa. Yksilötasolla kokemus ilmoittamisesta voi toisinaan olla rankkakin tai jopa vaarallinen, mikäli organisaatio tai laki ei tarjoa ilmoittajalle riittävää suojaa.

Kenny (2019) kuvaa eettisten ilmoittajien kokemuksista ja yleisiä moraalisia ristiriitoja tai pelkoja, joita yksilö voi kohdata ilmoittamista harkitessaan. Nussbaum (2008, s. 28–30) osoittaa, miten tunteakseen vihaa on omattava monimutkainen uskomusten kokonaisuus: on uskottava, että jotain paha on tapahtunut itselle tai tärkeälle asialle tai ihmiselle. Vahinko ei ole vähäpätöinen vaan merkittävä, sillä se tehtiin jonkun toimesta ja oli luultavasti tehty tarkoituksella. Nämä uskomukset sisältävät havainnon jostakin, mitä yksilö pitää arvokkaana. Kenny (2019, s. 33) esittelee eettistä ilmoittamista koskevassa tutkimuksessaan tunteiden tunnistamisen teorian (affective recognition), joka merkitsee tunteiden tunnistamista (to recognize) itsessä ja toisissa sekä toisaalta toiselle annettua tunnustusta (recognition), arvostamista ja siitä annettua tunnustusta. Tunneteorioita on paljon muitakin antiikin ajoista lähtien. Esimerkiksi jo Aristoteles on käsitellyt tunnistamista siirtymisenä tietämättömyydestä tietämiseen ja luokitellut sen merkittäväksi osaksi tragediaa.

Tunnistaminen voi tapahtua eri tavoin, mutta sen tarkoituksena on paljastaa jotain tärkeää hahmojen tai tilanteen luonteesta (Reiners, Seppä ja Vuorinen 2009, s. 48–49). Kenny (2019, s. 184) kuvaa, miten hänen haastattelemansa eettiset ilmoittajat ajattelivat tulevia sukupolvia, arvoja ja integriteettiä. Ilmoittajat saivat tukea vanhoilta ystäviltä ja työkavereilta. Tunnelähtöistä tunnustusta saatiin myös menneisyyden ja tulevaisuuden ihmissuhteista – edesmenneiden isovanhempien tai tulevien sukupolvien ajattelu antoivat ilmoittajille voimaa selviytyä (Kenny (2019, s. 184). Syvä yhteys lähimmäisiin auttoi selviämään ja luomaan läpi käytävälle tilanteelle merkityksen. Toivon antaminen tuleville sukupolville ja arvojen välittäminen saivat ilmoittajat luopumaan tarjousista hiljentyä korvausta vastaan sekä auttoivat selviytymään kostavista johtajista, syrjivistä työkavereista ja syyttävistä journalisteista (Kenny, 2019, s. 173–194).

Paeth (2013, 560–561) tiivistää ilmoittamiseen sisältyvän useita moraalisia ristiriitoja, joista yksi on lojaaliuden ja vapauden ristiriita. Tämä ilmenee, kun lojaliteetti kohdistuu useisiin kohteisiin, kuten itsearvostus (itselle uskollisena pysymiseen), työnantajaan, työkavereihin, työyhteisöön, organisaatioon, asiakkaisiin, potilaisiin, sidosryhmiin tai totuuteen. Ilmoittamistilanteessa jotkin näistä lojaliteeteista ovat kuitenkin ristiriidassa keskenään (Paeth 2013, 560–561). Nämä ristiriidat ovat usein luonteeltaan moraalisia ja emotionaalisia.

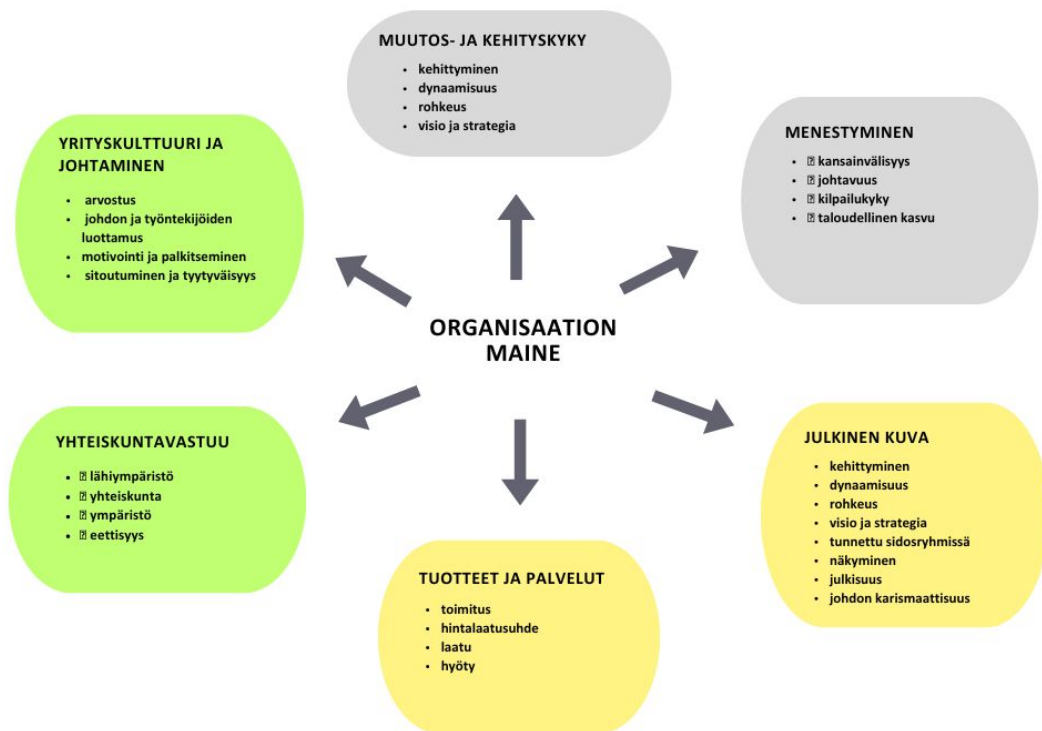
Ilmoittaja eli eettisen ilmoituksen tekijä, joka on havainnut väärinkäytöksen ja nostanut asian esiin, kohtaa usein eristämistä sekä organisaation sisällä että sen ulkopuolella. Eristämistä toteuttavat esimerkiksi rekrytointialan ammattilaiset, toimittajat, ystävät ja entiset kollegat (Kenny 2019, s. 161). Laissa tästä eristämisestä tai muusta ilmoittajaan kohdistuvasta häirinnästä puhutaan vastatoimina. Ilmoittajansuojalakiin kuuluu kohta, jossa kielletään kohdistamasta vastatoimia ilmoittajaan (1171/2022, Laki ilmoittajansuojasta). Kenny (2019, s. 167) korostaa, että ilmoittaja voi sisäistää muiden heihin kohdistamat kielteiset asenteet, mikä johtaa itsekriittisyyteen ja itsetunnon heikkenemiseen. Tämä voi aiheuttaa vakavaa stressiä, ahdistusta ja jopa itsetuhoisia ajatuksia. Tästä esimerkkinä Kenny (2019, s. 164) kuvaa Eugene McErleanin tapausta Allied Irish Bankissa, jossa ilmoittaja koki syvää epävarmuutta ja itsesyytöksiä, vaikka uskoikin toimineensa oikein. Eugene McErlean toimi pääauditoijana ja huomasi merkittäviä poikkeavuuksia pankin toiminnassa. Näihin kuului muun muassa piiloteltuja tappioita ja epäilyttäviä transaktioita, jotka rikkoivat sekä pankin omia sääntöjä, että Irlannin pankkisääntelyä. McErlean pyrki raportissaan varoittamaan pankin johdossa olevia henkilöitä epäselvyyksistä ja laittomuuksista, mutta kohtasi huomattavaa vastustusta. Hänen havaintojaan ei otettu vakavasti ja hänet asetettiin tilanteeseen, jossa hänen lojaaliutensa työnantajaa kohtaan joutui ristiriitaan totuudellisuuden ja eettisyyden kanssa. McErleanin kohtelemisen heijasti jäädyttämisstrategiaa (freezing out), jota käytetään organisaation sisäisten ilmoittajien hiljentämiseksi (Kenny 2019, s. 104).

Oikein toimiminen ja oikeudenmukaisuus onkin keskeisessä tarkastelussa Kennyn (2019) teoksessa, jossa ilmoittamista tarkastellaan tunteeseen pohjautuvan tunnustamisen (affective recognition) viitekehyksessä. Tällä Kenny viittaa tunteiden ja tunnesiteiden merkitykseen yksilön sosiaalisessa hyväksynnässä. Tunteet vaikuttavat yksilön kokemuksiin ja identiteettiin, erityisesti haastavissa tilanteissa, kuten ilmoitettaessa väärinkäytöksestä. Kenny (2019) hyödyntää käsitettä osoittaakseen, mikä vaikuttaa ilmoittamis päätökseen. Tunteet, kuten pelko, häpeä, syyllisyys ja oikeudenmukaisuuden tunne vaikuttavat siihen, päättääkö ihminen tuoda esiin epäeettisiä tai laittomia toimia. Näin ollen ilmoittaminen ei ole yksilöllinen teko, vaan sosiaalinen ilmiö, joka kytkeytyy laajempiin yhteiskunnallisiin ja kulttuurisiin normeihin. Ilmoittajan toiminta heijastaa usein laajaa pyrkimystä oikeudenmukaisuuteen (Kenny 2019, s. 210). Kennyn tutkimus tuo myös esiin tarpeen institutionaalisten normien vaikutusten tarkastelulle ilmoittamisen tutkimuksessa (Kenny 2019, s. 213). Institutionaalisella normilla tarkoitan vakiintuneita käytäntöjä, sääntöjä ja käyttäytymismalleja, jotka ohjaavat ja säätelevät yksilöiden ja ryhmien toimintaa niin organisaatioissa kuin yhteiskunnallisissa rakenteissakin

2.3 Ilmoituskanavan ja maineen suhde

Tässä alaluvussa käsittelen maineen ja eettisen ilmoituskanavan välistä suhdetta – miten ilmoituskanava vaikuttaa maineeseen ja miten maine luo pohjaa luottamukselle, jota käsitellään tarkemmin seuraavassa luvussa. Maine on kriittinen tekijä organisaation olemassaolon kannalta: esimerkiksi Fombrun (1996, s. 37–38) korostaa, että vahva ja johdonmukainen yrityskuva luo mainepääomaa (reputational capital), joka toimii piilevänä varallisuutena. Piilevä varallisuus viittaa aineettomiin resursseihin, joilla on merkittävä arvo, vaikka ne eivät näy suoraan taloudellisessa tilinpäätöksessä tai fyysisinä omaisuus-erinä. Mainepääoma antaa yrityksille selkeän kilpailuedun, koska se lisää sidosryhmien luottamusta ja uskottavuutta (Fombrun, 1996, s. 37–39). Mainepääoma voi muun muassa helpottaa uusien markkinoiden avaamista ja parantaa yrityksen taloudellista suori-tuskykyä. Fombrunin ja van Rielin (2007, s. 3–6) mukaan maineen hallinta ei ole pelkäs-tään hyvästä liiketoimintakäytännöstä johtuva sivutuote, vaan sitä on aktiivisesti hallit-tava ja rakennettava. Tämä prosessi edellyttää vahvan organisaatioidentiteetin luomista

ja johdonmukaista viestintää kaikkien sidosryhmien kanssa (Fombrun ja van Riel, 2007, s. 45–47). Fombrun ja van Rielin (2007, s. 45–47) mukaan maineen hallinta on kriittistä liiketoiminnan menestykselle ja yhtä tärkeää kuin muut liiketoimintafunktiot, kuten kirjanpito tai strateginen johtaminen. Hyvä maine luo vaurautta houkuttelemalla työntekijöitä, edistämällä asiakassuhteita ja voi mahdollistaa hintatason pitämisen korkeana. Fombrunin ja van Rielin mukaan hyvin tunnetut ja arvostetut yritykset nauttivat korkeasta luottamustasosta, mikä voi johtaa lisääntyneeseen tukeen sijoittajilta ja suurelta yleisöltä (Fombrun ja van Riel 2007, s. 120–123).



Kuva 3. Mainepyörä ilmoituskanavan kontekstissa (Aula ja Heinonen, 2011, s. 45).

Mainepyörän mallia (kuva 3) voidaan soveltaa eettisen ilmoittamisen kontekstiin, mikä auttaa ymmärtämään, kuinka eettistä ilmoittamista tukeva kulttuuri edistää ja ylläpitää organisaation mainetta eri osa-alueilla (Aula ja Heinonen, 2016, s.45; Fombrun, 1996, s.112). Yrityskulttuurin ja johtamisen näkökulmasta eettisen ilmoittamisen mahdollistaminen tarjoaa työntekijöillä luottamuksellisen kanavan epäeettisen toiminnan

raportointiin. Tämä tukee avoimuuden ja läpinäkyvyyden kulttuurin kehittämistä, mikä puolestaan lisää työntekijöiden luottamusta johtoon ja organisaatioon (Kaplan, Pany, Samuels ja Zhang, 2012, s. 111). Kun ilmoitukseen suhtaudutaan vakavasti ja niihin reagoidaan asianmukaisesti, se vahvistaa työntekijöiden sitoutumista ja tyytyväisyyttä, mikä heijastuu positiivisesti organisaation maineeseen (Miceli, Near ja Dworkin, 2014, s. 83).

Yhteiskuntavastuun näkökulmasta eettinen ilmoittaminen tukee organisaation rehellistä ja vastuullista toimintaa. Ilmoituskanavien avulla organisaatio voi tunnistaa ja puuttua toimintansa eettisiin ja ympäristöllisiin vaikutuksiin, mikä vahvistaa sitoutumista yhteiskuntavastuullisiin käytäntöihin. Menestymisen osa-alue maineen pyörässä eettisen ilmoituskanavan näkökulmasta liittyy organisaation johtamiskäytäntöjen ja luottamuksen parantamiseen niin sisäisesti kuin ulkoisestikin. Hyvä maine eettisyydessä voi lisätä kilpailukykyä, houkuttaa asiakkaita ja kumppaneita, jotka arvostavat vastuullisuutta. Tämä voi vaikuttaa organisaation taloudellisen tilanteen kohentumiseen.

