

VAASAN YLIOPISTO

Markkinoinnin ja viestinnän yksikkö

Viestinnän monialainen maisteriohjelma

Nicolina Ojalainen

”Vastuullisuus on erottamaton osa kaikkea, mitä teemme”

Lainattu puhe suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusviestinnässä

Organisaatioiden viestinnän pro gradu -tutkielma

Vaasa 2019



## SISÄLLYS

KUVIOT	2
TAULUKOT	3
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tavoite	9
1.2 Aineisto	11
1.3 Menetelmä	14
2 YHTEISKUNTAVASTUU JA VASTUULLISUUSVIESTINTÄ	17
2.1 Yritysten yhteiskuntavastuu	17
2.1.1 Yhteiskuntavastuun osa-alueet ja ideologiat	18
2.1.2 Sidosryhmien huomioiminen vastuullisuudessa	20
2.1.3 Sidosryhmädialogi	21
2.2 Yritysten vastuullisuusviestintä	22
2.3 Vastuullisuusraportointi	24
2.3.1 Global Reporting Initiative -raportointiohjeisto	26
2.3.2 Integroidun ja erillisen vastuullisuusraportin sisältö	27
3 LAINATTU PUHE YHTEISKUNTAVASTUUN DISKURSSISSA	29
3.1 Moniäänisyys	29
3.1.1 Lainattu puhe	32
3.1.2 Suora ja epäsuora esitys	34
3.2 Yhteiskuntavastuun diskursiivinen ja retorinen rakentuminen	35
3.2.1 Yhteiskuntavastuun diskurssi	36
3.2.2 Diskursiivinen legitimaatio	37
3.2.3 Yhteiskuntavastuun retorinen rakentuminen	38
3.3 Strategiat ja sosiaaliset toimijat	39
3.3.1 Diskursiiviset ja retoriset strategiat	39

3.3.2 Legitimaatiostrategiat	40
3.3.3 Sosiaalisten toimijoiden representaatio	41
<b>4 LAINATTU PUHE VASTUULLISUUSRAPORTEISSA</b>	<b>44</b>
4.1 Lainatun puheen esiintyvyys aineistossa	44
4.1.1 Lainatun puheen tunnistaminen tekstistä	46
4.1.2 Raportointimuotojen eroavaisuudet	48
4.1.3 Äänet vastuullisuusraporteissa	50
4.2 Sisäisten sidosryhmien äänet	53
4.2.1 Johdon katsaus ja kommentit	53
4.2.2 Henkilöstön kommentit	55
4.3 Ulkoisten sidosryhmien äänet	58
4.3.1 Asiakkaat ja yhteistyökumppanit	58
4.3.2 Järjestöt ja valtion tahot	59
4.3.3 Muut ulkoiset sidosryhmät	63
4.4 Representaatiotyypit vastuullisuusraporteissa	64
4.5 Strategiat lainatussa puheessa	67
4.5.1 Diskursiiviset ja retoriset strategiat	67
4.5.2 Legitimaatiostrategiat	71
4.6 Yhteenveto	74
<b>5 PÄÄTÄNTÖ</b>	<b>77</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>84</b>
<b>AINEISTO</b>	<b>90</b>
<b>KUVIOT</b>	
Kuvio 1. Menetelmän vaiheet	15
Kuvio 2. Yhteiskuntavastuun osa-alueet	19
Kuvio 3. Yhteiskuntavastuun näkemykset	20
Kuvio 4. Tekstuaalinen moniäänisyys	31

Kuvio 5. Sosiaalisten toimijoiden representaation malli	43
Kuvio 6. Sidosryhmien äänet aineistossa	50
Kuvio 7. Äänien esiintyvyys aineistossa	51
Kuvio 8. Äänien sukupuolijakauma aineistossa	52
Kuvio 9. Representaatiotyypit aineistossa (N = 114)	66

## TAULUKOT

Taulukko 1. Aineisto	13
Taulukko 2. Diskursiiviset ja retoriset strategiat	40
Taulukko 3. Aineiston lainatun puheen esiintyvyys ja muoto	45
Taulukko 4. Vastuullisuusraportit lainatun puheen muodon mukaan	49
Taulukko 5. Diskursiiviset ja retoriset strategiat aineistossa	67



---

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

<b>Tekijä:</b>	Nikolina Ojalainen
<b>Pro gradu -tutkielma:</b>	”Vastuullisuus on erottamaton osa kaikkea, mitä teemme” Lainattu puhe suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusviestinnässä
<b>Tutkinto:</b>	Filosofian maisteri
<b>Koulutusohjelma:</b>	Viestinnän monialainen maisteriohjelma
<b>Suuntautumisvaihtoehto:</b>	Organisaatioiden viestintä
<b>Oppiaine:</b>	Viestintätieteet
<b>Valmistumisvuosi:</b>	2019
<b>Työn ohjaaja:</b>	Merja Koskela

---

**TIIVISTELMÄ:**

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälaista lainattua puhetta esiintyy ja miten sitä käytetään suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraportoinnissa. Tutkimusaineistona on 18 eri toimialoilla toimivien pörssiyritysten vastuullisuusraporttia raportointivuodelta 2017. Näistä yhdeksän on vuosikertomukseen integroitua vastuullisuusraportteja ja yhdeksän erillisiä vastuullisuusraportteja. Tutkimusmenetelmänä käytetään diskurssianalyysia. Tarkastelu keskittyy diskursiivisiin ja retorisiin strategioihin yhdessä legitimaatiostrategioiden kanssa. Lisäksi sovelletaan sosiaalisten toimijoiden representaation mallia. Vastuullisuusviestintä on yhteiskuntavastuullisista aiheista viestimistä erilaisten välineiden, kuten vastuullisuusraporttien kautta. Vastuullisuusraportointi on laissa säädeltyä ja raportin muodossa olevaa viestintää yrityksen toiminnasta ja tuloksista. Tässä tutkimuksessa lainatulla puheella tarkoitetaan tekstiin sijoitettua toisesta lähteestä olevaa tekstiä eli referoitua tekstiä.

Lainattua puhetta esiintyy aineistossa yhteensä 114 kertaa. Vastuullisuusraporteissa on referoitu sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien äänistä eniten pörssiyritysten johtoon kuuluvien, nimettyjen ja miespuolisten puhujien ääniä. Suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraportointi nojaa siten länsimaalaiseen raportointitrendiin, jossa suositaan sisäisiä ääniä ja erityisesti johdon ääntä. Vastuullisuusraporttien lainattu puhe on sävyiltään myönteistä ja vakuuttavaa sekä ympäristövastuuta ja yhteisöllisyyttä korostavaa. Tutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että lainattua puhetta käytetään vastuullisuusraporteissa pörssiyritysten toimialoista ja raportointimuodoista riippumatta sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien moniäänisyyttä korostavana retorisenä tehokeinona yhteiskuntavastuun legitimoinnissa. Sidosryhmien osallistamisessa ja moniäänisyydessä on kuitenkin tutkimustulosten perusteella vielä kehitettävää, sillä vastuullisuusraporteissa kuuluu liian yksipuolinen, yrityksen ääneen monofonisesti integroitu johdon ääni.

---

**AVAINSANAT:** yhteiskuntavastuu, vastuullisuusviestintä, vastuullisuusraportointi, pörssiyritys, referointi, moniäänisyys, diskurssianalyysi





## 1 JOHDANTO

Vastuullisuusviestinnästä ja -raportoinnista on tullut 2000-luvulla entistä tunnetumpi ja merkittävämpi osa yritysten viestintää niin ympäristöön kuin ihmisoikeuksiinkin liittyvien haasteiden ja vaatimusten myötä. Kuluttajien lisääntynyt kiinnostus vastuullisuuteen ja sen myötä kehittyneet tarpeet asettavat yritysten kokonaisvaltaiselle toiminnalle yhteiskuntavastuullisia odotuksia. Globalisaation myötä kuluttajien kritiikki yrityksiä kohtaan on lisääntynyt, minkä seurauksena erityisesti legitimaatiosta eli yrityksen olemassaolon oikeutuksesta ja yhteiskunnallisesta hyväksynnästä on tullut yrityksille tärkeä, mutta samalla entistä haasteellisemmin saavutettavissa oleva resurssi, mikä heijastuu myös yritysten viestintään (Halme & Joutsenvirta 2011: 254, 257).

Vastuullisuusviestintä on ulkoista viestintää, jossa yritysten pyrkimyksenä on vakuuttaa sidosryhmilleen mahdollisimman uskottavasti ja luotettavasti, että ne ovat vastuullisia (Ihlen 2014: 148). Vastaavasti sidosryhmien vaatimukset vastuullisuuden osoittamisesta viestivät yrityksille mahdollisesta luottamuksen vähentymisestä (Swift 2001: 16). Erilaisten sidosryhmien intressit ovat kuitenkin yleensä vaihtelevia ja jopa ristiriitaisia, minkä seurauksena yritykset tasapainoilevat monenlaisten odotusten keskellä (Panwar, Rinne, Hansen & Juslin 2006: 7).

Vastuullisuusviestinnässä vastuullisuusraportointi edustaa uudenlaista yritysraportoinnin genreä, jonka kautta yritysten on mahdollista toteuttaa strategisia tavoitteitaan. Vastuullisuusraportointi voidaan ajatella legitimaation strategiana, jonka avulla vahvistetaan yrityksen legitimaatiota (Kotonen 2009: 179). Vastuullisuusraportointi nähdään myös osoituksena yritysten halukkuudesta pyrkiä dialogiseen eli kaksisuuntaiseen vuorovaikutukseen sidosryhmiensä kanssa (Crawford & Williams 2014: 338–339). Erityisesti kemian-, kaivos- ja metsäteollisuuden aloilla toimivat yritykset tasapainoilevat legitimaation ylläpidossa, sillä ne ovat tarkemman valvonnan alaisina kuin muiden toimialojen yritykset (Bansal & Roth 2000: 730, 732).

Avoimen ja tavoitteellisen vastuullisuusviestinnän merkitys yrityksen menestymiselle tiedostetaan nykyään entistä paremmin, ja vastuullisuus on vähitellen muuttumassa

valtaosalle yrityksistä tärkeäksi arvoksi ja toimintaperiaatteeksi. Vastuullisuusraportoinnin tehtävänä on tukea kokonaisvaltaisen vastuullisuusviestinnän uskottavuutta (Kuisma & Temmes 2011: 277). Lainatulla puheella puolestaan voidaan vastuullisuusraportin muun tekstin ohella tukea raportin tavoitetta välittää tietoa yrityksen vastuullisuudesta. Yritykset määrittävät viestinnässään, kenen äänellä vastuullisuudesta kerrotaan ja keitä on tarkoitus puhutella. Tämä tarkoittaa sitä, että yritysten valta keskeisiin valintoihin vaikuttaa olennaisesti vastuullisuusraporteissa esiintyvään lainattuun puheeseen, kuten siihen, kenen puhetta siteerataan ja millaisilla sanavalinnoilla asiasisältö esitetään.