Toisaalta on myös tärkeää huomata, että osa yrityksistä kokee vakavia mainehaittoja eettisten ongelmien tullessa julki, kun taas toiset selviävät mainekriiseistä nopeastikin ja ilman merkittävää haittaa liiketoiminnalle. Liiketoiminnalle merkityksellisempää voi olla esimerkiksi työntekijöiden tai muiden organisaatioiden kokema häpeä väärinkäytösten tullessa julki ja väärinkäytöksen tuottama särö luottamukseen.

3 Luottamus

Röttger (2018, s. 1) osoittaa, että luottamuksesta puhutaan postmodernissa yhteiskunnassa usein sen puuttuessa tai negatiivisesta konnotaatiosta käsin, epäluottamuksen ilmaantuessa esimerkiksi johtajaa tai asiantuntijaa kohtaan. Röttgerin (2018, s. 1) kuvaa, miten luottamus ja strateginen viestintä ovat tiiviisti yhteydessä toisiinsa: luottamus muodostuu yleensä tilanteissa, jotka pohjautuvat enimmäkseen viestintään. Luottamus ei pelkästään muodostu viestinnässä, vaan se on myös edellytys onnistuneelle viestinnälle ja vuorovaikutukselle.

Samoin toimii luottamus myös ilmoituskanavien esittelyteksteissä: luottamusta rakennetaan viestinnällä, mutta samalla luottamusta tarvitaan viestinnän onnistumisen edellytyksenä. Mikäli organisaation maine on epäluotettava ilmoittajan silmissä, luottamuksen rakentamiseen syntyy esteitä ja ilmoitus voi jäädä tekemättä. Röttger (2018, s. 1) kuvaa, että luottamuksen syntyminen ja sen määrä on merkittävästi riippuvainen siitä, miten luottamuksen kohde esittää (*present*) itsensä.

Luottamus ymmärretään usealla tavalla. Kuitenkin Röttger (2018, s. 3) on tunnistanut muutamia yleisesti tunnustettuja luottamuksen piirteitä:

1. Luottamus kehittyy luottajan (*trust-giver, luottamuksen subjekti*) ja luotetun (*recipient of trust, luottamuksen objekti*) välillä esimerkiksi jossakin tilanteessa, suorituksessa tai jonkin ongelman yhteydessä.
2. Luottamus perustuu havaintoihin ja kokemuksiin.
3. Luottamus perustuu luottamuksellisuuteen, jossa luottaja antautuu haavoittuvaiseksi luotetulle.
4. Luottamus suuntautuu tulevaisuuteen. Vasta luottamisen jälkeen selviää, oliko luottaminen kannattavaa.
5. Luottamus on vapaaehtoista, sitä ei voi pakottaa tai vaatia.

Röttgerin mukaan (2018, s. 2) sosiologian tieteenalalla luottamuksen tutkimus keskittyy usein systeemeihin ja instituutioihin. Artikkelissa painotetaan selkeää erontekoa

systemeihin ja instituutioihin luottamisen ja ihmisten välisen henkilökohtaisen luottamuksen välillä. Myös Manninen (2018, s. 9) määrittelee journalismia koskevassa teoksessaan luottamuksen vallitsevan vain tilanteessa, jossa luotetun henkilön toimintaa ei voida eikä tulla kontrolloimaan.

Kontrolli on merkki epäluottamuksesta ja luotetun henkilön toiminnan rajoittamisesta. Giddensin (1990, s. 33) mukaan syvä, todellinen luottamus voi kohdistua vain johonkin, jolla ymmärretään olevan vapaa tahto ja vapaus toimia. Toisaalta luottamuksen kirjallisuudessa puhutaan myös monitoroinnista. Esimerkiksi Boström (2013, s. 240) tarkastelee luottamuksen ja monitoroinnin välistä ristivetoa. Monitorointi on seuranta tai tarkkailua, jonka avulla pyritään varmistamaan esimerkiksi vastuullisuustavoitteiden toteutuminen tai erilaisten sääntöjen noudattaminen.

Organisaation voidaan katsoa muodostuvan vuorovaikutuksessa, kuten Christensen ja muut (2022, s. 354–367) osoittavat. Tästä voidaan päätellä, että sidosryhmien ollessa vapaita toimimaan, organisaation yhteistoiminta mahdollistuu sananvapauden lisääntyessä. Lewis ja Kurtweight (1985, s. 967–985) määrittelevät luottamuksen koostuvan tunneperäisestä ja rationaalisesta ajattelusta. Lee, Dirks ja Campagna (2022, s. 547) osoittavat tutkimusaukon erityisesti luottamuksen tunteiden ja affektien tutkimuksessa. Aiemmissä luottamuksen ymmärtämistä käsittelevissä malleissa tunteet on nähty vain osittaisena tekijänä luottamuksen muodostumisessa. Lee, Dirks ja Campagna kuvaavat artikkelissaan (2022, s. 554–557) myös tunteiden yhteisvaikutusta luottamukseen. Luottajan ja luotettavan tunteet vaikuttavat toisiinsa ja voivat vahvistaa tai heikentää luottamusta. Tunteiden ilmaiseminen voi olla erityisen tärkeää konfliktitilanteissa, kuten neuvotteluissa tai eettisissä dilemmoissa (Lee, Dirks ja Campagna (2022, s. 554–557). Eettisessä ilmoittamisessa usein kyseessä on nimenomaan eettiset dilemmat, joten tästä näkökulmasta tunteiden näkökulma olisi hyvä ottaa huomioon. Ilmoittaja voi olla myös peloisaan ja tilanne voi olla poikkeuksellisen paineinen, mikä olisi hyvä ottaa huomioon käsittelyvaiheessa, samoin ilmoittajan mahdollinen olotila sekä toisaalta myös käsittelijöille pintaan nousevat tunteet. Toisinaan kyseessä voi olla tilanne tai ihmisiä, jotka

koskettavat käsittelijää läheltä. Tästä syystä myös käsittelijöiksi olisi hyvä valita henkilöitä, joilla on hyvät tunteidenkäsittelytaidot ja paineensietokyky eli kyky pysyä rauhallisena paineistetussa tilanteessa.

Ilmoituskanavien yhteydessä luottamus läpäisee yksilöiden väliset vuorovaikutussuhteet, yhteisön, organisaation, instituution ja yhteiskunnan. Luottamus mahdollistaa yhteistyön toisten kanssa ja auttaa edistämään toivottuja asioita. Sissela Bok (1978, s. 31) kuvaa luottamuksen merkitystä seuraavasti: ”Ihmisille tärkeät asiat kukoistavat luottamuksen ilmapiirissä”.

Baier (1986, s. 231) lisää tähän kuitenkin, että kaikkea, mihin luotamme, ei kuitenkaan kannattaisi edistää. Luottamus voi siis olla toisinaan myös perusteetonta. Baier (1986, s. 231–260) antaa tästä esimerkiksi sen, miten luotamme kehomme lentäjän ja lääkärin varaan, lapset päiväkoteihin, ja aiemmin luotettiin, ettei ruuassa ole myrkkijä. Myrkyt ruuan yhteydessä voivat tarkoittaa esimerkiksi keholle haitallisia tuholaistorjunta-aineita, joita voi päätyä elimistöön, jos kemikaalien kanssa ei toimita huolellisesti. Baierin toteamusta voisikin muokata muotoon, että kaikkea, mihin luotamme, ei kannata jättää tutkimatta tai tarkistamatta. Näin ollen muodostetaan järjestelmiä: torjunta-aineet tutkitaan ja lentäjiä puhallutetaan.

Organisaatiokontekstissa kyse on usein esimerkiksi varoista tai turvallisuudesta, jonka luotamme toisten käsiin. Yksin on haastavaa tai mahdotontakin luoda toimivia kokonaisuuksia, sillä tehtävät vaativat osaamista, ja niitä on useita. Lennolle lähtö ei olisi sujuvaa tai kovin turvallistakaan, jos yksi ihminen vastaisi koko prosessista: turvatarkastuksesta, laukujen kuljettamisesta ja sadan hengen lennättämisestä kohteeseen. Yhteistyö on välttämätöntä ja tämän vuoksi yhteisössä ja organisaatiossa on voitava luottaa toisiin toimijoihin.

Organisaatiossa elää usein rinnakkain useita erilaisia identiteettiryhmiä. Herrera ja Kydd (2022, s. 727–741) näyttävät teoreettisessa mallissaan, miten luottamus erilaisen

identiteettiryhmien välillä kasvaa, kun yksilöt toisesta ryhmästä tarttuvat mahdollisuuden olla yhteydessä niin sanotun ”toisen” ryhmän kanssa, ja kun vuorovaikutukseen vastataan positiivisesti. Tätä prosessia edistää se, että yksilöt eivät ole liian vihamielisiä toiselle ryhmälle, ovat joustavia muuttamaan uskomuksiaan suhteessa uuteen informaatioon ja että yksilöt ovat riittävän kiinnittyneitä omaan ryhmäänsä, jotta voivat rehellisesti kertoa kokemuksistaan toisen ryhmän jäsenien kanssa.

Luottamus on tärkeää niin sisäisesti kuin ulkoisestikin – ulkoisesti luottamuksen kohteena on viestinnällisesti erityisesti organisaation maine. Miceli ja muut (2012, s. 5) toteavat, että väärinkäytöksen ilmiantaminen sisäisesti antaa organisaatiolle mahdollisuuden käsitellä ongelmaa mainetta menettämättä. Lisäksi artikkelissa todetaan, että akateeminen kirjallisuus pitää ilmoittamista suotuisana keinona parantaa hallintoa.

Seifert, Sweeney ja Joireman (2010, s. 709–710) löysivät sisäisiin tarkastajiin ja johdon kirjanpitäjiin keskittyvässä tutkimuksessaan, että oikeudenmukaiset ilmoittamisen käytännöt ja mekanismit todennäköisesti lisäävät ilmoituksia todennäköisistä sisäisistä tilinpäätöspetoksista. Tästä voidaan päätellä, että esimerkiksi johdon ja henkilöstön välinen luottamus kasvaa, kun ilmoittamiseen liittyvät prosessit, johto ja sen kanssa käydyt keskustelut, näyttävät oikeudenmukaisina. Tämän lisäksi Sims ja Keenan (1998, s. 412) ovat kuvanneet ilmoittamisen kannalta tärkeäksi esihenkilön luoman kannustavan ilmapiirin. Kannustavaksi ilmapiiriksi määritellään tutkimuksessa empaattinen, kuunteleva ja molemminpuoliseen kunnioitukseen perustuva vuorovaikutus.

Tämä kannustava ilmapiiri on mahdollista luoda myös organisaation verkkosivujen alustalla olevan ilmoituskanavapohjan välityksellä, jolloin vuorovaikutus siirtyy digitaalseksi. Simpson (2017, s. 443) on tutkinut, miten telemaattinen läsnäolo eli läsnäolo fyysisesti erillisessä paikassa teleyhteyden välityksellä vaikuttaa luottamuksen syntyyn. Simpson on kehittänyt eteenpäin puheaktiteoriaa digitaalisesti välittyneeseen viestintään. Ilmoittaminen onkin puheakti eli kielellinen teko, samoin kuin ilmoituskanavan esittely tai johdattelu. Teknologiavälitteisessä vuorovaikutuksessa luottamukseen vaikuttaa näin ollen

myös suhtautuminen ja kokemukset teknologiasta ja digitaalisuudesta, esimerkiksi epäluottamus tai pelko digitaalista alustaa kohtaan, kuten datan vuotamisen riskiä kohtaan.

3.1 Luottamuksen rakentamisen keinot

Bourne (2013) tutki PR:n roolia luottamusstrategiana globaalien finanssimarkkinoiden diskursseissa. Bourne tarkasteli, miten luottamus ja epäluottamus tuotetaan tiedolla, viestinnällä ja vallankäytöllä finanssimarkkinoilla, erityisesti henkivakuutussektorilla (s. 52), joka on herkkä luottamuksen vaihteluille, mikä puolestaan johtuu sen erityisestä luonteesta: asiakkaat luottavat pitkällä aikavälillä siihen, että vakuutusyhtiö täyttää tulevat sitoumuksensa, joita ei ehkä realisoida ennen vuosikymmeniä. Bourne (2013, s. 52) haastaa perinteisen näkemyksen PR:n roolista strategisena luottamuksen rakentajana ja esittää teoreettisen viitekehyksen, jossa PR-toimijat nähdään luottamusvälittäjinä (trust intermediary). Tämä rooli viittaa siihen, että PR ei ainoastaan tue luottamusta organisaatioihin, vaan osallistuu myös vallankäyttöön ja diskursseihin, jotka tuottavat sekä luottamusta että epäluottamusta eri toimijoiden välillä.

Bourne (2013, s. 56) tarkastelee muun muassa, miten järjestelmäluottamus syntyy, ja viittaa erityisesti Giddensin (1990, s. 88) järjestelmäluottamuksen teoriaan. Järjestelmäluottamus tarkoittaa sitä, että luottamus kohdistuu monimutkaisiin asiantuntijajärjestelmiin, kuten taloudellisiin, teknisiin tai tieteellisiin rakenteisiin, eikä niinkään yksittäisiin henkilöihin tai toimijoihin. Tämä luottamus on kasvotonta, koska sen kohteena ei ole fyysisesti läsnä oleva henkilö, vaan abstrakti järjestelmä, jonka oletetaan toimivan asiantuntevasti ja oikein (Bourne, 2013, s. 55).

Järjestelmäluottamus on olennainen modernien yhteiskuntien toiminnalle, koska se vähentää epävarmuutta ja mahdollistaa luottamuksen säilymisen silloinkin, kun yksittäisten ihmisten välinen vuorovaikutus on vähäistä tai olematonta. Esimerkiksi finanssijärjestelmien kohdalla kuluttajat luottavat siihen, että järjestelmien osapuolet – pankit, sijoitusyhtiöt ja muut toimijat – toimivat heidän etujensa mukaisesti, vaikka heillä ei olisi henkilökohtaista suhdetta näihin toimijoihin. Tämä tekee järjestelmäluottamuksesta

merkittävän välineen, joka mahdollistaa laajamittaisen yhteiskunnallisen ja taloudellisen toiminnan (Bourne, 2013, s. 55–56). Tämä viitekehys soveltuu myös eettisten ilmoituskanavien järjestelmiin, joissa luottamuksen ja järjestelmien rooli korostuu. Ilmoituskanavan esittelyteksti on myös usein samalla tavalla kasvoton kuin Bournen kuvaamat finanssijärjestelmät. Ilmoittajien on luotettava siihen, että järjestelmä, jonka kautta väärinkäytöksistä raportoidaan, toimii oikein ja että heidän tietonsa käsitellään asianmukaisesti ja luottamuksellisesti.

Tässä kontekstissa järjestelmäluottamuksen ylläpitäminen edellyttää erityistä huomiota läpinäkyvyyteen ja turvallisuuteen. Ilmoittajien kokemus siitä, että järjestelmä on luotettava, vaikuttaa suoraan heidän halukkuuteensa käyttää ilmoituskanavaa. Jos järjestelmän toimintatavat näyttäytyvät epäluotettavina – esimerkiksi, jos on pelkoa tietovuodoista tai siitä, että ilmoituksia ei käsitellä asianmukaisesti – järjestelmäluottamus romahtaa ja ilmoittajien halukkuus käyttää kanavaa vähenee. Bournen mukaan luottamuksen ylläpito on monimutkainen prosessi, jossa vallankäyttö ja asiantuntijajärjestelmien kyky hallita luottamusta ovat keskeisessä roolissa (Bourne, 2013, s. 56–57). Näin ollen järjestelmäluottamuksen ylläpitäminen on keskeistä ilmoittamiskulttuurin kehittämisessä ja vahvistamisessa.

Bournen (2013, s. 51) tutkimus keskittyi siihen, kuinka luottamus ja epäluottamus tuotetaan ja miten sitä hallitaan ja käytetään vallankäytön välineenä. Hän analysoi PR:n roolia näissä prosesseissa ja tarkasteli, miten yritykset ja instituutiot pyrkivät luomaan ja ylläpitämään luottamusta etenkin epävarmuuden aikana, kuten talouskriisien yhteydessä. PR-strategioiden keskeisenä tehtävänä on vakuuttaa markkinoiden sidosryhmät yritysten ja instituutioiden luotettavuudesta ja vakaudesta.

Tutkimuksessaan Bourne (2013, s.69–71) tunnisti viisi luottamuksen rakentamisen keinoa: suojeleminen, takaaminen, todisteet, toiminnan avaaminen ja yksinkertaistaminen. Suojeleminen viittaa organisaation kykyyn suojata asiakkaidensa varoja ja oikeuksia. Tämä luottamuksen tuottamisen keino on keskeinen erityisesti silloin, kun on kyse

riskienhallinnasta ja varojen turvaamisesta. Toinen keino on takaaminen (guarenteeing), eli organisaation on voitava antaa lupauksia ja varmistaa, että ne pystytään pitämään. Tämä lisää asiakkaiden luottamusta siihen, että organisaatio toimii sitoumuksensa mukaisesti.

Kolmas keino on todisteet, mikä tarkoittaa organisaation aseman yhdistämistä muihin luottamusta vahvistaviin instituutioihin, esimerkiksi noudattamalla alan standardeja tai liittymällä luotettaviin ammatillisiin verkostoihin. Neljäs keino, avoimuus (making visible), liittyy siihen, miten organisaatio tekee toimintansa ja päätöksensä näkyväksi ja läpinäkyväksi. Tämä auttaa vahvistamaan luottamusta yleisön ja asiakkaiden keskuudessa. Viides keino on yksinkertaistaminen (simplifying), jonka avulla organisaatiot selittävät monimutkaisia prosesseja ja tuotteita ymmärrettävällä ja selkeällä tavalla, mikä vähentää epävarmuutta ja lisää luottamusta organisaation toimintaan.

Nämä viisi luottamuksen rakentamisen keinoa muodostavat viitekehyksen, jonka avulla Bourne osoittaa, miten organisaatiot voivat sekä rakentaa että ylläpitää luottamusta, mutta myös, miten epäluottamus voi syntyä, jos jokin näistä tekijöistä epäonnistuu (Bourne, 2013, s. 69–71).

Taulukko 1. Luottamuksen rakentamisen keinot (Bourne 2013, s. 69).

1.	2.	3.	4.	5.
Suojeleminen	Takaaminen	Todisteet	Toiminnan avaaminen	Yksinkertaistaminen
”Me edustamme sidosryhmiemme etua, sillä he kantavat riskit.”	”Me tuotamme varmasti asetettujen tulokset määräajassa.”	”Me teemme yhteistyötä muiden luotettavien tahojen kanssa.”	”Olemme totuudellisia, avoimia ja yksityiskohtaisia”	”Olemme riittävän asiantuntevia kertoamaan tekevästämme selkeällä kielellä.”

henkilötietojen suojeleminen	laadukkaat prosessit	viittaukset standardeihin	näytöt läpinäkyvyydestä	täsmällistä, oikea-aikaista ja hyödyllistä tietoa
anonyymiyden suojeleminen väärinkäytön paljastamisessa		ohjelmat	prosessin avaaminen	
luottamuksellisuuden vetoaminen		yhteistyökumppanit (ulkoistettu kanava)	eettisen toiminnan esittely	

Yllä olevassa taulukossa 1 selkeytän viisi keskeistä luottamuksen rakentamisen strategiaa: suojeleminen, takaaminen, todisteiden esittäminen, toiminnan avaaminen ja yksinkertaistaminen (Taulukko 1).

- 1) Suojeleminen (protecting). Tässä tutkimuksessa suojeleminen viittaa esimerkiksi henkilötietojen suojelemiseen, kuten mahdollisuus anonyymiyteen tai suojelemaan väärinkäytöksiä paljastettaessa, jotta ilmoittaja ei itse joutuisi ongelmiin. Katson suojelemisen keinoksi myös luottamuksellisuuden vetoamisen.
- 2) Takaaminen/varmistaminen (quaranteeing): toimijoiden on annettava näyttöä, että he voivat varmuudella tuottaa konkreettisia ja mitattavia tuloksia. Takuut esitetään korkealaatuisina prosesseina.
- 3) Todisteet/todistukset (aligning) ovat luottamuksen osoituksia muilta luotettavilta tahoilta. Ilmoituskanavien yhteydessä voisi olla kyseessä esimerkiksi siitä, että organisaatio noudattaa GDPR(General Data Protection Regulation)-lakia eli lakia tietosuojasta, yleisiä hyviä eettisiä käytäntöjä tai kytkeytyy johonkin tiettyyn ohjelmaan.
- 4) Toiminnan avaaminen ja läpinäkyvyys ovat keinoja rakentaa luottamusta osoittamalla näyttöä totuudellisuudesta ja läpinäkyvyydestä. Nämä tekniikat sisältävät vapaan ajatusten esittämisen ja vastuun kantamisen.

- 5) Yksinkertaistaminen, jolloin osoitetaan asiantuntijuutta selittämällä toimintaa yksinkertaisesti. Yksinkertaistetun tiedon tulee olla täsmällistä, oikea-aikaista ja hyödyllistä, jotta se rakentaisi luottamusta.

Näitä keinoja tarkasteltaessa on hyvä huomata, että laki (1) ei suojele ilmoittajaa kaikissa ilmoitustilanteissa, esimerkiksi kansallista turvallisuutta koskevissa ilmoituksissa (eur-lex.europa.eu, 2024). Myöskään EU:n ulkopuolisia asiakirjoja ja tietoja koskevat tiedot eivät kuulu EU:n lainsäädännön piiriin.

(1) Kansallinen turvallisuus säilyy yksinomaan kunkin jäsenvaltion vastuulla. Unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön mukaisesti tätä direktiiviä ei näin ollen olisi sovellettava ilmoituksiin sellaisia hankintoja koskevista rikkomisista, joihin liittyy puolustus- tai turvallisuusnäkökohtia, jos nämä näkökohdat kuuluvat SEUT 346 artiklan soveltamisalaan.

Bournen (2013) luottamuksen rakentamisen keinojen lisäksi Kodish (2017, s. 358) tunnistaa tutkimuksessaan seuraavat luottamusta rakentavat tekijät organisaatiossa: pätevyys (competence) ja integriteetti, jota voitaisiin kuvailla korkeaksi moraaliksi. Tuloksissa heijastuu myös lupaamisen merkitys luottamuksen rakentamisessa. Lupauksien rakentama luottamus realisoituu luottamuksen toteutuessa, ei vielä luvattaessa (Röttger 2018, s. 3). Edellä mainittuun pohjaten käytän tarkastelussa seuraavia kategorioita, joissa yhdistän Bournen (2013) ja Kodishin (2017, s. 358) luottamuksen rakentamisen keinot:

- 1) Suojeleminen
- 2) Integriteetti, hyväntahtoisuus
- 3) Takaaminen, varmistaminen, lupaaminen
- 4) Toiminnan ja muutokseen pyrkimisen korostaminen
- 5) Todisteet, todistukset, pätevyys
- 6) Toiminnan avaaminen, läpinäkyvyys, suorapuheisuus, yksinkertaistaminen
- 7) Oikea-aikaisuus

3.2 Luottamuksen suhde valtaan

Ilmoittamiseen ja ilmoituskanaviin liittyy keskeisesti valta-asetelmia, jotka sisältävät osapuolten välisiä ristiriitoja ja jännitteitä. Tässä luvussa tarkastelen luottamuksen ja vallan välistä suhdetta erityisesti ilmoituskanavien kontekstissa. Keskeinen kysymys on, voiko luottamusta olla tilanteissa, joissa valvonta on läsnä. Lisäksi tarkastellaan, miten yksilölliset erot vaikuttavat valvonnan kokemiseen ja siten luottamuksen rakentumiseen. Tarkastelu perustuu Michel Foucault'n (1975) käsityksiin vallasta ja kurinpidosta sekä Haugaardin (2009) ja Göhlerin (2009) esittämiin vallan ulottuvuuksiin, ja pyrin integroimaan nämä teoriat keskenään syvällisemmän analyysin aikaansaamiseksi.

Haugaard (2009, s. 43) erottaa vallassa kaksi ulottuvuutta: toimijuus (power to) ja vallankäyttö (power over). Näiden kahden ulottuvuuden ero on keskeinen luottamuksen ja vallan välisen suhteen ymmärtämiseksi. Toimijuus viittaa yksilön kykyyn toimia itsenäisesti ja tehdä päätöksiä ilman ulkoista pakotetta, kun taas vallankäyttö liittyy valtaan, joka kontrolloi muita ja asettaa rajoja yksilön toiminnalle.

Göhler (2009, s. 28) kuitenkin tarkentaa, että toimijuus on sidoksissa rakenteisiin, eikä ole täysin autonomista. Hänen mukaansa toimijuus kuuluu vallankäytön kategoriaan, koska yksilön kyky toimia riippuu osaltaan rakenteista, joissa hän toimii. Tämä näkemys tuo esiin jännitteitä luottamuksen ja vallankäytön välillä: voiko yksilö todella luottaa organisaatioon, jos hänen toimijuutensa on aina jollain tavalla valvottua tai rakenteiden määrittelemää? Göhler määrittelee toimijuuden rakenteista riippuvaiseksi ja sisällyttää sen toimijuuden vallankäytön -kategoriaan.

Toimijuus ei Göhlerin mukaan ole sidonnainen muihin ihmisiin, vaan on kyky tehdä tai saavuttaa jotain muista ihmisistä riippumattomana, autonomisesti (Göhler 2009, s. 28). Näin ollen toimijuus merkitsisi toimintaa, jota ei tarkastella suhteessa muihin, se on autonomista toimintaa. On haastavaa kuvitella tilanteita, joissa yksilö olisi täysin autonominen, kun vuorovaikutus ympäristöön ja muihin ihmisiin on voimakkaasti läsnä läpi

elämän. Toisaalta on kuitenkin tilanteita, joissa yksilö autonomisella toiminnallaan sätee aiemmat rakenteet ikään kuin asfaltin läpi kasvava koivu. Toisin sanoen, vaikka ilmoittajalla voi olla halu ilmoittaa epäkohdista, hänen kykynsä toimia riippuu tämän näkökulman mukaan siitä, miten organisaation valtarakenteet (esim. ilmoituskanava ja säädökset) mahdollistavat tai rajoittavat tätä toimintaa. Tämä tekee ilmoittamisesta rakenteellisesti sidottua toimintaa, mikä osaltaan synnyttää luottamuksen ja vallankäytön jännitteen. Keskeisiä rakenteita ilmoittamisessa ovatkin esimerkiksi aiemmin esitelty eettiset ohjeet (code of conduct) ja ilmoituskanavan läpinäkyvät prosessit.