Lainatulla puheella tarkoitetaan tässä tutkimuksessa suoria lainauksia eli referointia, joka tarkoittaa muusta lähteestä peräisin olevan puhutun tai kirjoitetun puheen, tekstin tai ajatuksen asettamista tekstiin siten, että alkuperäinen ja lainattu osuus ovat eroteltavissa (VISK 2008: § 1457). Tässä tutkimuksessa käytän pääasiassa termiä *lainattu puhe*, mutta myös sen synonyymejä referointia, sitaatteja tai lainauksia tarpeen mukaan. Lainattu puhe on jokapäiväisessä vuorovaikutuksessamme läsnä oleva kielenkäytön väline, jolla kuvaamme kokemuksiamme puheen tai kirjoitetun tekstin kautta. Tutkimusaihe on lähtöisin kiinnostuksestani yritysten yhteiskuntavastuuseen ja siitä viestimiseen, johon lainattu puhe tarjoaa erityisen kielellisen näkökulman.

Tutkimusaiheen ajankohtaisuus liittyy Suomessa esillä olevaan vastuullisuusraportoinnin lakimuutokseen. Suurilta, yli 500 henkilön yrityksiltä vaaditaan jatkossa raportointia muista kuin taloudellisista tiedoista vuoden 2017 alussa voimaan saatetun kirjanpitolain muutoksen myötä (Koipijärvi & Kuvaja 2017: 44; Työ- ja elinkeinoministeriö 2018). Tällaisia yrityksiä ovat pörssiyhtiöt, pankit ja vakuutusyhtiöt, joiden tase on yli 20 miljoonaa euroa tai liikevaihto yli 40 miljoonaa euroa (Remes 2017: A4). Pörssiyhtiö on julkinen osakeyhtiö, jonka osakkeet ovat julkisessa arvopaperipörssin pörssilistauksessa ja niistä käydään julkista kauppaa (Minilex 2019). Käytän tässä tutkimuksessa termejä *pörssiyhtiö* ja *yritys*.

## 1.1 Tavoite

Tämän tutkimuksen tarkastelun kohteena on referoitu eli lainattu puhe pörssiyhtiöiden vastuullisuusraportoinnissa. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälaista lainattua puhetta esiintyy ja miten sitä käytetään suomalaisten pörssiyhtiöiden vastuullisuusraportoinnissa. Tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

1. Mitä tahoja vastuullisuusraporteissa referoidaan?
2. Miten referoituja tahoja representoidaan vastuullisuusraporteissa?
3. Millaisia eroavaisuuksia vuosikertomukseen integroitujen raporttien ja erillisten vastuullisuusraporttien välillä ilmenee lainatun puheen osalta?
4. Millaisia strategioita lainatussa puheessa esiintyy?

Tutkimuskysymykset täsmentävät tutkimuksen tavoitetta, ja ensimmäisenä onkin tärkeää selvittää, kenen puhetta esitetään eli mitä tahoja raporteissa lainataan. Toisen tutkimuskysymyksen avulla selvitetään, miten kyseisiä tahoja representoidaan eli kuvataan vastuullisuusraporteissa. Raportointimuotojen väliset eroavaisuudet tulevat esille kolmannen kysymyksen kautta. Eroavaisuuksien tunnistamisessa ja vertailussa huomio kiinnittyy erityisesti raportointimuodon eli erillisen ja vuosikertomukseen integroidun raportin mahdollisiin eroihin lainatussa puheessa. Olennaista on selvittää, onko siteerattujen äänien osuuksissa eroja raportointimuodosta riippuen, eli onko esimerkiksi johdon ääntä enemmän erillisessä raportissa kuin integroidussa raportissa. Neljännen tutkimuskysymyksen avulla selvitetään, mitä aiemmassa tutkimuksessa havaittuja (Cheney, Christensen, Conrad & Lair 2004) ja aineistossa esiintyviä muita retorisia valintoja lainatussa puheessa esiintyy. Strategioista kerrotaan tarkemmin luvussa 1.3.

Aihetta kannattaa tutkia, koska vastuullisuus yhteiskunnallisena ilmiönä on ajankohtainen, ja lainattu puhe omana ilmiönään tähän yhteyteen kytkettynä tarjoaa erilaisia näkökulmia esimerkiksi puheen esittäjän kautta. Lainattua puhetta tarkastellaan tämän tutkimuksen kontekstissa siksi, että kiinnostavaa on selvittää, minkälaista lainattua

puhetta esiintyy ja miten lainattua puhetta käytetään. Lainatulla puheella kerrotaan yrityksen vastuullisuudesta puhujan äänellä, jonka näkökulmasta voidaan välittää haluttuja asioita puhujan kokemukseen ja mielipiteeseen nojaten. Yritys voi lainatun puheen avulla myös mahdollisesti pyrkiä korostamaan toimintansa kohokohtia, jotka muuten saattaisivat jäädä raportin lukijalta huomaamatta tai piiloon muun tekstin joukkoon. Yhtenä vaihtoehtona voi myös olla se, että yritys pyrkii lainatulla puheella tuomaan esille mahdollisten vähemmistöjen ääniä osoittaakseen sosiaalista vastuullisuuttaan.

Bondi ja Yu (2018: 2) ovat todenneet, että yritysten sidosryhmäsuhteiden hallinnointi ja sidosryhmien erilaisten äänien yhtenäistämisen tarve on lisääntynyt yritysten viestinnässä. Tämän tutkimuksen esikuvana ja innoittajana onkin toiminut kyseinen tutkimus, jossa on tarkasteltu kulttuurinäkökulmasta kiinalaisten, amerikkalaisten ja italialaisten pankki- ja energiasektorin yritysten vastuullisuusraporteissa esiintyviä suoria lainauksia. Lainattua puhetta on jo tutkittu useissa kielitieteellisissä julkaisuissa, mutta vastuullisuusraporttien osalta tutkimusta on tehty verrattain vähän (emt. 2, 8).

Yhteiskuntavastuuta ja vastuullisuusviestintää on tutkittu monipuolisesti diskurssien ja retoriikan näkökulmasta. (Ks. esim. Siltaoja 2009; Joutsenvirta & Vaara 2009; Erkama & Vaara 2010; Castello & Lozano 2011; Christensen, Morsing & Thyssen 2013.) Aikaisempaa tutkimusta aiheesta suomalaisten yritysten osalta ei juurikaan ole, joten myös sen vuoksi on tarpeellista selvittää lainatun puheen käyttöä juuri suomalaisessa vastuullisuusraportoinnissa. Alkuolettamuksena tässä tutkimuksessa on, että suomalainen aineisto muistuttaa muita länsimaisia yrityksiä länsimaisen työkuulttuurin samankaltaisuuksien vuoksi, ja toisena olettamuksena, että yritysten sidosryhmistä erityisesti asiakkaita siteerataan vastuullisuusraporteissa enemmän kuin esimerkiksi muita ulkoisia tahoja.

Christensen, Morsing ja Thyssen (2011) ovat tutkineet yhteiskuntavastuun tilivelvollisuuden ja läpinäkyvyyden moniäänisyyttä identiteetin ja tekopyhyiden kontekstissa. Moniäänisyyden kautta yhteiskuntavastuuta voidaan tarkastella

monenlaisten äänien, tavoitteiden, kiinnostusten ja mielipiteiden areenalla (emt. 472). Kielenkäyttöön liittyvän toimijuuden ja vallan yhtenä ulottuvuutena voidaan nähdä lainatussa puheessa ääneen pääsy tai sen rajoittaminen (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 127–128).

Yritys valitsee, keiden ääniä se vastuullisuusraportissaan haluaa tuoda esille. Puhujien äänet edustavat yritystä ja sen välittämää viestiä raportin lukijoille. Yrityksen näkökulmasta on sen edun mukaista, ettei raportissa esiinny yrityksen toimintaa kritisoivaa puhetta tai että puhujat mieluummin ylistävät kuin kyseenalaistavat yritystä. Vastuullisuusraportissa saatetaan siten jättää sanomatta asioita, jotka eivät ole myönteisiä yrityksen toiminnalle ja maineelle. Yrityksestä voisi muuten välittyä ristiriitainen kuva, jos lainattu puhe ei tue yrityksen sanomaa vastuullisuusraportissa.

Puhujat edustavat äänellään, nimellään ja jossain tapauksissa myös kasvoillaan yritystä ja sen välittämää sanomaa, jolloin voidaan perustella puhujien uskovan aidosti siihen aiheeseen, jonka puolesta puhuvat. Savijärven (2010: 142) mukaan lainatun puheen esittäminen vuorovaikutustilanteessa, tässä tapauksessa tekstin muodossa, toimii todisteena siitä, että puhujalla on tietoa referoimastaan tilanteesta.

## 1.2 Aineisto

Tutkimuksen aineistona on 18 eri toimialoilla toimivien suomalaisten pörssiyhtiöiden vastuullisuusraporttia raportointivuodelta 2017. Aineiston vastuullisuusraportit on julkaistu joko 2017 vuoden lopulla tai vuoden 2018 aikana. Aineiston valinnassa kriteerinä oli yritysten suomalainen alkuperä ja vastuullisuusraportin mahdollisimman tuore ajankohta. Vastuullisuusraporttien saatavuus oli myös keskeinen valintakriteeri aineistonhankinnassa. Aineiston raportit ovat saatavilla yritysten julkisilta verkkosivuilta.

Aineiston yritykset on valittu OMX Helsinki - indeksin (OMXHPI = OMX Helsinki Price Index) pörssilistauksesta, joka sisältää kaikki Helsingin pörssiin listatut arvopaperit, eli

yhteensä 129 yritystä (Nasdaq Helsinki 2019). Aineiston hankinnan toteutin valitsemalla pörssilistauksesta 18 satunnaista yritystä sillä perusteella, että niiltä löytyy selkeä vastuullisuusraportti joko osana vuosikertomusta tai varsinaisena raporttina. Kumpaakin raportointimuotoa, integroituja ja erillisiä vastuullisuusraportteja on tutkimusaineistossa saman verran eli yhdeksän kappaletta. Lainatun puheen esiintyvyys raporteissa oli myös keskeinen valintakriteeri, sillä kaikkien yritysten raporteissa sitä ei välttämättä esiintynyt ollenkaan.