Foucault'n (1977, s. 170–194) teorialla vallasta ja valvonnasta tarjotaan viitekehyksen ilmoituskanavien ja valvonnan väliselle yhteydelle. Foucault'n (s. 170–194) kurinpidollisen vallan teoria tarjoaa hedelmällisen viitekehyksen ilmoittamisen tarkastelulle organisaatiokontekstissa. Foucault'n (1977, s. 170–194) mukaan modernit instituutiot, mukaan luettuina organisaatiot, käyttävät valtaa hallitakseen ja valvoakseen yksilöitä hienovaraisilla kurinpidollisilla mekanismeilla. Näiden mekanismien avulla työntekijöiden toimintaa ohjataan ja valvotaan, usein ilman, että yksilöt tiedostavat jatkuvan kontrollin luonteen. Organisaatioissa tämä voisi tarkoittaa sitä, miten työntekijät toimivat normatiivisissa järjestelmissä, joita säätelevät erilaiset säännöt, toimintatavat ja valvontamekanismit. Ilmoituskanava voidaan nähdä osana tätä kurinpidollista järjestelmää, jossa työntekijät voivat raportoida epäsovinnasta käytöksestä. Tällainen järjestelmä voi luoda itsessään valvontamekanismeja ja vaikuttaa työntekijöiden käyttäytymiseen.

Foucault'n (1975, 200–209) panoptikon-käsite on hyödyllinen analysoitaessa ilmoituskanavia osana organisaation valvontamekanismeja. Ilmoituskanavat voivat toimia paitsi keinona korjata epäkohtia, toisaalta myös osana organisaation valvontarakennetta, jossa työntekijöiden odotetaan tarkkailevan ja raportoivan toistensa väärinkäytöksistä. Foucault'n panoptikon (1975, 200–209) on tästä näkökulmasta relevantti käsite. Termi panoptikon tulee kreikan sanoista *pan* (kaikki) ja *optikon* (näkevä). Panoptikon on vankilajärjestelmä, jossa kaikki sellit ovat nähtävissä rakennuksen keskeltä. Tämä luo vangeille jatkuvan tunteen tarkkailusta, koska heitä voidaan katsoa milloin vain (Foucault 1975, s. 193).

Tätä valvonnan menetelmää voidaan tarkastella rinnakkain ilmoituskanavan kanssa: kaikki teot voivat olla tarkkailtavina ja tulla organisaation tietoon esimerkiksi tiimiläisen ilmiäntamina. Tämä voi luoda tunteen tarkkailun alaisena olemisesta, vaikka tarkkailu olisikin vain sattumanvaraista. On kuitenkin tärkeää huomioida, että valvonnan kokemus ei ole universaali. Yksilölliset erot, kuten taustat, työroolit ja aikaisemmat kokemukset, vaikuttavat siihen, miten valvonta koetaan. Joillekin työntekijöille valvonta voi olla turvallisuutta tuottava mekanismi, kun taas toisille se näyttää rajoittavana ja ahdistavana. Tämä ero on keskeinen ymmärrettäessä luottamuksen ja vallankäytön suhdetta: valvonta ei ole ainoastaan organisaation väline, vaan sillä on eri merkityksiä eri ihmisillä, ja nämä merkitykset vaikuttavat luottamukseen ilmoituskanavaa kohtaan. Esimerkiksi organisaation johdossa voi jollakin olla pelko, että työntekijät alkavat vahtimaan hänen joikaista liikettään. On kuitenkin tärkeää korostaa, että mahdollinen valvonta kohdistuu ensisijaisesti organisaation yhteisiin ja usein kollektiivisesti sovittuihin toimintatapoihin ja lainmukaisuuden valvontaan, esimerkiksi lahjonnan, organisaation varojen väärinkäyttämisen tai ympäristörikosten ehkäisemiseksi. Tämä näkökulma selittää osaltaan, miksi ilmoittamisen teemat rajataan esittelyteksteissä, mikä auttaa ohjaamaan ilmoittajaa tietynlaiseen ja tarkoituksenmukaiseen ilmoittamiseen.

Fairclough (1992, s. 201) kuvaa yleisen keskustelun demokratisoitumista (*democratization*) viimeisten vuosikymmenien jatkumona, millä tarkoitetaan epätasa-arvoisuuden poistamista ihmisryhmien välillä, erityisesti kielellisten ja sosiaalisten valtasuhteiden tasolla. Tällä hän tarkoittaa sitä, että diskurssissa käytetyt kieli- ja viestintäkeinot eivät enää yhtä selvästi heijasta perinteisiä hierarkioita tai valta-asemia, jotka ovat olleet mukana luomassa ja ylläpitämässä sosiaalista eriarvoisuutta. Vallan merkitsijöitä, kuten titteleitä, arvojärjestyksiä ja käskytyksen tapoja häivytetään diskurssista. Yksi demokratisoitumisen osa-alue on vallan merkitsijöiden eli valta-asemaa kuvaavien ilmaisujen häivyttäminen valtasuhteissa (Fairclough 1992, s. 201). Tästä esimerkkinä voisi olla termin ”alainen” korvaamista neutraalimmalla ”työntekijä”-termillä, joka ei korosta toisen osapuolen alempaa asemaa. Tämä vähentää valtasuhteiden näkyvyyttä.

Diskurssin demokratisoituminen pyrkii siis luomaan kielellistä tilaa, jossa eri toimijat voivat osallistua viestintään tasavertaisina, riippumatta sosiaalisesta tai institutionaalisesta asemastaan. Ilmoituskanava on myös tällainen merkittäjä, sen juurruttaminen organisaation kulttuuriin voi tasa-arvoistaa äänivaltaa organisaation lainatessa äänivaltaansa työntekijöilleen. Ilmoituskanavat tarjoavat työntekijöille vaikutusvaltaa asemasta riippumatta ja mahdollisuuden tuoda esiin epäkohtia ilman perinteisten valtarakenteiden rajoituksia, kuten esihenkilöille raportoimisen pakkoa.

Demokratisoitumiseen kuuluu myös eri toimijoiden osallistumismahdollisuuksien lisääminen. Eräällä tavalla ilmoituskanava myös osallistaa työntekijöitä eettisen organisaatiokulttuurin ylläpitämiseen. Ilmoituskanavat edustavat siten tätä demokratian ideaalia, koska ne mahdollistavat asemasta ja hierarkiasta riippumattoman mahdollisuuden toimijuuteen. Toisaalta tämän toimijuuden merkitystä ei pidä liioitella, sillä mikäli kyseessä ei ole viranomaisille kuuluva asia, on organisaation vallassa päättää toimenpiteistä asian suhteen.

McLuhanin kuuluisa lausahdus ”Väline on viesti.” (*The medium is the message.*) tiivistää, miten jokin kokonaisuus, artefakti, kuten media tai tässä tapauksessa ilmoituskanava ja sen ominaisuudet vaikuttavat yhteiskuntaan – tai organisaatioon. Organisaatioissa ilmoituskanavaa voidaankin pitää viestinä itsessään. Onko ilmoituskanava otettu lainmukaisesti käyttöön vai onko se ollut käytössä jo ennen lain vaatimustakin? Millaisia ominaisuuksia se sisältää – toteutuuko esimerkiksi lain vaatima anonymiteetti ulkoisen toteutuksen avulla vai onko organisaation IT:llä käytännössä mahdollisuus päästä ilmoittajan jäljille? Ilmoituskanavan tuoman viestin tulkintatavat vaihtelevat myös yksilöittäin. Onko ilmoituskanava valvonnan, tasa-arvon, luottamuksen vai eettisyyden väline? Tämä riippuu pitkälti siitä, miten, miksi ja millaisessa ympäristössä sitä käytetään.

Voidaankin todeta, että luottamuksen ja vallan välinen suhde organisaatioissa on monikerroksinen, erityisesti ilmoituskanavien yhteydessä. Foucault’n (1975) vallan ja

kurinpidon teorit auttavat ymmärtämään, miten valvonta ja toimijuus kietoutuvat yhteen. Ilmoituskanavat voivat toimia sekä vallan välineinä että luottamuksen rakentajina, ja niiden tulkinta riippuu pitkälti yksilön asemasta, kokemuksista ja organisaation eettisistä toimintatavoista.

Ilmoituskanavat voivat olla organisaation jäsenille keino tuoda esiin epäkohtia ja väärinkäytöksiä, mutta samalla ne voivat luoda tunteen valvonnasta, kuten Foucault'n panoptikon-ajatus havainnollistaa. Yksilöiden toimijuus organisaatioissa ei ole koskaan täysin autonomista, vaan se on sidoksissa organisaation rakenteisiin ja valvontamekanismeihin.

Jotta ilmoituskanavat voivat edistää luottamusta, on tärkeää, että organisaatiot luovat selkeitä ja läpinäkyviä käytäntöjä, jotka takaavat työntekijöiden anonymiteetin ja suojan mahdollisilta kostotoimenpiteiltä. Tämä edellyttää organisaatiolta eettistä sitoutumista ja avoimuutta, joka ei vain muodollisesti tarjoa ilmoituskanavaa, vaan myös varmistaa, että sitä käytetään organisaation jäsenten hyväksi eikä heidän kontrolloimisekseen.

Yhteenvetona voidaan todeta, että luottamuksen ja vallan välinen suhde ilmoituskanavien yhteydessä ei ole yksiselitteinen, vaan se edellyttää jatkuvaa vuoropuhelua ja tietoisuutta organisaation valtarakenteista. Ilmoituskanavat voivat toimia sekä luottamuksen rakentajina että vallan välineinä, ja niiden käyttö edellyttää sekä eettistä johdonmukaisuutta että organisaation jäsenten psykologisen turvallisuuden huomioon ottamista.

4 Ilmoituskanavan esittelytekstien analyysi

Tässä luvussa tarkastelen, miten luottamusta rakennetaan aineistossa retorisin ja diskurssiivisin keinoin. Aloitan analyysin retorisella analyysillä, jossa keskityn luottamuksen rakentamisen keinoihin. Tämän jälkeen siirryn diskurssianalyysiin, jossa pureudun luottamuksen rakentamisen performatiiviseen ulottuvuuteen sekä representaatiovaltaan. Retorisen analyysin avulla tarkastelen, millä tavoin luottamusta pyritään herättämään eetoskeksen, päätöksen ja logoksen keinoin. Diskurssianalyysissä keskityn asemoitumiseen ja faktan konstruointiin osana laajempaa argumentaatiokontekstia. Esitän analyysin tulokset muutamien esimerkin avulla, jotka valottavat luottamuksen representaation eri ulottuvuuksia.

Retorisen diskurssianalyysin lähtökohtana toimii tekstin tarkasteleminen tekemisenä ja sosiaalisena toimintana (Jokinen 2016, s. 338–339). Jokisen ja muiden (2016, s. 339) mukaan yksi keskeinen elementti retorisessa diskurssianalyysissä on asemoituminen eli tietyn aseman ottaminen. Asemoitumista tarkastellaan retorisessa diskurssianalyysissä sosiaalisena toimintana, joka on aina osa laajempaa sosiaalista kontekstia, jota kutsutaan argumentaatiokontekstiksi (Jokinen ja muut, 2016). Argumentteja tarkastellaan, mihin keskusteluun ne ovat puheenvuoroja ja mitä niillä tehdään (Jokinen, 2016 s. 340). Faktan konstruoinnilla sen sijaan tarkoitetaan Jokisen ja muiden (2016, s. 341) mukaan tilannetta, jossa pyritään saamaan kuvaukset näyttämään väitteiden sijaan tosiasioilta.

Puhujakategoriolla oikeuttamisen (Jokinen ja muut 2016, s. 346) keinoin rakennettiin teksteissä auktoriteettia. Esimerkiksi vetoaminen eettiseen toimikuntaan tai compliance-tiimiin rakentaa luottamusta vetoamalla erilliseen ryhmään, joka on vastuussa ilmoituksista. Tähän sisältyivät myös viittaukset lakiosastoon. Puhujakategoriolla oikeuttamalla representoidaan sitoutumista eettisiin toimintatapoihin käyttämällä organisaation sisäisiä ja ulkoisia auktoriteetteja.

Etäännyttäminen omista intresseistä ilmenee ilmoituskanavan esittelyteksteissä objektiivisuutta korostamalla, esimerkiksi ulkopuolisen riippumattoman tahon ylläpitämän

järjestelmän käyttämisellä. Toisaalta myös yhteisen hyvän, kuten organisaation eettisten periaatteiden ja lain noudattamisen korostaminen, ovat osa tätä luottamuksen rakentamisen keinoa. Lisäksi viittaukset laajempaan hyötyyn, kuten avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen vetoaminen, tukevat tätä keinoa.

Liittoutumisasteen säätely on retorinen keino, jolla puhuja säätää suhdettaan esitettyyn asiaan siten, että hän joko sitoutuu asiaan tai etäännyttää itsensä. Ilmoituskanavien esittelyteksteissä puhuja (organisaatio) rakentaa luottamusta sitoutumalla ilmoituskanavaan ja eettisiin periaatteisiin esimerkiksi representoimalla omaa proaktiivisuuttaan ilmoituskanavan suhteen. Etäännyttämällä organisaatio sen sijaan vetoaa ilmoituskanavan lainsäätelyyn ja velvoitteeseen. Vahva sitoutuminen voi herättää käsityksen, että organisaatio todella arvostaa avoimuutta ja on valmis toimimaan proaktiivisesti eettisten ongelmien ratkaisemiseksi. Vaihtoehtoisesti etäännyttäminen voi rakentaa ilmoittajalle käsitystä, että organisaatio toimii pakon edessä tai ulkoisen paineen alla. Liittoutumisasteen säätely ilmoituskanavan esittelytekstissä herättää hämmennystä erityisesti, jos se ei ole linjassa organisaation muun viestinnän ja kulttuurin kanssa.

Konsensuksella tai asiantuntijan lausunnolla vahvistaminen on retorinen strategia, joka hyödyntää yleistä mielipidettä tai asiantuntijuutta argumentin uskottavuuden lisäämiseksi. Tätä strategiaa ei käytetty aineiston teksteissä, mutta esimerkiksi maininta standardien mukaisesta järjestelmästä olisi tämän strategian mukainen keino rakentaa luottamusta. Myös tosiasiat puhuvat puolestaan -strategiaa käytettiin suhteellisen vähän ja sen käyttö meni analyysissä jokseenkin rinnakkain faktan konstruoinnin strategian kanssa tekstien samoissa kohdissa.