Vastuullisuusraportti on raportti, jossa yritys kertoo toimintansa vastuullisuusperiaatteista ja arvoista, raportointivuoden aikana tehdystä vastuullisuuteen liittyvästä toiminnasta ja toteutuneista tavoitteista sekä tuloksista noudattaen yleensä jotain tiettyä raportointiohjeistoa, useimmiten GRI-ohjeistoa. Raportissa käsitellään yleensä yhteiskuntaan, ympäristöön ja ihmisoikeuksiin liittyviä aiheita, mutta myös tiettyjä alakohtaisia vastuullisuusaiheita. (Leppiniemi & Virtanen 2003: 111–113)

Vuosikertomus, kuten vastuullisuusraporttikin, on yrityksen sidosryhmäviestinnän väline. Vuosikertomus eroaa vastuullisuusraportista siten, että se esittelee yrityksen toimintaympäristön ja kuluneen toimintavuoden eli tilikauden, antaen samalla tietoa taloudellisesta menestyksestä ja muista suoriutumisista. Vuosikertomuksella on pörssiyhtiöissä tärkeä rooli sijoittajaviestinnässä, ja monille yrityksille vuosikertomus on väline tuoda tilinpäätös osakkeenomistajien käyttöön. Kirjanpito-, yhteisö- ja arvopaperimarkkinalainsäädännössä säädellään vuosikertomuksen sisältöä, ja nimensä mukaisesti vuosikertomus julkaistaan vuosittain tilikauden päätteeksi. (Leppiniemi & Virtanen 2003: 11)

Vuosikertomukseen integroitu vastuullisuusraportti sijoitetaan yleensä yritysten verkkosivuilta löytyvän vuosikertomuksen sisälle, ja vastuullisuusosio on eroteltu esimerkiksi suoraan vastuullisuusosioon ohjaavalla hyperlinkillä. Sama vastuullisuusosio voi löytyä vielä erikseen verkkosivuilta erillisenä tiedostona, jotta sen löytäminen olisi mahdollisimman helppoa. Jos vastuullisuusosiosta ei ole erillistä tiedostoa, voi joissain tapauksissa olla epäselvää, mihin vastuullisuusosio vuosikertomuksessa päättyy.

Taulukkoon 1 on koottu luettelo aineiston yrityksistä ja tiedot niiden toimialojen, muodon, sivumäärän ja kielen osalta. Seitsemän raporttia on kirjoitettu englannin kielellä ja loput suomeksi. Kieli on kuitenkin tässä tapauksessa jätetty huomioimatta, sillä se on tutkimuksen tavoitteen kannalta epäoleellista. Taulukkoon merkityillä sivumäärillä viitataan integroitujen raporttien vastuullisuusosioihin suhteessa vuosikertomusten kokonaissivumäärään, ja vastaavasti erillisten raporttien kokonaissivumäärään. Fiskarsin raportti on aineistossa poikkeus siinä mielessä, että sen vuosikertomus on vain 28 sivuinen, ja vastuullisuusosion alkaminen ja päättyminen ei ole selkeästi merkitty, toisin kuin muissa integroiduissa vastuullisuusraporteissa.

**Taulukko 1.** Aineisto

Yrityksen nimi	Toimiala	Muoto	Sivumäärä	Kieli
1. Alma Media	media-ala	osana vuosikertomusta	43/195	suomi
2. Cargotec	metalliteollisuus	osana vuosikertomusta	24/68	suomi
3. Citycon	kiinteistösjointus	osana vuosikertomusta	45/205	suomi
4. Fiskars	monitoimiala	osana vuosikertomusta	28	englanti
5. Kesko	kaupan ala	osana vuosikertomusta	89/296	suomi
6. Konecranes	metalliteollisuus	osana vuosikertomusta	17/79	suomi
7. Neste	polttoaineteollisuus	osana vuosikertomusta	41/196	suomi
8. Stora Enso	metsäteollisuus	osana vuosikertomusta	75/153	englanti
9. Valmet	teollisuustuotteet ja -palvelut	osana vuosikertomusta	10/56	suomi
10. Atria	elintarviketeollisuus	erillinen	47	suomi
11. Kone	metalliteollisuus	erillinen	25	suomi
12. Martela	kalusteala	erillinen	36	suomi
13. Metso	teknologiateollisuus	erillinen	40	englanti
14. Metsä Group	metsäteollisuus	erillinen	73	englanti
15. Nokia	tietoliikenneala	erillinen	177	englanti
16. Orion	lääketeollisuus	erillinen	69	englanti
17. Outotec	teknologia-ala	erillinen	58	englanti
18. Tokmanni	kaupan ala	erillinen	85	suomi

Kuisman ja Temmeksen (2011: 271) mukaan eri raportointikanavissa on omat haasteensa tiedonvälityksen kannalta. Vuosikertomukseen sisällytetylle vastuullisuusraportille tai -osiolle voi olla liian vähän tilaa tai se saattaa laajentaa koko vuosikertomusta

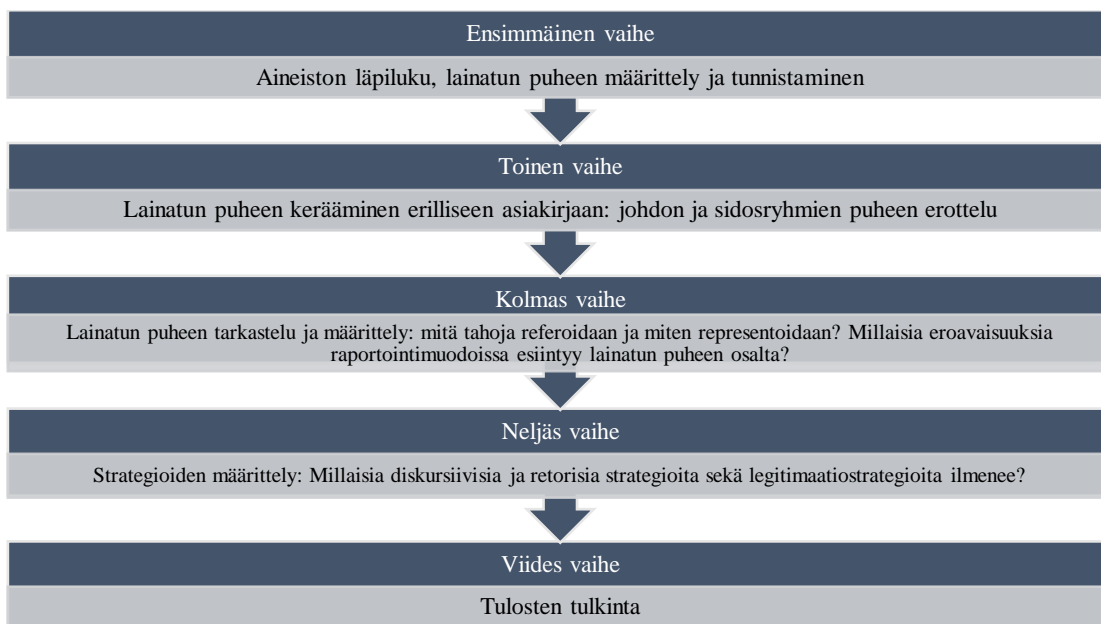
tarpeettomasti. Etuna siinä on kuitenkin se, että vastuullisuus on sijoitettu luonnolliseksi osaksi vuosikertomuksen kokonaisuutta. Erillinen vastuullisuusraportti taas saattaa myös osoittautua liian laajaksi, jolloin luettavuus hankaloituu, mutta toisaalta raportissa on tarpeeksi tilaa esitellä yhteiskuntavastuu omana erillisenä aiheenaan. (Emt. 271) Aineiston vastuullisuusraportit vaihtelevat sivumäärältään ja ulkomuodoltaan, mutta niiden perusrakenne pohjautuu suurimmaksi osaksi GRI-raportointiohjeistoon, josta kerrotaan tarkemmin luvussa 2.2.1. Sivumäärässä on vaihtelua (ks. Taulukko 1) vuosikertomukseen sisällytettyjen raporttien välillä kymmenestä sivusta 89 sivun pituuteen, ja erillisten vastuullisuusraporttien välillä 25 sivusta jopa 177 sivun pituuteen. Syy sivumäärän vaihtelulle on raportointimuodon lisäksi myös pörssiyhtiöiden brändien visuaaliseen ilmeeseen sidoksissa oleva toimialakohtainen tyyli, jolla on vaikutusta raporttien ulkomuotoon ja sivumäärään.

### 1.3 Menetelmä

Tutkimuksen menetelmänä on diskurssianalyysi. Lähtökohtana ovat Cheney, Christensenin, Conradin ja Lairin (2004) laatimat diskursiiviset ja retoriset strategiat yhdessä Vaaran, Tienarin ja Laurilan (2006) määrittelemien legitimaatiostrategioiden sekä Van Leeuwenin (2008) sosiaalisen toimijan representaation mallin kanssa. Diskursiiviset ja retoriset strategiat ovat kielellisiä keinoja, joilla voidaan vaikuttaa sidosryhmiin (Cheney ym. 2004: 82; Suddaby & Greenwood 2005: 41). Nämä strategiat ovat Cheney ym. (2004) tutkimukseen perustuva luokittelu retorisisista valinnoista ja keinoista, joiden avulla sidosryhmiä pyritään vakuuttamaan vastuullisuudesta. Legitimaatiostrategioita käytetään toiminnan perustelemiseen ja oikeuttamiseen, tai torjumiseen (Pynnönen 2013: 21). Tarkastelen aineistossa esiintyviä diskursiivisia ja retorisia strategioita Cheney ym. (2004) jaottelun, sekä Vaaran ym. (2006) diskursiivisen legitimaatiostrategioiden pohjalta. Legitimaatiostrategioita tarkastellaan siis tässä tutkimuksessa muiden havaintojen yhteydessä.



Toteutan tutkimuksen käytännössä aloittamalla analyysivaiheen aineiston systemaattisella läpiluvulla. Määrittelen, mistä lainatun puheen tunnistaa, jonka jälkeen erottelen vastuullisuusraporteista lainatun puheen. Kerään lainatun puheen suoraan tekstiaineistoksi erilliseen asiakirjaan, josta määrittelen, mitä tahoja referoidaan. Erottelen lainatun puheen referoitujen tahojen perusteella joko johtoon tai muihin sidosryhmiin kuuluvaksi. Erottelen, mistä tunnistaa, onko kyseessä johdon vai sidosryhmien puhe ja millaisia eroavaisuuksia siinä mahdollisesti esiintyy.



**Kuvio 1.** Menetelmän vaiheet

Saadakseni yleiskuvan aineiston lainatusta puheesta, teen havaintoja ja määrittelen, mistä aiheista raporteissa puhutaan ja argumentoidaan, millaisia teemoja tai sisältöjä puheessa on ja kuinka usein ne esiintyvät tekstissä. Yleisen sisällön määrittämisen jälkeen tarkastelen sosiaalisen toimijan representaation mallin avulla, miten eri tahoja representoidaan tekstissä. Sosiaalisen toimijan representaatiolla tarkoitetaan jotain tiettyä sosiaalista käytäntöä toteuttavan toimijan, tässä tutkimuksessa puhujan, representoimista eli kuvaamista diskurssissa tietyllä tavalla. Representaatiomalli sisältää erilaisia kategorioita, joita voidaan soveltaa valinnaisesti diskurssianalyysin työvälineinä kontekstin mukaan (Van Leeuwen 2008: 51–53). Näistä kategorioista kerrotaan tarkemmin luvussa 3.3.3.

Tahojen representoimisen lisäksi tarkastelen, miten erilliset vastuullisuusraportit ja vuosikertomukseen integroidut vastuullisuusraportit mahdollisesti eroavat toisistaan lainatun puheen osalta. Näiden vaiheiden (ks. Kuvio 1) perusteella saaduista havainnoista ja tuloksista voidaan määrittellä, mitä tahoja referoidaan, miten niitä representoidaan ja mitä eroavaisuuksia raportointimuodoissa ilmenee. Menetelmän ensimmäisten vaiheiden jälkeen etsin lainatusta puheesta diskursiiviset ja retoriset strategiat ja analysoin niitä yhdessä legitimaatiostrategioiden kanssa. Cheney ym. (2004) diskursiivisilla ja retorisisilla strategioilla sekä Vaaran ym. (2006) legitimaatiostrategioilla selvitetään, miten lainattua puhetta käytetään etsimällä lainatusta puheesta käytettyjä strategioita, jotka on esitelty tarkemmin luvuissa 3.3.1 (ks. Taulukko 2) ja 3.3.2.

Diskurssianalyysi on pohjimmiltaan tutkijan tulkintaa tietyssä kontekstissa tapahtuvasta kielenkäyttötilanteesta ja siinä kielenkäyttäjien tulkinnoista, jolloin ymmärrettävästi tutkimustulokset voivat olla lähtökohtaisesti tulkinnanvaraisia, mutta eivät kuitenkaan subjektiivisia. Diskurssianalyysin tarkoitus on rakentua tiettyjen väitteiden tai hypoteesin argumentoinnin ympärille. Diskurssianalyysi menetelmänä sisältää useita erilaisia teorioita, jotka määrittävät millainen kukin menetelmä käytännön toteutukseltaan on, mutta menetelmissä ei ole tietynlaisia sääntöjä joita noudattamalla saisi taattuja tuloksia (Gee 2011: 122, 11). Tässä tutkimuksessa tämä tarkoittaa, että tutkimustulokset ovat tutkijan löytämiä tulkintoja aineistosta.

## 2 YHTEISKUNTAVASTUU JA VASTUULLISUUSVIESTINTÄ

Tässä luvussa taustoitan ja esittelen yhteiskuntavastuuta, vastuullisuusviestintää sekä vastuullisuusraportointia. Kerron ensin yleisesti yritysten yhteiskuntavastuusta, jonka jälkeen käyn vielä tarkemmin läpi siihen kuuluvia osa-alueita. Yhteiskuntavastuun jälkeen kerron sidosryhmistä ja sidosryhmädialogista, sekä vastuullisuusviestinnästä ja vastuullisuusraportoinnista, jotka ovat keskeisiä teemoja tämän tutkimuksen aiheen taustalla olevan yhteiskunnallisen ilmiön taustoittamisessa.

### 2.1 Yritysten yhteiskuntavastuu

Yritysten yhteiskuntavastuun osuus maapallon hyvinvoinnin edistämisessä kiinnostaa yhä enemmän suurta osaa kuluttajista, minkä seurauksena yritykset ovat havahtuneet vastuullisuuden korostamiseen toiminnassaan. Ilmastonmuutoskeskustelussa pohditaankin, missä määrin verrattavissa ovat keskivertokuluttajan valinnat suhteessa suurten yritysten vastuullisiin valintoihin. Yritykset ja organisaatiot kuitenkin vaikuttavat laajasti useilla eri tavoilla työntekijöiden, kuluttajien, ympäristön ja yhteisöjen elämään, minkä vuoksi on perusteltua tarkastella yritysten tapoja kantaa yhteiskunnallista vastuutaan (Peltonen 2007: 187). Yritys voi toiminnallaan osoittaa luotettavuutensa ja vastuullisuutensa, jotta se saavuttaa hyvän maineen ja sidosryhmien luottamuksen (Moilanen & Haapanen 2006: 4).

Yritysten yhteiskuntavastuulla (*corporate social responsibility, CSR*) tarkoitetaan yhteiskunnan asettamia taloudellisia, eettisiä ja humanitäärisiä odotuksia yrityksiä ja organisaatioita kohtaan. Yhteiskuntavastuullisten odotusten toteuttamiseen yrityksiä kannustaa se, että sidosryhmät eli esimerkiksi asiakkaat ja työntekijät voivat sitoutua helpommin yritykseen ja sen toimintatapoihin, kuin jos yritykset eivät noudattaisi vastuullisia periaatteita ollenkaan. Valtion puuttuminen yrityksen liiketoimintaan sääntelyn kautta voidaan myös välttää noudattamalla yhteiskuntavastuullisia periaatteita.

Siten yritys varmistaa myös toimintaympäristönsä vakaana pysymisen ja riskien hallittavuuden. (Peltonen 2007: 196-197) Yhteiskuntavastuu voidaan nähdä myös strategiana, joka edistää yrityksen mainetta ja vahvistaa legitimaatiota (Ihlen 2014: 157).

Vastuullisella toiminnalla voi olla vaikutusta kuluttajien asenteisiin yritystä kohtaan, ja sitä kautta se voi esimerkiksi vaikuttaa epäsuorasti yrityksen liikevoittoon (Gössling 2011: 85; Carrington & Neville 2015: 167). Nykyisen digitaalisen tiedonvälityksen kautta tieto vastuuttomista teoista leviää nopeasti, minkä seurauksena yritykset joutuvat ennakoimaan ja kantamaan hyvissä ajoin vastuun teoistaan, jotta välttyään riskeiltä (Takala 2000: 3). Yritykset ja organisaatiot hyötyvät siten huomattavasti noudattamalla yhteiskuntavastuullisia periaatteita, mikä voidaan nähdä yhtenä motivoivana syynä vastuullisen toiminnan harjoittamiseen.

Erityisesti suuret yritykset ja organisaatiot voidaan nähdä yhteiskunnallisesti vaikutusvaltaisina toimijoina, joiden vastuunkanto toiminnastaan ja sen mahdollisista haitallisista seurauksista on tarpeellista, samoin kuin muidenkin yhteiskunnan jäsenten. Yritysten toiminta voi ulottua laajalle, eikä pelkästään näkyvillä oleviin konkreettisiin taloudellisiin tuotoksiin. (Peltonen 2007: 197) Suuri koko tuo yritykselle lisää vaikutusvaltaa, mutta myös enemmän vastuuta, jolloin yrityksen toimintaan liittyy merkittäviä vaikutuksia. Paikallisesta näkökulmasta myös pienempi yritys voi olla merkittävä tekijä tietyllä alueella. (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009: 24)

### 2.1.1 Yhteiskuntavastuun osa-alueet ja ideologiat

Yhteiskuntavastuu jaetaan Joutsenvirran, Halmeen, Jalaksen ja Mäkisen (2011) kuvaamiin taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun osa-alueisiin, joiden pääsisällöt on koottu lähdeä mukaillen Kuvioon 2. Jako perustuu kolmen ulottuvuuden ajatteluun, joka vaikuttaa yritysten vastuullisuusstrategiassa. Tämä kolmijako pohjautuu *triple bottom line* -ajatteluun, jossa vastuullisen liiketoiminnan kehittämiseksi kaikkien näiden kolmen osa-alueen odotetaan olevan tasapainossa. (Emt. 13)

Taloudellinen vastuu	Sosiaalinen vastuu	Ympäristövastuu
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liiketoiminnan kannattavuuden ja kilpailukyvyn ylläpito</li> <li>• Yhteiskunnan taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen, verojen maksu</li> <li>• Omistajien tuotto-odotuksiin vastaaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Henkilöstön hyvinvointi</li> <li>• Ihmisoikeuksien ja kuluttajansuojan kunnioittaminen</li> <li>• Hyvien suhteiden ylläpito yhteiskuntaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Luonnonvarojen kestävä käyttö</li> <li>• Ympäristön suojelu</li> <li>• Ilmastonmuutoksen hillitseminen</li> <li>• Jätekuormituksen vähentäminen</li> </ul>

**Kuvio 2.** Yhteiskuntavastuun osa-alueet

Taloudelliseen vastuuseen kuuluu yrityksen kannattavuuden, tehokkuuden ja kilpailukyvyn ylläpito, taloudellisen hyvinvoinnin tuottaminen yhteiskuntaan sekä omistajien tuotto-odotuksiin vastaaminen. Yrityksen sosiaalinen vastuu pitää sisällään esimerkiksi henkilöstön hyvinvoinnista, ihmisoikeuksista ja kuluttajansuojasta huolehtimisen. Ympäristövastuuseen kuuluu luonnonvarojen säästeliäs ja kestävä käyttö, luonnon monimuotoisuuden vaaliminen, jätekuormituksen vähentäminen sekä ilmastonmuutoksen hillitseminen. (Joutsenvirta ym. 2011: 13) Nämä kolme osa-aluetta muodostavat yhdessä yhteiskuntavastuun kokonaisuuden.