Kategorisointi ilmoituskanavan esittelyteksteissä jäsentelee ja hierarkisoi tietoa, mikä voi selkeyttää ja vahvistaa viestin sisältöä. Kategorisointi on vahvasti yhteydessä aiemmin mainittuun selkeyttämisen keinoon luottamuksen rakentamisen keinona. Kategorisoidulla saadaan esittelytekstin keskeiset asiat kirkastettua ja näin rakennettua luottamusta.

Lopuksi esitän vielä yksityiskohtien käyttämisen retorisia keinoja: yksityiskohdat rakentavat luottamusta hälventämällä epävarmuutta ja vastustusta, joka ilmoittajalle voi herätä epämääräisyydestä. Ilmoituskanavien esittelyteksteissä luottamusta rakennettiin retorisesti yksityiskohdilla, kuten prosessin kuvaamisella, turvallisuustoimenpiteillä ja yksityiskohdilla käsittelystä.

4.1 Retorinen analyysi

Esittelen seuraavaksi analyysin, jossa tarkastelen Bournen (2013) ja Kodishin (2017, s. 358) luottamuksen rakentamisen keinoja aineistossa. Esitän nämä muutaman esimerkin avulla.

Suojelemisesta (protecting) annetaan Kuntaliiton tekstissä lupaus (2). Kuntaliiton teksti on aineiston ainoa teksti, jossa annetaan lupaus suojelusta. Suojeleminen paatoksellisena retorisenä keinona vetoaa tunteisiin ja herättää turvallisuuden ja huolenpidon tunteita yleisössä.

(2) Väärinkäytösten ilmoittajia suojellaan vastatoimilta. (Kuntaliitto, 2022)

Vaasan yliopistolle ja poliisille yhteistä on suojelun keinon epäsuora (vrt. Kuntaliitto) käyttö, joka ilmenee lähinnä luottamuksellisuudesta ja anonyymiydestä puhumisena, mutta ei konkreettisenä lupauksena suojelusta. Poliisin tekstissä on kohtia, jotka implikoivat toisaalta jopa suojattomuutta (3).

(3) Mikäli mikään erillinen salassapitovelvoite ei tule sovellettavaksi, ilmoitus tulee julkiseksi heti ilmoituksen lähettämisen jälkeen tai viimeistään siinä vaiheessa kun asia on ratkaistu. (Poliisi, 2022)

Takaaminen/varmistaminen (quarenteeing) ja lupaaminen näkyvät esimerkiksi Vaasan yliopiston tekstissä viittauksena palautteeseen, joka lähetetään ilmoituksen tekijälle (4).

- (4) Lomakkeen kautta tehdyt ilmoitukset otetaan käsittelyyn kuukauden kuluessa ilmoituksen saapumisesta ja niistä tehdään päätös kolmen kuukauden kuluessa ilmoituksen saapumisesta, jolloin myös lähetetään palaute ilmoituksen tekijälle, mikäli ilmoitus on annettu omalla nimellä. (Vaasan yliopisto.)

Todisteet/todistukset (aligning) ja muutokseen pyrkimisen korostaminen näkyvät esimerkiksi, kun Vaasan yliopisto esimerkissä (5) viittaa yliopiston ohjeisiin, joita tarkastellaan ilmoituksen yhteydessä.

- (5) Ilmoitusten käsittelemisen yhteydessä tarkastellaan aina myös yliopiston ohjeistuksen ajantasaisuutta. (Vaasan yliopisto, 2022.)

Toiminnan avaaminen/ läpinäkyvyys ja suorapuheisuus näkyvät Vaasan yliopiston esimerkissä (6), jossa korostetaan luottamuksellisuutta avaamalla prosessia ja hakemusta käsitteleviä tahoja.

- (6) Lomakkeen kautta tehdyt ilmoitukset ottaa vastaan yliopiston hallituksen nimittämän sisäisen valiokunnan puheenjohtaja ja tämän ollessa esteellinen varahenkilönä toimii yliopiston lakiasioista vastaava johtaja. Lomakkeen vastaanottava henkilö vastaa asian käsittelystä ja päätökset ilmoituksen perusteella tehtävistä toimenpiteistä tekee hallitus tai rehtori asian luonteesta riippuen. Ilmoitusten käsittelemisen yhteydessä tarkastellaan aina myös yliopiston ohjeistuksen ajantasaisuutta (Vaasan yliopisto, 2022).

Yksinkertaistamista representoitiin kaikissa aineiston teksteissä ensimmäisenä luottamuksen rakentamisen keinona. Ilmoituskanavan peruseriaatteet yksinkertaistettiin teksteissä tiivistämällä olennainen muutama lauseeseen esimerkiksi Vaasan yliopiston tekstin alussa esimerkissä (7).

- (7) Tämän lomakkeen kautta voit ilmoittaa yliopiston ohjeistuksen vastaisesta toiminnasta. Ilmoituksen voi jättää nimettömänä tai omalla nimellä. Kaikki ilmoitukset käsitellään luottamuksellisesti (Vaasan yliopisto, 2022).

Integriteetti ja hyväntahtoisuus tuodaan esille esimerkissä (8).

- (8) Pyrimme ylläpitämään avoimuuden ilmapiiriä ja korkeaa etiikkaa yhtiömme liiketoiminnassa (Solidium, 2022).

Oikea-aikaisuus mainitaan esimerkissä (9).

- (9) 10 päivän sisällä saatamme lähettää sinulle vastauksen tai lisäkysymyksen (Solidium, 2022).

Taulukossa 2 esitän, miten organisaatiot pyrkivät rakentamaan luottamusta vetoamalla eetokseen (keltainen), päätökseen (vihreä) ja logokseen (sininen). Tarkastellut organisaatiot, Solidium, Oma Sp, Vaasan yliopisto, Kuntaliitto ja Poliisi, käyttävät eri painotuksin näitä keinoja luottamuksen saavuttamiseksi. Esimerkiksi Solidium korostaa integriteettiä ja hyväntahtoisuutta sekä takaamista, varmistamista, lupaamista ja todisteita (Taulukko 2).

Taulukko 2. Luokittelutaulukko luottamuksen rakentamisen keinoista, jotka vetoavat eetokseen (keltainen), päätökseen (vihreä) ja logokseen (sininen).

Luottamuksen rakentamisen keinot	Solidium	Oma Sp	Vaasan yliopisto	Kuntaliitto	Poliisi
1) Suojeleminen		x		x	
2) Integriteetti, hyväntahtoisuus	x	x			
3) Takaaminen, varmistaminen, lupaaminen	x	x	x		x
4) Toiminnan ja muutokseen pyrkimisen korostaminen		x	x		
5) Todisteet, todistukset, pätevyys	x	x	x		x
6) Toiminnan avaaminen, läpinäkyvyys, suorapuheisuus, yksinkertaistaminen		x	x	x	x
7) Oikea-aikaisuus	x	x	x		x

Taulukossa 3 esittelen eetoksen, paatoksen ja logoksen keinot, joilla ilmoituskanavien esittelyteksteissä pyritään herättämään ilmoittajan luottamusta. Eetos viittaa kirjoittajan uskottavuuteen, paatos tunteiden herättämiseen ja logos loogisiin perusteluihin. Analysoidessani esittelytekstejä, keskityn siihen, miten nämä retoriset elementit rakentavat ilmoittajan luottamusta tekstitse.

Eetoksen keinoissa korostuvat integriteetti ja hyväntahtoisuus. Esittelyteksteissä voidaan vedota eetokseen kuvaamalla ilmoituskanavia reiluina ja eettisinä, korostetaan luotettavuutta ja vastuunottoa. Tämä herättää ilmoittajassa luottamusta siihen, että ilmoituskanavat toimivat oikeudenmukaisesti, ja hänen tietonsa käsitellään asianmukaisesti.

Paatos puolestaan liittyy tunteisiin vetoamiseen, kuten suojelun ja turvallisuuden tunteisiin. Tekstit voivat vedota ilmoittajan tunteisiin korostamalla esimerkiksi, että järjestelmä suojelee ilmoittajaa mahdollisilta vastatoimilta ja painottaa turvallisuutta. Tämä luo tunnetta siitä, että ilmoittaja voi luottaa järjestelmän tarjoamaan suojaan ja tukeen.

Logos taas viittaa loogisiin perusteluihin ja rationaalsiin todisteisiin. Esittelytekstit voivat käyttää logoksen keinoja esittämällä esimerkiksi konkreettisia todisteita pätevydestä tai läpinäkyvyydestä järjestelmän toiminnassa. Tämä voi vakuuttaa ilmoittajan siitä, että kanava on hyvin järjestetty ja toimii luotettavasti.

Näin analyysi perustuu siihen, miten nämä retoriset keinot – eetos, paatos ja logos – näkyvät esittelyteksteissä, ja kuinka ne toimivat luottamuksen herättämiseksi ilmoittajassa. Jokisen ja muiden (2016, s. 341) esittämä ajatus todellisuuden tuottamisesta kategorisoinnilla liittyy siihen, että esittelytekstien retoriset keinot asettavat tietyt ilmoitukset legitimeiksi ja suotaviksi, kun taas toiset saatetaan esittää vähemmän merkittävänä.

Taulukko 3. Eetoksen, päätöksen ja logoksen keinojen erittely luottamuksen rakentamisen retorisisissa keinoissa.

eetos	paatos	logos
integriteetti, hyväntahtoisuus	suojeleminen	todisteet, todistukset, pätevyys
takaaminen, varmistaminen, lupaaminen	toiminnan ja muutokseen pyrkimisen korostaminen	toiminnan avaaminen, yksinkertaistaminen
läpinäkyvyys, suorapuheisuus		
oikea-aikaisuus		

Taulukossa 3 havainnollistan eetoksen, päätöksen ja logoksen retorisia keinoja, joita käytetään luottamuksen rakentamisessa ilmoituskanavien esittelyteksteissä. Eetos, eli toimijan uskottavuus ja moraalinen integriteetti, korostuu erityisesti, kun organisaatio pyrkii vakuuttamaan yleisön (ilmoittajan) rehellisyydestä ja hyväntahtoisuudesta. Tämä saavutetaan esimerkiksi lupaamalla läpinäkyvyyttä ja suorapuheisuutta. Paatos taas viittaa tunteisiin vetoamiseen, jossa keskeisinä retorisinä keinoina ovat suojelun ja turvallisuuden tunteiden korostaminen sekä toiminnan jatkuva kehittäminen. Lopuksi logos, joka pohjautuu rationaalsiin ja loogisiin perusteluihin, rakentuu toiminnan läpinäkyvyydestä ja yksinkertaistamisesta sekä todistusten ja pätevyyden esille tuomisesta. Näiden kolmen vakuuttamiskeinon yhdistelmällä organisaatio voi pyrkiä vahvistamaan luotettavuuttaan ja rakentamaan kestävästä suhdetta sidosryhmiensä kanssa (taulukko 3).

4.2 Ilmoituskanavan esittelytekstien diskurssianalyysi

Tässä luvussa käsittelen ilmoituskanavien esittelytekstien diskurssianalyysia. Diskurssianalyysin avulla tarkastellaan, miten kielenkäytön avulla tuotetaan sosiaalista todellisuutta ja vaikutetaan tai pyritään vaikuttamaan ilmoittajan käsityksiin ja käyttäytymiseen. Esittelen tunnistamiani retorisia keinoja, joiden avulla luottamusta pyritään herättämään. Tarkastelen luottamuksen rakentamisen performatiivista - ja representaatiovaltaa. Tausoletuksenani on, että tekstin tavoitteena on luottamuksen rakentaminen.

Jokinen ja muut (2016, s. 341) osoittavat, että todellisuuden tuottaminen liittyy vahvasti kategorisointiin, jossa asioita ja ilmiöitä luokitellaan tiettyihin kategorioihin, jotka perustuvat sosiaalisiin ja kulttuurisiin merkityksiin. Kategorisointi muovaa ymmärrystämme kyseessä olevasta asiasta ja ohjaa sitä, miten ihmiset suhtautuvat erilaisiin tapahtumiin ja ilmiöihin. Esimerkiksi ilmoituskanavien kuvaukset voivat tuottaa todellisuutta luomalla kategorioita, joiden mukaan tietyt ilmoitukset näyttäytyvät turhina ja paheksuttavina, kun taas toiset kuvataan hyväksyttävänä ja suotavina. Tämä voi vaikuttaa siihen, millaista toimintaa pidetään legitiiminä ja millaisiin ilmoituksiin reagoidaan vakavasti sekä millaista käyttäytymistä organisaatiossa rohkaistaan.

Tarkasteltaessa asemoitumista osana laajempaa sosiaalista toimintaa, on olennaista huomata, miten tämä prosessi liittyy argumentaation rakentamiseen ja sen taustalla vaikuttavaan kontekstiin. Asemoituminen ei tapahdu irrallisena, vaan se nivoutuu keskusteluun osana retorista strategiaa, jolla pyritään muovaamaan käsityksiä ja vahvistamaan tietyt väittämät tosiasioiksi (Jokinen, 2016, s. 340–341). Tämä liittyy läheisesti faktan konstruoinnin mekanismeihin, joiden avulla pyritään esittämään väitteet objektiivisina totuuksina. Seuraavassa tarkastelussa keskityn siihen, miten asemoituminen ja faktan konstruointi toimivat aineistossa luottamuksen representaation rakentajina.

Asemoituminen voidaan tässä aineistossa luokitella eetoksellisiksi keinoiksi rakentaa luottamusta. Asemoitumalla luottamusta representoitiin kolmella tunnistamallani tavalla. Ensimmäinen keino oli asemoituminen ilmoittajan puolelle, mitä rakennettiin tukea ja ymmärrystä osoittavalla suhtautumisella. Tekstissä ilmaistiin myötätuntoa ilmoittajan mahdollisia pelkoja kohtaan tunnistamalla ja sanoittamalla nämä tekstiin. Toinen tunnistettu asemoituminen oli ilmoittamista rajoittava. Tässä ilmaistiin, mitkä ilmoitukset eivät ole haluttuja ja mitä ei käsitellä kanavan kautta.