Näiden osa-alueiden lisäksi yhteiskuntavastuu voidaan jakaa vielä kolmeen näkemykseen tai ideologiaan: omistajalähtöiseen, sidosryhmälähtöiseen ja laajaan vastuun näkemykseen, jotka on koottu Kuvioon 3 Takalan (2000) määritelmien mukaan. Omistajalähtöisessä näkemyksessä yrityksen tehtävänä on pääasiassa vastata markkinoiden tarpeeseen, jolloin vähemmälle huomiolle jäävät yhteiskunnan kokemat puutteet tai kehityskohteet. Omistajalähtöisen näkemyksen taloudellisena päämääränä on omistajan voiton maksimointi ja yrityksen toimintaa ohjaavat lähinnä liike-elämässä ja markkinasopimusmalleissa olevat säännöt ja ehdot. (Emt. 5–7)

Omistajalähtöinen näkemys	Sidosryhmälähtöinen näkemys	Laajan vastuun näkemys
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Markkinoiden tarpeeseen vastaaminen</li> <li>• Taloudellisenä päämääränä omistajan voiton lisääminen</li> <li>• Toimintaa ohjaavat säännöt ja ehdot</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sidosryhmien tarpeeseen vastaaminen</li> <li>• Taloudellisenä päämääränä voiton lisääminen vastuullisesti</li> <li>• Toimintaa ohjaa ns. valistunut itsekkyyys, jossa eettisyys huomioidaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yhteiskunnan hyvinvoinnin edistäminen</li> <li>• Taloudellinen tehokkuus ja voitto ovat toissijaisia päämääriä</li> <li>• Toimintaa ohjaavat moraaliset periaatteet ja arvot</li> </ul>

### Kuvio 3. Yhteiskuntavastuun näkemykset

Sidosryhmälähtöisessä näkemyksessä ympäristönsä kanssa vuorovaikutuksessa olevana toimijana yrityksen on vastattava markkinoiden tarpeeseen siten, etteivät taloudelliset hyödyt ylitä yhteiskunnallisia haittoja ja taloudellisenä päämääränä on voiton maksimointi vastuullisen toiminnan rajoissa. Toimintaa ohjaa tällöin ns. valistunut itsekkyyys, jolloin eettisyys otetaan huomioon yhtenä yrityksen maineeseen vaikuttavana tekijänä. Laajan vastuun näkemyksessä yritys pyrkii ensisijaisesti edistämään yhteiskunnan hyvinvointia voitontavoittelun sijaan. Yrityksen toimintaa ohjaavat ensisijaisesti moraaliset periaatteet ja arvot, jolloin taloudellinen tehokkuus näyttäytyy toissijaisena. (Takala 2000: 5–7; Peltonen 2007: 200–202) Tutkimusaineiston pörssiyritykset voidaan luokitella omistajalähtöisen ja sidosryhmälähtöisen näkemyksen välimaastoon, sillä pörssiyritysten täytyy noudattaa lain määräyksiä kuten raportointiin liittyviä sääntöjä, mutta sääntöjen ja ehtojen lisäksi toimintaa ohjaa myös valistunut itsekkyyys ja sidosryhmien tarpeeseen vastaaminen.

#### 2.1.2 Sidosryhmien huomioiminen vastuullisuudessa

Sidosryhmiä ovat kaikki ne henkilöt ja ryhmät, joihin yritys vaikuttaa toiminnallaan, ja vastaavasti sidosryhmät vaikuttavat yrityksen toimintaan. Sidosryhmät voivat olla joko ensisijaisia eli sisäisiä, tai toissijaisia eli ulkoisia, riippuen niiden suhteesta yritykseen. Ensisijaisilla eli sisäisillä sidosryhmillä on viralliseen sopimukseen perustuva suhde, kuten esimerkiksi työntekijöillä, omistajilla, asiakkailta ja tavarantoimittajilla.

Ensisijaisia sidosryhmiä ovat näiden lisäksi myös ryhmät, joihin yritys vaikuttaa toiminnallaan suorasti, kuten paikallisyhteisöihin. Loput sidosryhmät ovat toissijaisia eli ulkoisia, esimerkiksi erilaiset kansalaisjärjestöt, viranomaiset ja akateemiset tahot. (Niskala, Tarna-Mani, Puroila & Pajunen 2019: 86–87)

Yritysten sidosryhmänäkökulmasta vastuullisuus jaetaan vastuuseen eri sidosryhmiä kohtaan (Juutinen & Steiner 2010: 23). Sidosryhmäteoriasta tai -näkemyksestä on tullut yksi keskeisimmistä käsitteistä strategisessa johtamisessa ja yritysetiikassa. Sidosryhmänäkemyksessä yritys huomioi toimintansa aiheuttamia vaikutuksia ihmisiin ja ympäristöön, mutta myös niiden vaikutuksia yritykseen (Raupp 2014: 276, 278). Sidosryhmänäkemyksestä voidaan kutsua myös sidosryhmäajatteluksi tai -johtamiseksi, jolla tarkoitetaan Niskalan ym. (2019: 88) mukaan yrityksen toiminnan hahmottamista sidosryhmien vuorovaikutussuhteiden ja intressien kautta.

Sidosryhmänäkemyksessä on yhteydessä yhteiskuntavastuuseen ja strategiseen johtamiseen, ja Freemanin (2004: 231) mukaan sidosryhmänäkemyksestä ja yhteiskuntavastuusta on tarpeetonta erottaa toisistaan, sillä ne ovat sama asia. Yritys pysyy siis elinvoimaisena, jos se kykenee huomioimaan päätöksenteossa keskeisiä sidosryhmiään tarpeeksi ja vastaamaan niiden tarpeisiin. Sidosryhmäajattelu on siten keskeistä yrityksen yhteiskuntavastuun kannalta, koska yrityksen toiminta vaikuttaa sidosryhmiin (Niskala ym. 2019: 89).

### 2.1.3 Sidosryhmädialogi

Nykyisen digitalisaation myötä sidosryhmävuorovaikutukseen on tullut uudenlainen ulottuvuus. Ajankohtaiset vastuullisuusosiot ja -raportit ovat entistä helpommin jokaisen löydettävissä yritysten verkkosivuilta, mikä on lisännyt avoimuutta ja läpinäkyvyyttä. Erityisesti sosiaalinen media on mahdollistanut entistä avoimemman ja tehokkaamman vuorovaikutuksen sidosryhmien ja yritysten välillä, sekä lisännyt yritysten läpinäkyvyyttä, mutta samalla myös alttiutta kritiikille. Vastuutonta toimintaa harjoittava yritys on helposti paljastettavissa ja tieto on helposti suuren yleisön saatavilla. Sen vuoksi

yritysten harjoittamalta sidosryhmädialogilta vaaditaan avoimuutta, sillä valveutuneet kuluttajat odottavat yrityksiltä perusteellisia vastauksia kysymyksiin ja palautteeseen niin sosiaalisessa mediassa kuin perinteisissä viestintäkanavissa.

Sidosryhmädialogi määritellään yhteisymmärryksessä muodostetuksi ja jaetuksi ymmärrykseksi yrityksen ja sen sidosryhmien välillä. Dialoginen eli kaksisuuntainen vuorovaikutus toimii vastuullisuusviestinnän välineenä. Sidosryhmädialogin kautta yrityksillä on mahdollisuus sekä maineenhallintaan että viestintäyhteyden ylläpitoon sidosryhmien välillä. Tämän kaksisuuntaisen vuorovaikutuksen avulla yritysten on halutessaan mahdollista kuunnella aidosti sidosryhmiensä ajatuksia ja selvittää, mitä ajankohtaisia asioita sidosryhmät arvostavat ja pitävät tärkeinä. Dialogin perusteella yritykset voivat hyödyntää ja sisällyttää kyseisiä tietoja yhteiskuntavastuun strategioihinsa. (Golob & Podnar 2014: 232)

## 2.2 Yritysten vastuullisuusviestintä

Vastuullisuusviestintä on yrityksen vastuullisuudesta viestimistä sidosryhmille yleensä useamman kanavan välityksellä, joihin vastuullisuusraportointi myös lukeutuu. Vastuullisuusraportoinnin lisäksi vastuullisuusviestinnän erilaisia kanavia voivat olla esimerkiksi yrityksen verkkosivut, blogit ja sosiaalinen media. Laajemmin ymmärrettynä vastuullisuusviestintä kuitenkin kattaa yrityksen kaikki vastuullisuudesta viestimiseen kuuluvat alueet ja toiminnot, kuten strategian, johtamisen ja suhdetoiminnan. (Halme & Joutsenvirta 2011: 252)

Vastuullisuusviestintä on laajempi kokonaisuus kuin pelkästään vastuullisuusraportointi, sillä raportit eivät välttämättä tavoita kaikkia vastuullisuudesta kiinnostuneita sidosryhmiä, vaan ne on suunnattu alan asiantuntijoille, kuten tutkijoille, viranomaisille, toimittajille ja analyytikoille, mutta ei välttämättä tavallisille kuluttajille (Halme & Joutsenvirta 2011: 252). Toisaalta nykyisin julkaistavien raporttien modernin ulkomuodon ja helpon saatavuuden myötä jopa tavallisella kuluttajalla on mahdollisuus kiinnostua niiden lukemisesta.



Yrityksen kilpailuedun säilyttäminen ja edistäminen edellyttävät muun viestinnän ohella myös vastuullisuudesta viestimistä. Vastuullisuudesta voidaan viestiä monin tavoin erilaisten kanavien kautta, ja myös silloin, kun ei tarkoituksellisesti pyritä viestimään vastuullisuudesta. Kanavia vastuullisuudesta viestimiseen erilaisille sidosryhmille ovat esimerkiksi sosiaalisen median julkaisut, henkilöstö- ja asiakaslehdet, yritys- ja palveluesitteet, tuotepakkaukset ja niiden ympäristöselonteot. Näihin lukeutuvat lisäksi myös sidosryhmäyhteistyön ja julkisen keskustelun tilanteet, sekä asiakaspalvelutilanteet, joissa viestitään vastuullisuudesta. (Halme & Joutsenvirta 2011: 251–252) Vastuullisuusviestinnän tavoitteena on vastata sidosryhmien vaatimuksiin osoittamalla, että yritysten toiminta on läpinäkyvää, joten viestintäkanavan valinnalla on siis merkitystä sen suhteen, mikä ensisijainen kohderyhmä halutaan tavoittaa (Crawford & Williams 2014: 344–345).