Luottamuksen kannalta tämä on toisaalta selkeää ja johdonmukaista, mutta toisaalta kovin laajat rajoitteet voivat luoda mielikuvan hyvin korkeasta ilmoituskynnyksestä. Tämä

voi johtaa ilmoittajan ja organisaation dialogin sulkeutumiseen jo alkutekijöissä. Kolmas tunnustettu asemoituminen teksteissä oli epäröivä suhtautuminen ilmoittajaa kohtaan. Näin asemoitumalla ilmaistiin epäluottamusta ilmoittajan hyviä aikeita kohtaan. Epäluottamusta representoitiin teksteissä korostamalla sanktioita aiheettomista ilmoituksista. Lisäksi vakavaa suhtautumista ilmoituskanavaan korostettiin, taustaoletuksena, että kaikki organisaation jäsenet eivät suhtaudu ilmoituskanavaan riittävällä vakavuudella.

Faktan konstruointia käytettiin luottamuksen rakentamisen keinona erityisesti suoje-
lusta, anonymiteetista ja luottamuksellisuudesta puhuttaessa. Kuten aiemmin todettu, ilmoittajan suoje-
lu ja ilmoituskanavan järjestämisvelvollisuus ovat lain asettamia vaati-
muksia. Osassa teksteistä nämä esitettiin kuitenkin oma-aloitteisena toimintana, jolla
vahvistettiin omaa eettistä toimijuutta.

Suojelua, anonymiteettia ja luottamuksellisuutta representoitiin jossain määrin kaikissa
teksteissä ja näitä piirteitä korostamalla luottamusta rakennetaan pyrkimällä vakuutta-
maan ilmoittaja ilmoittamisen turvallisuudesta. Yksityiskohtia prosessista jätetään kerto-
matta ja näin ollen tietoa valikoidaan. Tämä ei tarkoita, että organisaatioiden prosessi
olisi puutteellinen, mutta esittelyteksteissä ilmaistaan vain luottamusta herättävät väit-
teet suojelusta. Toisaalta tämä pohjaa myös ajatukselle, että organisaation sanoma itses-
sään on luotettava (eetoksellinen), jolloin päätökseen tai logokseen ei erikseen tarvitse
vedota.

Jokaisessa esittelytekstissä hyödynnettiin diskurssianalyttisena luottamuksen rakenta-
misen keinona asemoitumista, joten keskityn siihen. Kuvaan myös kategorisoimista, jota
käytettiin asemoitumisen tukena – kategorisoimisen avulla määriteltiin ilmoituskanava,
siinä, missä asemoitumalla tehtiin itsemäärittelyä ja luotiin suhdetta ilmoituskanavaan
ja sen lainsäädäntöön. Esittelen tarkemmin Solidiumin, joka asemoitui etiikan avulla ja
käytti useita elementtejä luottamuksen rakentamiseksi.

Niputin yhteen virallisena toimijana asemoituneet Vaasan yliopiston, OmaSp:n ja Poliisin sekä lopuksi Kuntaliiton. Virallisena toimijana asemoitumisella tarkoitan eetosta, jossa otetaan tyylillisesti käyttöön viranomaisdiskurssi, jota rakennetaan tosiasioihin vetoamalla sekä kielenkäytöllä, joka on kaaosta hallitsemaan pyrkivää. Tätä voitaisiin kutsua myös kaaosta hallitsemaan pyrkiväksi diskurssiksi, joka on tyyppillinen lakiteksteille (Kenny, 2016, s. 35). Ilmoituskanaviin ja ilmoittamisen prosessiin liittyy paljon lainsäädäntöä, mistä mahdollisesti johtuu tämä heijastuma tekstiin. Kaaosta hallitaan vakuuttamalla yleisö puhujan (organisaation) luotettavuudesta (eetos) ja lisäksi vetoamalla tosiasioihin (logos) ja tunteisiin (paatos). Esitän ensiksi kuvauksen Solidiumin asemoitumisen piirteistä.

Solidium kuvaa haluavansa tehdä oikein ja kategorisoi ilmoituskanavan yhteisöä rakentavaksi palveluksi. Solidium representoi esittelytekstissä kanavan tarkoituksen olevan moraalinen. Ensimmäisessä kappaleessa tuodaan esiin organisaation arvoja: avoimuus, korkea etiikka, turvallisuuden ilmapiiri sekä kaikkien sidosryhmien kunnioittaminen. Arvoihin vetoamalla Solidium toisaalta avaa keskustelun lainsäädäntöä pidemmälle – ilmoittaa voi eettisen ohjeistuksen vastaisista toimista ja huolista. Toisaalta arvojen painottaminen sulkee ulos näiden ulkopuoliset aiheet – on oltava tietoinen organisaation eettisestä ohjeistosta, ja ilmoitusten tulee olla linjassa tämän ohjeistuksen kanssa. Tämä ristiriita tulee näkyviin tilanteessa, jossa ilmoittajan henkilökohtainen etiikka ei vastaa organisaation eettistä ohjeistusta. Sallimalla puhevallan myös epäeettiseltä tuntuvasta toiminnasta on mahdollista avata dialogi ja tarvittaessa päivittää eettistä ohjeistusta. Päivityksen voi myös jättää tekemättä, mutta dialogin avaaminen tuo eettiset ristiriidat organisaation tietoon. Toisaalta, sulkemalla dialogia muiden ilmoitusten osalta saadaan rajoitettua ilmoitusten määrää. Solidium asemoi itsensä tekstissä eettisenä toimijana ja antaa tunnustusta ilmoittajalle (10):

(10) Sinulla on tärkeä rooli menestymisessämme.

Solidiumin esittelytekstissä ilmoituskanava määritellään kanavan tai alustan sijaan palveluksi, mikä rakentaa inhimillistä mielikuvaa yhteisöä rakentavasta organisaation elementistä. Alusta ja järjestelmä ovat teknisempiä nimityksiä, kun taas palvelulla viitataan usein hyödykkeeseen, joka tyydyttää ihmisten tarpeet.

Toisaalta, ilmoituskanava esitetään arvojen ylläpitäjänä, ennakkovaroituskanavana, joka pienentää riskejä, työkaluna, jolla vaalitaan korkeaa etiikkaa ja säilytetään asiakkaan ja yleisön luottamus organisaatioon. Näin ilmoituskanava asemoidaan osaksi vastuullisen toimijan arsenaalia ja Solidium vastuulliseksi toimijaksi, jolla tämä on käytössä. Tekstin lopussa painotetaan luottamuksellisuutta tuomalla esiin ulkopuolinen kumppani ja nimettömyyden varmistaminen. Tässä kohtaa painotetaan myös luottamuksellisuutta. Solidium nojaa tekstissä siihen, että yleisö luottaa Solidiumin hoitaneen asian huolellisesti ja valinneen turvallisen järjestelmän.

Vaasan yliopisto sen sijaan asemoituu virallisena tahona, joka raportoi ilmoitukset, ja käyttää virallista sävyä ja sanavalintoja, jotka viittaavat byrokraatiaan, kuten lomake, yliopiston ohjeistusten vastainen, valvonnan valiokunnan puheenjohtaja, käsittely, päätökset, toimenpiteet. OmaSp:n asemoituminen on samansuuntaista – asemoidutaan vakavana toimijana, joka ottaa ilmoitukset tosissaan (11).

- (11) Oma Säästöpankki on sitoutunut noudattamaan liiketoiminnassaan lakeja, säännöksiä, ohjeita ja eettisiä periaatteita. Tämän vuoksi otamme kaikki rikkomusepäilyt vakavasti.

Myös poliisi asemoituu viralliseksi toimijaksi, mutta valta-asema otetaan sanelevalla ja opettavalla tyyllillä ikään kuin ylhäältä käsin (12).

- (12) Ennen kuin kirjoitat, mieti vielä onko asia sellainen jota ei voi nostaa esiin muuta kautta.

Kuntaliitto poikkeaa muista asemoitumisensa suhteen. Lakiin, luottamukseen, käskyihin ja eettisyyteen vetoamisen sijaan Kuntaliitto esittelee ilmoituskanavaa

minimivaatimusten avulla. Kuntaliitto ikään kuin opastaa, miten ilmoituskanavan voi näennäisesti toteuttaa. Taulukossa 4 on esitettyä luottamuksen rakentamisen keinot organisaatioiden mukaan.

Taulukko 4. Asemointi, faktan konstruointi, etäännyttäminen, sitoutuminen, asiantuntemus, tosiasioihin vetoaminen, kategorisointi, yksinkertaistaminen ja toisto luottamuksen rakentamisen keinoina aineistossa.

	Asemointi	Faktan konstruointi	etäännyttäminen	sitoutuminen	asiantuntemus	tosiasioihin vetoaminen	kategorisointi	yksinkertaistaminen	toisto
Solidium	x	x	x	x	-	x	x		x
Vaasan yliopisto	x	-	x	x	-	-	x	x	-
Kuntaliitto	x	x	-	-	-	-	x	-	-
Poliisi	x	x	-	x	-	x		x	x
OmaSp	x	-	-	x	-	x	x	x	-

Diskurssianalyysin avulla konkretisoitui, että organisaatiot eivät ainoastaan viestineet kielenkäytöllään ilmoituskanavien käytännön toiminnallisuuksista, vaan myös loivat ja vahvistivat narratiiveja omasta luotettavuudestaan, eettisyydestään ja valvonnan legitimitetistä. Asemoitumisen ja faktan konstruoinnin mekanismit osoittautuivat keskeisiksi luottamuksen rakentamisen keinoiksi. Organisaatiot hyödynsivät diskursiivisesti erilaisia kategorioita ja roolituksia, joilla ilmoittajan ja organisaation välinen suhde määriteltiin. Tämä vaikutti siihen, millaisia ilmoituksia rohkaistiin tekemään ja mitä ohjattiin välttämään. Eroja löytyi myös tyyllillisessä asemoitumisessa: tunnistettavissa oli virallisen toimijan ja inhimillisen palvelun diskurssi. Esimerkiksi Solidium korosti arvoihin perustuvaa yhteisöllistä vastuullisuutta, kun taas Vaasan yliopisto ja OmaSp asemoivat itsensä muodollisina ja byrokraattisina toimijoina.

Tarkastelun perusteella voidaan päätellä, että ilmoituskanavien esittelytekstit eivät ole vain informatiivisia dokumentteja, vaan ne osallistuvat aktiivisesti organisaation maineen ja luottamuksen rakentamiseen. Eri organisaatioiden diskurssivalinnat heijastelevat niiden arvoja, tavoitteita ja oletuksia ilmoituskanavien roolista osana organisaation hallintaa ja viestintää. Näin ollen ilmoituskanavien diskursseja tulisi tarkastella kriittisesti, sillä ne vaikuttavat siihen, miten organisaatiot ja ilmoittajat vuorovaikuttavat ja millaiseksi ilmoittamisen kulttuuri muodostuu.

Foucault'n (1981, s. 86) näkemyksen mukaan valta piiloutuu toimiakseen. Myös organisaatioiden ilmoituskanavien esittelyteksteissä valta ei näytä toimivan negatiivisesti dominoivalla tavalla, vaan se sisällyttää mahdollisen vastarinnan osakseen. Toisaalta Foucault (1981, s. 143) osoittaa vallan toimivan myös tiedon luomisen ja keruun avulla, mikä on myös koko ilmoituskanavan keskeinen tehtävä. Valta ei näin ollen ole vain rajoittavaa ja sortavaa, vaan se myös luo ja tuottaa tietoa, ja määrittää itse normit ja standardit. Tästä näkökulmasta koko eettinen ohjelma, joka sisältää whistleblowing-kanavan, ja eettisen ohjeiston, ja joka on sidosryhmien, erityisesti henkilöstön ja keskijohdon arjen kannalta eettistä kuormitusta vähentävä toiminto.

Asemoituminen luotettavana ja eettisenä toimijana on organisaation keino käyttää representaatiovaltaa. Ilmoittajan luottamusta haetaan yksilölliseen ilmoittamiseen, toisaalta yhteisöllisten eettisten ohjeiden reunustamana ja kannustamana. Organisaatio käyttää kuitenkin useita retorisia keinoja ja representaatiovaltaa jakaessaan äänivahtansa organisaation sidosryhmille. Ilmoituskanavan esittelytekstit eivät vain informoi, vaan myös muovaavat käsityksiä ja odotuksia siitä, miten ilmoitusprosessi toimii ja mitkä sen seuraukset ovat.

Organisaatio esimerkiksi korostaa sitoutumistaan eettisiin käytäntöihin ja avoimuuteen, mikä ei ainoastaan välitä tietoa, vaan luo kuvaa organisaation auktoriteetista ja luotettavuudesta. Organisaatio voi ohjata ja kontrolloida valtaverkostoa esimerkiksi määrittelemällä, mistä voi raportoida ja millä tavalla. Lopuksi voidaan todeta, että organisaatiot

käyttävät representaatiovaltaa monin eri tavoin ohjatakseen yleisön käsityksiä ja käyttäytymistä. Representaatiovaltaa käytetään niin brändin rakentamiseen, sidosryhmäsuhteiden hoitamiseen kuin eettisten periaatteiden ja käytäntöjen muodostamiseen ja juurruttamiseen. Ilmoituskanavan esittelyteksti on organisaatiolle väylä rakentaa ja ylläpitää eetosta asemoitumalla luotettavaksi toimijaksi.

5 Päätäntö

Tutkimuksen tulokset korostavat, että ilmoituskanavien esittelyteksteillä on tärkeä rooli luottamuksen rakentamisessa ja organisaation eettisen kulttuurin vahvistamisessa. On kuitenkin huomattava, että nämä tekstit eivät toimi ainoastaan luottamuksen rakentamisen välineenä, vaan voivat osaltaan myös toisintaa ja vahvistaa valtarakenteita. Foucault'n (1981, s. 86) vallan analyysin näkökulmasta voidaan todeta, että ilmoituskanavien esittelytekstit muovaavat käsityksiä ja odotuksia siitä, kuka organisaatiossa saa valtuuden puhua ja mikä on hyväksyttävää puhetta. Tällainen vallan representaatio saattaa rajoittaa työntekijöiden luottamusta ilmoitusprosessiin, erityisesti, jos tekstissä korostetaan liiallisesti ilmoittajan vastuuta tai seuraamuksia vääristä ilmoituksista.

Edellä mainitut havainnot liittyvät myös siihen, miten organisaatioiden tulisi kehittää ilmoituskanaviensa esittelytekstejä eteenpäin. Röttget (2018, s. 1) osoittaa, että luottamus ja strateginen viestintä ovat keskeisessä roolissa organisaation ja sen sidosryhmien välisessä suhteessa. Organisaatioiden tulisi ottaa huomioon, että pelkkä sääntöjen noudattamisen korostaminen ei riitä, vaan on tärkeää tuoda esiin myös empatiaa ja aitoa sitoutumista eettisten väärinkäytösten ehkäisemiseen ja ilmoittajien suojelemiseen (Giddens 1990, s. 33). Tämän näkökulman huomioiminen voisi vähentää ilmoituskynnystä ja vahvistaa organisaation mainetta vastuullisena toimijana.

Eettinen ilmoittaminen voi paljastaa ongelmia myös tuotteiden ja palveluiden laadussa tai toimitusketjuissa, mikä mahdollistaa niiden korjaamisen ennen kuin ne vaikuttavat asiakkaisiin tai muihin sidosryhmiin. Tämä voi parantaa tuotteiden ja palveluiden laatua ja luotettavuutta, mikä puolestaan vahvistaa organisaation mainetta (Harrison ja Wicks 2013, s. 112). Muutos- ja kehityskyvyn osalta eettinen ilmoittaminen voi kannustaa jatkuvaan parantamiseen ja innovaatioihin tunnistamalla alueet, joissa on eettisiä puutteita. Tämä osoittaa, että organisaatio on valmis kohtaamaan ja ratkaisemaan ongelmia, mikä edistää sen kehityskykyä. Tällainen toiminta voi olla osa organisaation pitkän aikavälin visiota ja strategiaa eettisen johtamisen kehittämiseksi (Donaldson ja Preston 1995, s. 72).

Lisäksi tutkimus nosti esiin ilmoituskanavien esittelytekstien sisältämän kaaoksen hallintaan pyrkivän diskurssin, joka voi toimia sekä luottamusta rakentavana että sitä rajoittavana tekijänä. Burke (1993, s. 61) kuvaa, että retoriikan tarkoituksena on luoda yhteisymmärrystä ja vähentää epävarmuutta, mutta samalla liiallinen prosessien tekninen kuvaus voi vieraannuttaa ilmoittajat ja luoda vaikutelman etäisestä organisaatiosta. Tämä kaaoksen hallinnan diskurssi, jossa keskeistä on vakuuttaminen selkeydellä ja auktoriteetilla, luo kuvaa organisaatiosta, joka hallitsee tilanteet ja takaa prosessien toimivuuden. Vaikka tämä voi lisätä organisaatioiden uskottavuutta, se voi myös jättää huomiotta yksilöllisten pelkojen ja epävarmuuksien käsittelyn, jotka saattavat olla ilmoittajan keskeisiä huolia. Tässä yhteydessä on tärkeää, että organisaatiot hyödyntävät myös paatoksellisia keinoja luodakseen turvallisuuden tunnetta ja empatiaa ilmoittajia kohtaan.

Tutkimus osoitti, että valitun aineiston ilmoituskanavien esittelyteksteissä luottamusta rakennettiin useiden luottamuksen rakentamisen ja retoriikan keinoin. Klassisista retorisista keinoista ilmoituskanavien esittelyteksteissä vedottiin erityisesti eetokseen. Eetoksellisina luottamuksen rakentamisen keinoina toimivat esimerkiksi hyvántahtoisuuden ja integriteetin korostaminen. Myös paatoksellisia keinoja käytettiin vetoamalla ilmoittajan suojeluun, mikä osoittaa välittämistä ja voi lisätä yleisön turvallisuuden tunnetta. Logokseen vedottiin esimerkiksi todisteilla ja toiminnan avaamisella. Diskurssianalyysin avulla tunnistin kaaosta hallitsemaan pyrkivän diskurssin. Tämän diskurssin voi katsoa myös olevan eetoksellinen – kaaosta hallitseva näyttäytyy usein luotettavana.

Tutkimus toi esiin myös sen, että ilmoituskanavien esittelytekstit voivat heijastaa organisaation valtarakenteita ja asenteita ilmoittajia kohtaan. On havaittavissa, että organisaatiot pyrkivät kontrolloimaan ilmoitusprosesseja, ja tämä voi ilmetä esittelyteksteissä esimerkiksi kapeasti määriteltyjen ilmoitusten hyväksyttävyydessä ja ilmoittajan vastuulle asetettavien ehtojen korostamisessa. Tällainen lähestymistapa voi osittain rajoittaa ilmoittajien halukkuutta tehdä ilmoituksia, mikä vaikuttaa suoraan organisaation läpinäkyvyyteen ja kykyyn tunnistaa ja käsitellä eettisiä ongelmia.

Organisaatioiden tulisi pohtia, miten ne voivat luoda avoimemman ja ilmoittajia tukevamman ilmapiirin jo esittelyteksteissä. Tämä voisi tarkoittaa muun muassa selkeiden ja empaattisten viestien lisäämistä, jotka vahvistavat ilmoittajan suojelun, anonymiteetin ja oikeudenmukaisen kohtelun merkitystä. Tärkeää olisi myös, että organisaatiot eivät ainoastaan noudata lain asettamia vähimmäisvaatimuksia, vaan pyrkivät aktiivisesti rakentamaan kulttuuria, jossa eettinen ilmoittaminen on nähtävissä organisaation jatkuvan kehityksen ja yhteisen hyvän edistämisen välineenä.

Tämän tutkimuksen tulokset tuovat lisäyksiä viestintätieteiden teoreettiseen ymmärrykseen usealla tavalla. Tutkimus antaa alustavaa tietoa siitä, miten eetos, paatos ja logos toimivat herkässä ja luottamukseen perustuvassa ilmoituskanavassa. Tutkimuksesta kävi ilmi, että erityisesti luottamuksen rakentamiseen pyrkiessään puhuja (organisaatio) vetoaa ilmoituskanavan esittelyteksteissä erityisesti eetokseen.

Lisäksi tutkimuksessa eritellään luottamuksen rakentamisen keinoja, joita ilmoituskanavien esittelyteksteissä käytetään. Tämä tutkimus tarjoaa alustavaa tietoa tästä tuoreesta tekstilajista, mistä voi olla hyötyä esimerkiksi ilmoituskanavan esittelytekstien määrittelyyn tekstilajina. Tutkimus tuo myös lisätietoa retoristen keinojen käytöstä eettisesti merkittävässä ja herkässä kontekstissa.

Metodologisesti tutkimus perustui retoriseen analyysiin ja diskurssianalyysiin. Retorisen analyysin rajoitteena on subjektiivisuus, johon tutkijan tausta ja kokemukset voivat vaikuttaa. Vaikka pyrkimyksenä on lähestyä aineistoa systemaattisesti, on tulokinnanvaraisuus herkästi läsnä, ja toinen tutkija saattaisi päätyä erilaiseen lopputulokseen. Tutkimus olisi tärkeää toistaa, jotta subjektiivisuuden vaikutusta tuloksiin voitaisiin arvioida. Toiseksi, retorisessa analyysissä fokus on vahvasti tekstissä, jolloin laajempi sosiaalinen, kulttuurinen ja historiallinen konteksti voivat jäädä huomaamatta. Tämän vuoksi retorisen analyysin lisäksi tarkasteltiin diskursiivisia kokonaisuuksia, joiden avulla

tarkoituksena oli ymmärtää laajempaa sosiaalista kontekstia ilmoitustilanteen luottamuksellisuudesta.

Tutkimuksen aineisto rajoittuu viiteen organisaatioon, joista enemmistö on julkisia organisaatioita. Lisätutkimusta tarvittaisiin erityisesti yksityisen sektorin pk-yrityksistä ja toisaalta esimerkiksi pörssiyrityksistä, joiden sidosryhmät ja niiden merkitykset poikkeavat julkisista organisaatioista. Pörssiyritysten sidosryhmissä painottuvat esimerkiksi sijoittajat. Organisaatioiden koon ja sektorin lisäksi tutkimukseen tulisi ottaa myös määrällisesti laajempi otanta, jotta edustavuutta voitaisiin parantaa.

Tutkimuksen metodologiset rajoitteet huomioon ottamalla olisi hyödyllistä jatkaa tämän aiheen tutkimusta suuremmalla aineistolla ja tarkastelemalla erilaisia organisaatioita eri sektoreilta. Näin saataisiin laajempi kuva siitä, miten erilaiset retoriset strategiat vaikuttavat ilmoittajien käyttäytymiseen. Myös määrällinen analyysi siitä, kuinka paljon ilmoitusaktiivisuus muuttuu erilaisten viestintästrategioiden seurauksena, voisi tarjota arvokasta tietoa ilmoituskanavien kehittämiseksi. Tämän lisäksi olisi hedelmällistä haastatella suomalaisia pk-yritysten eettisiä ryhmiä heidän toimintatavoistaan ilmoitusten käsittelyprosessissa. Toisaalta myös tekoäly tuo uusia tutkimusmahdollisuuksia aiheeseen ja tarkastelua tarvittaisiin esimerkiksi ihmisten kokemuksista ja tunteista tekoälyn yhdistämisestä ilmoitusprosessiin. Millaisissa tilanteissa työntekijät kokevat tekoälyn tarjoavan lisäarvoa ilmoitusprosessiin, ja missä tilanteissa ihmiskontakti nähdään erityisen tärkeänä?

Havaintoni tutkimusprosessin aikana myös vahvistavat Culibergin ja Mihelicin (2017, s. 791–798) tunnistamia tutkimusaukkoja ilmiantamisen tutkimuksessa. Ensinnäkin organisaation ulkopuoliset toimijat, kuten asiakkaat ja toimittajat, joilla on usein merkittävää tietoa mahdollisista väärinkäytöksistä, ovat usein rajoitettuja ilmoittamasta niin ilmoituskanavan esittelytekstien perusteella kuin lainsäädännönkin puolesta. Myös tämän viiteryhmän eettisen ilmoittamisen mahdollisuuksien ja motivaation tutkimusta kaivattaisiin lisää. (Culiberg ja Mihelic 2017, s. 789)

Toiseksi, kuten Culiberg ja Mihelic (2017, s. 794–795) esittävät, tunnepohjaiset tekijät ovat jääneet edelleen vähälle huomiolle. Vaikka eettisen ilmoittamisen prosesseja on tutkittu päätöksenteon rationaalisuuden näkökulmasta, tunnepohjaiset tekijät, kuten pelko, suuttumus tai moraalinen rohkeus, ovat edelleen huonosti ymmärrettyjä (Culiberg ja Mihelic, 2017, s. 794–795). Myös Miceli ja Near (2022, s. 56–58) ovat korostaneet, että tunteet voivat olla ratkaisevassa asemassa päätöksenteossa, erityisesti tilanteissa, joissa ilmoittaja kohtaa henkilökohtaisia riskejä. Tunnetekijöiden tarkempi tarkastelu voisi syventää ymmärrystä siitä, miten tunteet vaikuttavat ilmoittamispäätöksiin ja niiden toteutumiseen.

Yhteenvetona voidaan todeta, että ilmoituskanavan esittelytekstit ovat keskeisiä organisaation luottamuksen ja eettisen kulttuurin rakentamisessa. Niiden avulla organisaatiot voivat joko rohkaista avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen tai vahingossa rajoittaa ilmoittajien osallistumista, mikä puolestaan heijastuu suoraan organisaation kykyyn hallita eettisiä riskejä ja ylläpitää positiivista mainetta (Fombrun & van Riel 2007, s. 45–47). Jotta ilmoituskanavat voisivat toimia tehokkaasti, organisaatioiden tulisi varmistaa, että niiden viestintä on selkeää, empaattista, ja vastaa sekä ilmoittajien että sidosryhmien odotuksia ja tarpeita. Näin voidaan varmistaa, että ilmoituskanavat todella täyttävät tehtävänsä organisaation eettisen toiminnan tukena ja että ne vahvistavat yhteisön luottamusta organisaation vastuullisuuteen.

Käytännön tasolla tämän tutkimuksen perusteella voitaisiin ehdottaa, että organisaatiot arvioivat esittelytekstiensä retorisia ja diskursiivisia valintoja sekä ottavat aktiivisesti huomioon ilmoittajien tarpeet ja mahdolliset pelot. Ilmoituskanavien esittelyteksteissä voitaisiin ottaa jossakin määrin enemmänkin käyttöön paatoksellisia keinoja. Väärinkäytöksen havainneella ilmoittajalla on usein monenlaisia pelkoja ilmoittamisen suhteen. Eetoksen ja logoksen lisäksi erityisesti turvallisuuden tunnetta viestittävä paatoksellisuus voisi helpottaa erityisesti tunteiden vallassa olevan ilmoittajan pohdintaa. Toisaalta paatoksen merkitys voisi korostua erilaisessa kulttuurisessa kontekstissa, esimerkiksi kansainvälisessä ympäristössä.