Viestintäkanavan lisäksi sidosryhmiä puhuttelevat viestin muoto ja sisältö. Kuluttajiin voi vaikuttaa enemmän selkeä tunteisiin vetoava viesti, kun taas vastuullisuusraportin säännelty tieto vetoaa enemmän asiantuntijoihin. Selkeyden, uskottavuuden ja tunnetason vaikuttavuuden yhdistäminen onkin yksi vastuullisuusviestinnän haasteita. (Halme & Joutsenvirta 2011: 252) Aikaisempaa tutkimusta vastuullisuusviestinnästä löytyy etenkin bisnesetiikan puolelta ja johtamisen julkaisuista, joissa on keskitytty erityisesti raportointiin, eettisiin koodeihin ja sidosryhmädialogiin. Aiempaa tutkimusta on laajemmin viestinnän alan julkaisuissa, jotka keskittyvät tiedotus- ja suhdetoimintaan, yritysviestintään, organisaatioviestintään, markkinointiviestintään, johtamiseen ja maineenhallintaan. (Ihlen, Bartlett & May 2014: 4–5)

Yhteiskuntavastuun noudattaminen voi olla yritykselle myös haastavaa, jos sen viestintä ja toiminta ovat huomattavassa ristiriidassa. Ristiriitaisuus voi johtaa vaikutelmaan, jossa yritys näyttäytyy yhteiskuntavastuullisesti tekopyhältä, sillä puheiden ja tekojen suhde voidaan tulkita pahimmillaan sidosryhmiin vaikuttavana vilpillisyytenä. Ympäristövastuun yhteydessä tämä tunnetaan myös viherpesuna. Sidosryhmät vaativat yritykseltä läpinäkyvyyttä ja avoimuutta, minkä seurauksena voidaan olettaa yrityksen

tiedostavan sidosryhmiä kiinnostavan sen arvot ja aikomukset, jolloin yritys myös pyrkii välttämään ristiriitaisuuksia toiminnassaan. (Christensen, Morsing & Thyssen 2011: 472) Jos yritys ei viesti tarpeeksi vastuullisuudestaan, se ei välttämättä tarkoita etteikö se olisi vastuullinen tai tiedostaisi sidosryhmien odotuksia. Yritys voi yrittää välttää viherpesua niin paljon, että sen toiminta kääntyykin viherpiilotteluksi eli todellisen vastuullisuuden peittelyksi (Halme & Joutsenvirta 2011: 259).

### 2.3 Vastuullisuusraportointi

Vastuullisuusraportointi on vastuullisuusviestintää raportoinnin muodossa. Vastuullisuusraportointi on lakien ja raportointiohjeistojen mukaan säädeltyä julkista tiedottamista yrityksessä tapahtuneista yhteiskuntavastuun tekemisistä ja tuloksista. Vastuullisuusraportointi tehdään raportointiohjeiden mukaisesti. Vastuullisuusraportoinnin tehtävänä on liiketoiminnan kannalta hyödyllisen tiedon tuottaminen ja toiminnan läpinäkyvyyden lisääminen (Niskala, Tarna-Mani, Puroila & Pajunen 2019: 9). Vastuullisuusraportointi perustuu sidosryhmien tiedontarpeeseen vastaamiseen (Juutinen & Steiner 2010: 217). Se on raportointia, jonka avulla yritys voi arvioida, mitata ja kertoa toimintansa laajemmista yhteiskunnallisista vaikutuksista, joita perinteinen taloudellinen raportointi ei riitä kuvaamaan. Yleisesti hyväksytyt raportointiohjeistot asettavat yrityksen johtamiselle tavoitteita ja toimivat ohjaavina suosituksina yrityksen yhteiskuntavastuulle. (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009: 15, 87–89)

Vastuullisuusraportointi on lähtöisin 1990-luvun energia-, metsä- ja metalliteollisuuden yritysten ympäristöraportoinnista, jonka tavoitteena oli parantaa yritysten uskottavuutta ympäristöviestinnässä konkreettisella todistusaineistolla. Suomessa yritysten panostus ympäristöstä huolehtimiseen toi mukanaan tarpeen viestiä muutoksista oma-aloitteisesti julkisuudessa myös viranomaisten verkkaisen tiedonvälityksen vuoksi. (Kuisma & Temmes 2011: 267)

Painettujen ympäristöraporttien ohella siirryttiin 2000-luvulla verkossa julkaistaviin kestäväen kehityksen, ympäristö- ja yhteiskuntavastuun raportteihin, jonka jälkeen nykyinen yritys vastuuraportointi onkin vakiinnuttanut roolinsa yritysmaailmassa ja yleistyy edelleen maailmanlaajuisesti (Kuisma & Temmes 2011: 267). Vastuullisuusraportointi on siten laajentunut myös sellaisille toimialoille, joilla ympäristövaikutukset eivät ole merkittäviä, esimerkiksi palvelu-, pankki- ja vakuutusalan yrityksiin. Yhteiskuntavastuu pitääkin sisällään vielä moniulotteisemman vastuullisuuden määritelmän kuin vain ympäristöön liittyvän, mikä alussa koettiin pääasiallisena vastuullisuuden muotona. (Juutinen & Steiner 2010: 206)

Vastuullisuusraportointi on sidosryhmien luottamuksen rakentaja ja kehittäjä, sillä se tekee yrityksen toiminnasta entistä läpinäkyvämpää ja avoimempaa. Avoimuus lisää sidosryhmien ymmärrystä yrityksen vastuullisuuden painopisteistä sekä tulevaisuudennäkymistä. Lisäksi vastuullisuusraportointi on myös merkittävä osa yrityksen riskien hallintaa ja auttaa esimerkiksi toimittajaketjuun, sidosryhmäsuhteisiin, lainsäädäntöön, yrityskuvaan ja brändeihin liittyvien riskien ennakoinnissa. Raportoinnin avulla voidaan arvioida myös vastuullisuuden vaikutusta yrityksen arvoon. Yhteiskuntavastuu voidaankin nähdä usein menestyksekkään sekä hyvin johdetun yrityksen tuntomerkinä. (Niskala ym. 2009: 15, 87–89) Raportoinnilla yritys voi myös varmistaa yhteistyökumppaneidensa toiminnan laadun tason, jotta se vastaisi yrityksen oman toiminnan tasoa (Moilanen & Haapanen 2006: 132).

Vuosikertomukseen integroitu vastuullisuusraportti voi olla joko NFI-raportoinnin (*Non-financial reporting*) eli muiden kuin taloudellisten tietojen raportoinnin tai IR-viitekehyksen eli yrityksen arvonluontiin vaikuttavien tekijöiden raportoinnin mukaisesti toteutettu. Integroitu raportointi yhdistää vuosikertomuksen ja vastuullisuusraportoinnin tärkeimmät tiedot ja se kertoo liiketoiminnan ja vastuullisuuden välisestä yhteydestä, sekä yrityksen tulevaisuudennäkymistä. (Niskala ym. 2019: 108, 342)

### 2.3.1 Global Reporting Initiative -raportointiohjeisto

Vastuullisuusraportoinnin selkeyttämiseksi kehitettiin Yhdistyneiden Kansakuntien (YK) ympäristöohjelman (UNEP), *the Tellus Instituten* ja *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) -järjestön aloitteesta vuonna 1997 *Global Reporting Initiative* eli GRI, jota pidetään tunnetuimpana ja laajimpana yrityksen yhteiskuntavastuun raportointiohjeistuksena. GRI:n mukaisen raportoinnin tavoitteena on samankaltaisen vakiintuneen ja vertailukelpoisen aseman saavuttaminen kuin tilinpäätösraportilla on taloudellisessa raportoinnissa. (Moilanen & Haapanen 2006: 7; Niskala ym. 2009: 93; Koipijärvi & Kuvaja 2017: 42)

Suomessa sovellettiin GRI-mallia ensimmäisenä Keskon yhteiskuntavastuuraportissa vuonna 2000. Kesko myös tarkistutti ensimmäisenä yrityksenä raporttinsa ulkopuolisella tarkastajalla. Vuonna 2013 julkaistiin neljäs raportointiohjeisto GRI G4, *GRI Standards* vuonna 2016 ja viimeisimpänä päivitykset ohjeistoihin GRI 303 sekä GRI 403 vuonna 2018. Useampia GRI-ohjeistojen osien päivityksiä on tulossa vuosina 2019 ja 2020. (Moilanen & Haapanen 2006: 7; Koipijärvi & Kuvaja 2017: 42, GRI 2019)

GRI-raportointiohjeistossa on tarkat neuvot raportoinnin rajaamiseen ja vastuullisuuden mittarien käyttöön, ja joillekin toimialoille on laadittu vielä erikseen omat ohjeistukset. Raportoinnin käytön aloittamista helpotetaan valmiilla, vähimmäistason vaatimukset täyttävällä raportointipohjalla. (Kuisma & Temmes 2011: 281) Vastuullisuusraportin sisällön määrittelyssä voidaan käyttää olennaisuusarviointia, jossa arvioidaan ja selvitetään yrityksen sidosryhmien odotuksia ja vaatimuksia erilaisten kyselyjen tai haastatteluiden avulla. GRI-raportointiohjeiston lisäksi muita tärkeitä yritysten vastuullisuutta ohjaavia kansainvälisiä ohjeita ovat Taloudellisen kehityksen ja yhteistyön järjestö OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille, YK:n yritystoimintaa ja ihmisoikeuksia koskevat periaatteet sekä Global Compact -aloite (Koipijärvi & Kuvaja 2017: 35, 38).

### 2.3.2 Integroidun ja erillisen vastuullisuusraportin sisältö

Vastuullisuusraportin sisältö voidaan jakaa kolmeen perusviestiin, yrityksen toiminnan yleiskuvaan, tarinoihin ja faktoihin. Yleiskuvassa kerrotaan, mistä on kysymys, tarinoissa kerrotaan, millainen yritys on ja faktoissa tuodaan esille todistusaineistoa vastuullisesta toiminnasta. Yleiskuvassa kerrotaan tarkemmin yrityksen toimialasta ja siitä, mitkä vastuullisuuskysymykset ovat olennaisia juuri kyseiselle yritykselle. Tarinoissa yritys kertoo tulkintansa maailmasta ja siitä, millainen toimija yritys on osana maailmaa, eli käytännössä yritys ottaa kantaa sen olemassaolon oikeutukseen ja vastuun olennaisuuteen. Tarinoilla perustellaan, mitä hyötyä yrityksen toiminnasta on yhteiskunnalle. Faktaosuus on vastuullisuusraportoinnin perusta, jolla yritys tuo esille uskottavuutensa raportointiohjeistoa noudattaen. (Kuisma & Temmes 2011: 272-274)

Tarkemmin GRI-ohjeiston mukaisen raportin perussisältö jaetaan kolmeen ryhmään, joita ovat strategian ja taustan kuvaus, johtamistavan kuvaus sekä toimintaindikaattorit, joilla tarkoitetaan vertailukelpoista tietoa yrityksen toiminnasta ja tuloksista yhteiskuntavastuun eri tasoilla. GRI-ohjeiston G3-päivityksessä muodostettiin vielä johtamistavan kuvaukselle erillinen perussisällöllinen osa-alue, joka kattaa yhteiskuntavastuun tavoitteiden ja tulosten, toimintaperiaatteiden, valvonnan ja mahdollisen koulutuksen kuvaamisen raportissa. Yrityksen on raportissaan kuitenkin mahdollista käyttää myös muunlaista perussisällön jaottelua. (Niskala ym. 2009: 125, 126)

Tämän tutkimuksen aineiston perusteella erillisen vastuullisuusraportin alkuosa voi yrityksestä riippuen käytännössä muodostua kansilehdestä, sisällysluettelosta ja ylimmän johdon lausunnosta eli esimerkiksi toimitusjohtajan tai vastuullisuudesta vastaavan henkilön kirjoittamasta katsauksesta. Johdon katsaus esiintyy vastuullisuusraporteissa useimmiten varsin vakiintuneena osana, jolloin johdon ääni on vahvasti esillä raportissa. Sen lisäksi vastuullisuusraportissa yleensä kerrotaan yrityksen keskeisistä vaikutuksista, riskeistä, mahdollisuuksista ja tulevaisuudennäkymistä. Raportin loppuosa voi muodostua GRI-sisältövertailusta sekä ulkopuolisen tahon varmennuksesta.

Aineiston perusteella integroidun vastuullisuusraportin sisällön rakenne vaihtelee vuosikertomuksesta riippuen. Siinä ei yleensä ole erillistä kansilehteä ellei raportista ole vuosikertomuksesta erillistä tiedostoa, mutta useimmiten sisällysluettelo löytyy. Johdon katsaus esiintyy vaihtelevasti riippuen siitä, onko se jo esitetty vuosikertomuksen alussa. Riippuen siitä, mitä kaikkea vuosikertomuksessa on jo kerrottu, integroidussa vastuullisuusraportissa voi esiintyä vaihtelevasti samoja aiheita kuin erillisessä raportissa.

GRI-sisältövertailun avulla yritys voi arvioida raportointinsa tasoa suhteutettuna GRI-ohjeistoon, ja sisältövertailutaulukkoon sijoitetaan raportin perussisällön sijainti sivunumeroilla tai hyperlinkeillä (Niskala ym. 2009: 132). Vastuullisuusraportin sisällön GRI:n mukaisia määrittelyperiaatteita ovat tiedon olennaisuus ja kattavuus, sidosryhmätoiminta eli yrityksen sidosryhmien osallistaminen raportointiin sekä kestävän kehityksen konteksti. Raportin laadun määrittelyperiaatteita ovat tasapainoisuus, vertailukelpoisuus, oikeellisuus, oikea-aikaisuus, selkeys ja luotettavuus. (Juutinen & Steiner 2010: 242) Sidoryhmien osallistaminen voi ilmetä esimerkiksi juuri lainattuna puheena vastuullisuusraporteissa.

Vastuullisuusraportin varmennuksessa voidaan käyttää luotettavuuden kannalta olennaisia sisäisiä valvonta- ja tarkastusjärjestelmiä, mutta GRI suosittelee lisäksi ulkoisen tahon varmentajan käyttöä, jonka perusteella saadaan johtopäätöksiä raportin laadusta ja tiedonkeruuprosesseista. Varmennuksen tavoitteena on vahvistaa raportin lukijoiden luottamusta sisällön asianmukaisuudesta. Ulkoinen varmennus ei kuitenkaan ole pakollinen vaatimus vastuullisuusraportoinnille. (Niskala ym. 2009: 133; Juutinen & Steiner 2010: 265) Tässä tutkimuksessa ulkoisten varmentajien osuutta vastuullisuusraporteissa ei kuitenkaan oteta huomioon lainattuna puheena, sillä varmennusosiot eivät täytä tässä tutkimuksessa määriteltyjä ulkoisia tunnusmerkkejä lainatulle puheelle, kuten visuaalisia ja typografisia esittämistapoja.

### 3 LAINATTU PUHE YHTEISKUNTAVASTUUN DISKURSSISSA

Tässä luvussa käsittelemme tarkemmin moniäänisyyttä, lainattua puhetta ja siihen kuuluvia suoraa ja epäsuoraa esitystä. Tarkastelen luvussa myös yhteiskuntavastuun diskursiivista ja retorista rakentumista, diskursiivista legitimaatiota, diskursiivisia ja retorisia strategioita sekä sosiaalisten toimijoiden representaatiota.

Lainattu puhe voidaan nähdä yhtenä piirteenä vastuullisuusraportin genressä eli tekstilajissa. Tekstilajilla tarkoitetaan vakiintunutta tekstien joukkoa, jolla on tietty tavoite ja tehtävä sekä vakiintunut nimi, tässä tapauksessa vastuullisuusraportti (Mäntynen 2005: 259–260). Diskurssintutkimuksessa tekstilajilla tarkoitetaan kielellisen ja sosiaalisen toiminnan vakiintunutta ja tunnistettavissa olevaa yhteenliittymää, joka koostuu useiden piirteiden yhdistelmästä. Tekstilaji voi sisältää kuvailevaa, kertovaa, ohjailevaa, argumentoivaa ja erittelevää ainesta. (Pietikäinen & Mäntynen 2005: 80, 100) Vastuullisuusraportti voi sisältää näitä kaikkia piirteitä lainatun puheen muodossa.

Tekstilajin täytyy kuitenkin toteuttaa sille tyypillisiä tavoitteita ollakseen vakiintunut. Lisäksi tekstilajia määrittävät myös kirjoittaja, julkaisupaikka ja lukijat. Lainattua puhetta voidaan siis tarkastella moniäänisyyden näkökulman lisäksi myös tekstilajin piirteenä. (Mäntynen 2005: 259, 260) Vastuullisuusraportin lisäksi vuosikertomus voidaan katsoa omaksi tekstilajikseen jonka alatekstilaji on integroitu vastuullisuusraporttiin.

#### 3.1 Moniäänisyys

Moniäänisyydellä tarkoitetaan tekstissä olevia useita samanaikaisia ääniä, ja äänellä voidaan tarkoittaa esimerkiksi lainattua puhetta, kuten tässä tutkimuksessa. Moniäänisyyttä voidaan kutsua myös polyfoniaksi tai intertekstuaalisuudeksi, mutta tässä tutkimuksessa käytetään pääasiassa moniäänisyyttä, sillä se sopii parhaiten lainatun puheen ja äänen käsitteen yhteyteen. Yhteiskuntavastuun diskurssissa moniäänisyys voidaan nähdä ilmiönä, joka yhdistää useita ääniä monimutkaisessa kontekstissa samalla

antaen yksilöllisten äänien olla itsenäisiä sen sijaan, että niitä hallittaisiin muiden äänien toimesta tai integroitaisiin muihin ääniin (Castelló, Morsing & Schultz 2013: 688).

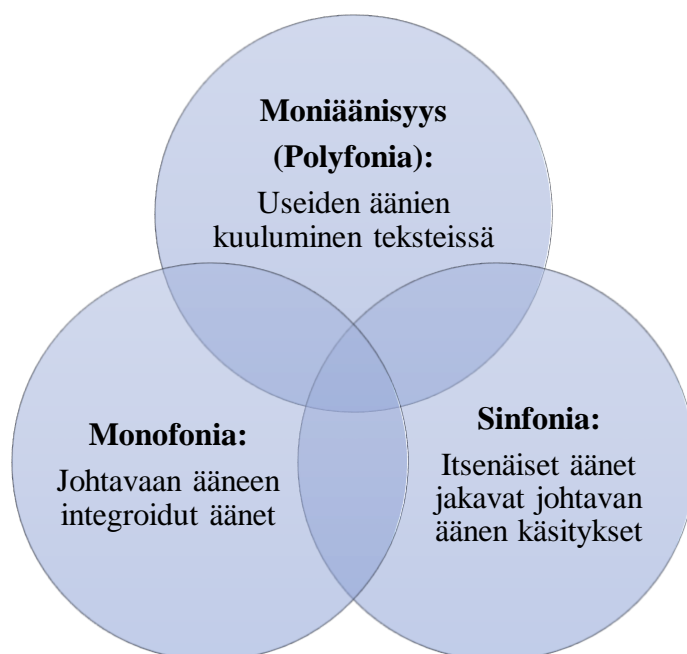
Kielellinen moniäänisyys sisältää erilaisia asioita, joita on tulkittu eri tavoin riippuen tutkimusalasta, mutta useat kielen ja kirjallisuuden tutkijat nojautuvat etenkin Bahtinin (1991: 281, 290) esittämään näkökulmaan moniäänisyydestä. Siinä historian ja kulttuurin äänet kuuluvat mukana kaikessa puheessa. Kieli on luonteeltaan sosiaalista, sillä historian ja kulttuurin äänet ovat kuultavissa edellisiltä sukupolvilta eteenpäin siirtyneessä puheessa ja tulkinnoissa (Haakana & Visapää 2005: 431; Rahtu 2005: 284). Moniäänisyyden tarkastelussa voidaan keskittyä esimerkiksi puhujan suhteeseen erilaisia tietolähteitä, taustääniä ja piilotekstejä kohtaan, kuin myös puhujan ja kuulijan suhteen heijastumiseen kieleen erilaisina rooleina ja vallanilmentyminä (Rahtu 2005: 283).