Luottamusta, väärinkäytöksiä ja eettisiä kysymyksiä käsiteltäessä liikutaan alueella, joka on pohjimmiltaan hyvin inhimillinen ja elävä. Ilmoituskanavan sen sijaan näen tämän työn jälkeen systeeminä ja työkaluna organisaatiokulttuurille, joka on täynnä kaikenlaista vilskettä, vipinää, erilaisten inhimillisten piirteiden aiheuttamaa kaaosta ja hallitsemattomuutta.

Luottamusta rakennetaan ja representoidaan ilmoituskanavien esittelyteksteissä useilla retorisisilla keinoilla. Yksi selvästi tunnistettava vallan diskurssi ilmoituskanavien esittelyteksteissä on kaaosta hallitsemaan pyrkivä diskurssi, joka on tyypillinen lakiteksteille ja muulle rationaalisuutta korostaville teksteille (Kenny 2019, s. 35). Foucault'n vallan teorioiden läpi tarkasteltuna ilmoituskanavien riskiksi voisi katsoa vallankäytön toisintamisen – ilmoituskanava voi mahdollisesti toimia järjestelmänä, joka toisintaa valtaa ja vallassa olevia arvoja ja kitkee pois vastarinnan.

Vaikka ilmoituskanava vaikuttaa demokratisoivan valtaa, se toisaalta myös keskittää vallan usein yhteen keskipisteeseen eli organisaation keskukseen. Tämä on omiaan luomaan tilanteen, jossa eettisesti harmaiden alueiden käsittelyä ei voida tarkastella tilannekohtaisesti ja paikallisesti. Eettisen ohjelman jatkuva kehittäminen vuoropuhelussa henkilöstön ja organisaation etiikasta vastuussa olevien (esimerkiksi johdon tai etiikan työryhmän) kanssa on tässä tapauksessa välttämätöntä, jotta eettinen ohjelma ei irtaudu arjen käytännöstä.

Lähteet

- Aristoteles. (1996). *Retoriikka*. s. 25. Suomentanut P. Hohti. Helsinki. Gaudeamus.
- Aristoteles. (2009). *Runousoppi*. Teoksessa *Estetiikan klassikot Platonista Tolstoihin*. Gaudeamus.
- Aula, P. & Heinonen, J. (2016). *Maineen mahti: strategisen maineenhallinnan opas*. Helsinki: Alma Talent.
- Bakirci, K. (2019). Work-related whistle-blowing in democratic societies context. *Journal of Financial Crime*, 26(4), 1165–1202. <https://doi.org/10.1108/jfc-09-2018-0090>
- Barnett, M. L., Jermier, J. M. & Lafferty, B. A. (2006). Corporate Reputation: The Definitional Landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), s. 26–38. <https://doi.org.proxy.uwasa.fi/10.1057/palgrave.crr.1550012>
- Boström, M. (2014). Between monitoring and trust: Commitment to extended upstream responsibility. *Journal of Business Ethics*, 131(1), s. 239–255. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2277-6>
- Bourne, C. (2013). Reframing trust, power and public relations in global financial discourses: Experts and the production of mistrust in life insurance. *Public Relations Inquiry*, 2(1), s. 51–77. <https://doi.org/10.1177/2046147X12465280>
- Bygrave, W. D. (1993). Theory building in the entrepreneurship paradigm. *Journal of Business Venturing*, 8(3), s. 255–280. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90024-R](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90024-R)
- Chaudhary, Z. R. (2020). The politics of exposure: Truth after post-facts. *ELH*, 87(2), s. 301–324. <https://doi.org/10.1353/elh.2020.0020>
- Christensen, L. T., Morsing, M. & Cheney, G. 2008. *Corporate communications: Convention, complexity, and critique*. London: SAGE Publications.

- Cooren, F., Taylor, J. R. & Van Every, E. J. 2006. *Communication as organizing: Empirical and theoretical explorations in the dynamic of text and conversation*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Culiberg, B. & Mihelič, K. K. (2016). The evolution of whistleblowing studies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 146(4), s. 787–803. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3237-0>
- Direktiivi 2019/1937 - EN - EUR-Lex. (2019). *Europa.eu*.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX%3A32019L1937> (haettu 17.10.2024)
- Elizabeth, O., Philpot, R., Fitton, O., Walkington, Z. & Levine, M. (2024). Police whistleblowing: A systematic review of the likelihood (and the barriers and facilitators) of the willingness of police officers to report the misconduct of fellow officers. *Journal of Criminal Justice*, 91, s.102170
<https://doi.org/10.1016/j.jcrimjus.2024.102170> (haettu 17.10.2024)
- Foucault, M. 1998. *Tarkkailla ja rangaista: vankilan synnystä*. Suom. E. Piekkola. Helsinki: Otava. (Alkuperäisteos *Surveiller et punir*, 1975).
- Foucault, M. 1991. *Discipline and punish: The birth of the prison*. A. Sheridan, käänt.). Lontoo. Penguin books. (Alkuperäisteos *Surveiller et punir*, 1975).
- Fombrun, C. J. & van Riel, C. B. M. (2007). *Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management*. Routledge.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.
- Giddens, A. (2013). *The consequences of modernity*. John Wiley & Sons.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford, CA: Stanford University Press.

- Graciosi, G. & Muzaffar M. (4. toukokuuta 2024). Second Boeing whistleblower dies after raising concerns about 737 MAX. *The Independent*. <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/boeing-whistleblower-dead-second-b2539697.html> (haettu 17.10.2024)
- Graneheim, U. H., Lindgren, B.-M. & Lundman, B. (2017). Methodological challenges in qualitative content analysis: A discussion paper. *Nurse Education Today*, 56, s. 29–34. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.002> (haettu 17.10.2024)
- Grégory, C. (2017). Whistle-blowing. *The International Encyclopedia of Organizational Communication*, 8(8), s. 1–10. <https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc218> (haettu 17.10.2024)
- Hall, S. (1999). *Identiteetti*. Vastapaino.
- Herrera, Y. M. & Kydd, A. H. (2022). Take a chance: Trust-building across identity groups. *Journal of Peace Research*, 59(4), s. 433–446. <https://doi.org/10.1177/00223433211058588> (haettu 17.10.2024)
- Hiltunen, E. (2008). *The Future Sign and the Three Dimensions of Foresight*. Turku School of Economics. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2007.08.021> (haettu Elsevier 10.11.2024)
- Ilmola, L., & Kuusi, O. (2006). Filters of weak signals hinder foresight: Monitoring weak signals efficiently in corporate decision-making. *Futures: the journal of policy, planning and futures studies*, 38(8), 908-924. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2005.12.019> (haettu 10.11.2024)
- ISO 37002:2021. (2022). *Iso.org*. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:37002:ed-1:v1:en> (haettu 17.10.2024)
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (2016). *Diskurssianalyysi: Teoriat, peruskäsitteet ja käyttö*. Vastapaino.
- Kaptein, M. (2011). From inaction to external whistleblowing: The influence of the ethical culture of organizations on employee responses to observed

- wrongdoing. *Journal of Business Ethics*, 98(3), s. 513–530. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0591-1> (haettu 14.9.2024)
- Kaplan, S. E., Pany, K., Samuels, J. A. & Zhang, J. (2012). An examination of the effects of procedural safeguards on intentions to anonymously report fraud. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 31(4), 109–124. <https://doi.org/10.2308/ajpt-50385>
- Kelly, E. P. & Kanigel, R. (1997). Review of *The one best way: Frederick Winslow Taylor and the enigma of efficiency*. *The Academy of Management Executive*, 11(3), s. 101–104. <http://www.jstor.org/stable/4165421> (haettu 17.10.2024)
- Kenny, K. (2019). Whistleblowing: Toward a new theory. *Business Ethics Quarterly*, 29(3), s. 443–472. <https://doi.org/10.1017/beq.2019.27>
- Kodish, B. (2017). *Ethics and Leadership: Challenges in the 21st Century*. New York, NY: Routledge.
- Laki ilmoittajan suojelusta 1171/2022. (2022). *Finlex*. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2022/20221171> (haettu 17.10.2024)
- Lee, J. I., Dirks, K. T. & Campagna, R. L. (2023). At the heart of trust: Understanding the integral relationship between emotion and trust. *Group & Organization Management*, 48(2), s. 546–580. <https://doi.org/10.1177/10596011221118499>
- Lewis, J. D. & Weigert, A. (1985). Trust as a social reality. *Social Forces*, 63(4), s. 967–985. <https://doi.org/10.1093/sf/63.4.967>
- Mannion, R. & Davies, H. T. O. (2015). Cultures of silence and cultures of voice: The role of whistleblowing in healthcare organisations. *International Journal of Health Policy and Management*, 4(8), s. 503–505. <https://doi.org.proxy.uwasa.fi/10.15171/ijhpm.2015.120> (haettu 29.9.2024)
- Marcuse, P. & Madden, D. (2016). *In defense of housing: The politics of crisis*. Verso Books. <https://books.google.fi/books?id=-sPIEAAAQBAJ> (haettu 14.9.2024)

- McPhee, R. D. & Iverson, J. (2009). Agents of constitution in comunidad: Constitutive processes of communication in organizations. Teoksessa L. L. Putnam & A. M. Nicotera (toim.), *Building theories of organization: The constitutive role of communication* (s. 49–88). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203891025-9> (Ebook Central haettu 10.11.2024)
- Miceli, M. P. & Near, J. P. (2013). An international comparison of the incidence of public sector whistle-blowing and the prediction of retaliation: Australia, Norway, and the US. *Australian Journal of Public Administration*, 72(4), s. 433–446. <https://doi.org/10.1111/1467-8500.12040> (haettu 17.10.2024)
- Miceli, M. P., Near, J. P. & Dworkin, T. M. (2014). *Whistle-Blowing in Organizations*. New York, NY: Psychology Press.
- MTV Uutiset. 2024. KRP aloitti esitutkinnan Oma Säästöpankkiin liittyvistä epäilyistä talousrikoksista. Viitattu 06.05.2024. Saatavilla: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/krp-aloitti-esitutkinnan-oma-saastopankkiin-liittyvista-epailyista-talousrikoksista/8930250#gs.9mcrkz>
- Nussbaum, M. C. (2013). *Upheavals of Thought: The Intelligence of Emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- OECD. (2021). *Drivers of Trust in Public Institutions in Finland*. OECD iLibrary. <https://doi.org/10.1787/52600c9e-en>
- Paeth, S. (2013). Whistleblowing and moral conflict: Autonomy and the ethics of public disclosure. In M. P. Battin (Ed.), *Moral Issues in Global Perspective* (pp. 560–561). New York, NY: Oxford University Press.
- Pfitzmann, A. & Hansen, M. (2010). *A terminology for talking about privacy by data minimization: Anonymity, unlinkability, undetectability, and pseudonymity, and identity management* (versio v0.34). Haettu osoitteesta https://dud.inf.tu-dresden.de/literatur/Anon_Terminology_v0.34.pdf

- Raiborn, C. A. & Payne, D. (1990). Corporate codes of conduct: A collective conscience and continuum. *Journal of Business Ethics*, 9(11), s. 879–889. <https://doi.org/10.1007/bf00382911> (haettu 17.10.2024)
- Röttger, U. (2018). Trust. *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 18, s. 1–14. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0194> (haettu 17.10.2024)
- Salminen, A. & Heiskanen, L. (2013). *Whistleblowing: Pilliin puhaltaminen ja organisaatioiden kehittäminen: Katsaus tutkimuskirjallisuuteen*. Vaasan yliopisto. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-476-507-7> (haettu 17.10.2024)
- Schoeneborn, D. & Vasquez, C. (2017). Communicative Constitution of Organizations. Teoksessa *The International Encyclopedia of Organizational Communication* (toim. C. R. Scott & L. Lewis). Wiley.
- Galdón Salvador, J. L. & Marín Díaz, G. (2024). Enhancing business decision making through a new corporate reputation measurement model: Practical application in a supplier selection process. *Sustainability*, 16(2), 523. <https://doi.org/10.3390/su16020523> (haettu 4.11.2024)
- Salminen, A. & Ikola-Norrbacka, R. (2009). *Kuullaanko meitä? Eettinen hallinto ja kansalaiset*. Vaasan yliopisto. Haettu osoitteesta <https://osuva.uwasa.fi/handle/10024/7967> (haettu Osuwa 5.1.2023)
- Sahramäki, I. P. & Kankaanranta, T. T. (2023). Regulatory voids in the prevention of environmental crime in Finland. *European Journal of Criminology*, 20(2), s. 604–625. <https://doi.org/10.1177/14773708211020634> (haettu Sage Journals 29.9.2024)
- Seifert, D. L., Sweeney, J. T., Joireman, J. & Thornton, J. M. (2010). The influence of organizational justice on accountant whistleblowing. *Accounting, Organizations and Society*, 35(7), s. 707–717. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2010.09.002> (haettu 17.10.2024)

- Simpson, T. W. (2016). Telepresence and trust: A speech-act theory of mediated communication. *Philosophy & Technology*, 30(4), s. 443–459. <https://doi.org/10.1007/s13347-016-0233-3> (haettu 17.10.2024)
- Soltani, M., Veer, E., de Vries, H. P. & Kemper, J. A. (2023). Did you see what happened? How scandals are shared via social media. *Corporate Reputation Review*, 27(3), 186–201. <https://doi.org/10.1057/s41299-023-00165-z> (haettu 17.10.2024)
- van der Merwe, A. W. A. J. & Puth, G. (2014). Towards a Conceptual Model of the Relationship between Corporate Trust and Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review*, 17(2), 138–156. <https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1057/crr.2014.4>
- Weick, K. E. (2009). *Making sense of the organization: Vol. 2. The impermanent organization*. Wiley. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tritonia-ebooks/detail.action?docID=698410> (haettu 17.10.2024)
- Yle. (2024, 17. lokakuuta). Poliisi sai tutkinnan valmiiksi: Kirkkonummen satojen tuhansien eurojen kavallus siirtyy syyteharkintaan. <https://yle.fi/a/74-20106354> (haettu 17.10.2024)