Rahdun (2005: 284) mukaan moniäänisyys on monituottajaisuutta eli useiden eri tuottajien ja lähteiden äänien referointia ja siteerausta teksteissä. Siinäkin tapauksessa kun toistettavia lähteitä on vain yksi, referointi tekee siitä moniäänistä. Moniäänisyys näkyy jo siinä, mitä toistaja on valinnut toistettavaksi ja millä keinoin toistetaan lähteen ääntä. Moniäänisyys voi näkyä myös toistajan äänen sekoittumisena suorina kommentteina tai sävyinä lähteen ääneen. (Emt. 284)

Kielentutkimuksessa taas moniäänisyys liittyy yhtäaikaaisesti aktivoituvien näkemysten ja tietoisuuksien moninaisuuteen, mikä perustuu Bahtinin (1986: 60–100) näkemykseen siitä, että kieleen kuuluisi aina toisen puhetta sen dialogisen syntyprosessin vuoksi. Kieli muodostuu suhteessa jo olemassa olevaan kielen todellisuuteen. Puheessa on mahdollista olla vieraita ääniä, koska puhe on jatkuvasti vuorovaikutuksessa muun vieraan puheen kanssa, joka voi olla peräisin esimerkiksi toisista diskursseista, tekstilajeista tai yleisesti tunnetuista sanonnoista. (Haakana & Visapää 2005: 430) Kieli- ja kirjallisuustieteessä moniäänisyys nähdään metaforisessa merkityksessä eli näkökulmien kerrostuneisuutena. Moniäänisyyden kautta on tarkasteltu esimerkiksi juuri referointia, tai muita kielellisiä teemoja, kuten intertekstuaalisuutta tai ironiaa. (Haakana & Visapää 2005: 431; Rahtu 2005: 284)



Bondi ja Yu (2018: 3) havaitsivat tutkimuksessaan, että yritykset toivat vastuullisuusraporteissaan esille sidosryhmien puhetta muodostaen samalla yritysten kannanottoja tukevaa tekstuaalista moniäänisyyttä (*textual polyphony*). Moniäänisyyteen kuuluvat erilaiset äänet eivät olleet ainoastaan monofonisia (*monophonic*) eli yrityksen johtavaan ääneen integroituja ääniä, vaan sinfonisia (*symphonic*) eli pääasiassa itsenäisiä, mutta silti yhteisöllisesti yrityksen käsityksiä jakavia ääniä. Kuviossa 4 hahmotetaan moniäänisyyden, monofonian ja sinfonian suhdetta mukaillen Bondin ja Yun määritelmää (emt. 3).



**Kuvio 4.** Tekstuaalinen moniäänisyys

Johtava ääni (*leading voice*) vastuullisuusraporteissa on Bondin ja Yun (2018: 4–5) mukaan aina yrityksen ääni, jonka tavoitteena on tuoda esille ja ilmaista sitoutumistaan vastuullisuuteen, strategiaan ja käytäntöön. Muita ääniä raporteissa ovat sisäisten sidosryhmien, esimerkiksi johdon, henkilöstön ja omistajien äänet (*internal voices*), sekä ulkoisten sidosryhmien kuten asiakkaiden, yhteisöjen ja kumppaneiden äänet (*external voices*). Sidosryhmien ääniä on käytetty vastuullisuusraporteissa tuomaan esiin ja

arvioimaan yrityksen sitoutuneisuutta vastuullisuuden periaatteisiin ja käytäntöihin. Arvostelevan tai arvioivan kielen käyttö on merkittävässä roolissa lainatussa puheessa.

Bondin ja Yun (2018: 20) mukaan äänien polyfoniolla ei ole vaikutusta yritysten legitimaatioon, vaan äänet voidaan myös nähdä pelkästään tulevaisuuteen viittaavana tavoitteellisena puheena, jota Christensen, Morsing ja Thyssen (2013: 376) ovat tutkineet. Heidän mukaansa vastuullisuusraporteissa yritykset harjoittavat tietynlaista tavoitteellisuuspuhetta (*aspirational talk*), jossa kerrotaan aikeista ja tavoitteista, mutta käytännössä niiden toteutus jäisi vähälle, mikä voi aiheuttaa tekopyhän vaikutelman.

### 3.1.1 Lainattu puhe

Lainattu puhe eli referointi osana päivittäistä vuorovaikutusta on melkein pä huomaamattoman yleistä ja toistuvaa. Sen voisi jopa todeta olevan arkiseen vuorovaikutukseen ja kielenkäyttöön täysin sulautunut käytäntö, sillä referoimme jatkuvasti kertomalla, mitä joku on sanonut tai mitä on kirjoitettu.

Lainattu puhe voi olla kirjoitettua tai puhuttua tekstiä, joka on referoitu eli lainattu osaksi alkuperäistä tekstiä siten, että referoitu, muusta lähteestä lainattu osa on selvästi eroteltavissa tekstissä. Lainattu puhe voidaan esittää tekstissä erilaisin typografisin keinoin, yleisimmin lainausmerkeillä tai vuorosanaviivalla, ja pidemmissä lainauksissa sisennyksellä, pienemmällä fontilla tai kursiiivilla. Vuorosanaviivana tai repliikkiviivana toimivaa ajatusviivaa käytetään erityisesti haastatteluissa ja dialogeissa kuvaamaan puheenvuoroja. (Kielitoimiston ohjepankki 2015)

Sanatarkoissa, suorissa lainauksissa käytetään kuitenkin useimmiten lainausmerkkejä, sillä silloin osoitetaan tekstin olevan suora lainaus jonkun ajatuksesta, puheesta tai kirjoituksesta. Lainauksen yhteydessä käytetyllä johtolauseella kerrotaan, kuka tekstissä puhuu tai kirjoittaa. (Kielitoimiston ohjepankki 2015) Referoinnin käyttäminen tekstissä ei vaadi sitä, että lainattu puhe olisi olemassa todellisuudessa, vaan on mahdollista referoida myös sellaista, mitä ei ole sanottu tai mitä aiotaan sanoa. (VISK 2008: § 1457)

Jo sanotun tai kirjoitetun tekstin referointi eli lainaaminen on keskeinen väline kertomuksen luomisessa. Savijärvi (2010) on tarkastellut suoraa esitystä evidenssinä eli todistusaineistona puhutuissa lainauksissa. Referoimalla on mahdollista luoda autenttisuuden vaikutelma, vaikka todellisuudessa ei olekaan mahdollista, että referoitu sanoma olisi täysin identtinen alkuperäisen sanoman kanssa. (Emt. 140–142) Toki kirjoitetussa referoinnissa sanatarkan toiston mahdollisuus on todennäköisempää kuin puhutussa, mutta oletettavasti esimerkiksi vastuullisuusraportin laatijat saattavat raportin viimeistelyvaiheessa muotoilla kirjoitettua lainattua puhetta sopivampaan, vastuullisuusraporttien genreä ja kohderyhmiä suosivaan muotoon.

Referoimisella voidaan myös ohjata kuulijaa tai lukijaa tulkitsemaan sanottua asiaa tai tilannetta samoin kuin puheen esittäjä (Savijärvi 2010: 143). Tällä voidaan siten joko tietoisesti tai tiedostamatta vaikuttaa lukijan käsitykseen ja tulkintaan tietystä aiheesta. Lainattuna puheena mielipiteen ja argumenttien esittäminen siirtää vastuun sanotusta asiasta siteeratulle puhujalle (emt. 143), eli vastuullisuusraporteissakin voidaan nähdä johdon tai sidosryhmien puheen esittämisellä yrityksen siirtävän vastuun sanotuista asioista lainattuun puheeseen ja toimivan itse esittäjän roolissa. Eniten tämä tulee näkyviin silloin kun vastuullisuusraporteissa siteerataan yrityksen ulkoisia sidosryhmiä kuten asiakkaita, eli niitä ryhmiä joilla ei ole välttämättömiä ensisijaisia velvollisuuksia pysyä lojaaleina yritystä kohtaan, kuten vaikka henkilöstöllä tai johtoryhmän jäsenillä on.

Cliftin ja Couper-Kuhlenin (2007: 149, 119) mukaan puhutuissa keskusteluissa referoivat puheenvuorot sijoittuvat konteksteihin, joissa puhujat selittävät ja arvioivat, sekä tuovat mennyttä nykyisyyteen. Referoinnilla luodaan vuorovaikutustilanteessa menneeseen perustuvia arvioita ja selityksiä, joilla avataan keskustelutila samasta aiheesta uudelleen nykyisyydessä, mikä tarkoittaa sitä, että referointi mahdollistaa palaamisen menneeseen keskusteluun ja sen ajallisen käsittelyn tai muokkaamisen vielä jälkikäteen, eli se voidaan ajatella keinona manipuloida keskustelun ajallista etenemistä. (Savijärvi 2010: 143)

### 3.1.2 Suora ja epäsuora esitys

Referoitu teksti voidaan määrittää suoraksi tai epäsuoraksi esitykseksi sen perusteella, kuinka lainattu osa asettuu osaksi tekstiä, johon se on sijoitettu. Suoran esityksen avulla välitetään lainattu puhe, ajatus tai kirjoitus lähes alkuperäisessä muodossaan, kun taas epäsuorassa esityksessä lainattu osa on mukautettu kertojan tekstiin. (VISK 2008: § 1460, Weber 2011: 1) Vastuullisuusraporteissa tämä voidaan tulkita siten, että suoraa esitystä on kaikki lainattu puhe, joka on merkitty selvästi esimerkiksi vuorosanaviivalla tai lainausmerkeillä, kun taas epäsuoraa esitystä on muun tekstin joukkoon mukautettu kerronta puhujien ajatuksista.

Suora esitys on selvemmin näkyvässä oleva suora lainaus tai referaatti lainausmerkkeineen, kun taas epäsuora esitys nimenomaan esittää epäsuorasti esimerkiksi jonkun henkilön sanoneen jotain. Johtoilmauksilla osoitetaan suoran esityksen alku, mutta myös se, ketä tullaan referoimaan eli kuka puhuu. Johtoilmauksilla voidaan myös osoittaa alkuperäisen puhujan suhtautuminen puheeseensa tai vastaavasti johtolauseen kertojan suhtautuminen puheeseen tai puhetilanteeseen. (Kalliokoski 2005: 26)

Suoran ja epäsuoran esityksen jakamisella erotellaan sitä tietoa, kerrotaanko vai esitetäänkö aikaisemmin sanottu. Referoinnilla on mahdollista luoda puheessa tai tekstissä vaikutelma sanatarkasta toistamisesta, vaikka se ei olisikaan aidosti täysin mahdollista. Suora esitys vuorovaikutustilanteessa toimii evidenssinä eli todisteena puhujalla olevan tietoa referoimastaan tilanteesta. (Savijärvi 2010: 142) Suoralla ja epäsuoralla esityksellä ja niiden kielellis-tyylillisillä keinoilla osoitetaan tekstin moniäänisyyttä. Moniäänisyyttä voidaan tuoda esille myös vapaan epäsuoran esityksen kautta, jossa kertojan ja puhujan äänet limittyvät tekstissä. (Kalliokoski 2005: 10, 33; Pietikäinen & Mäntynen 2009: 122-123) Lainattu puhe vastuullisuusraporteissa on ainoastaan suoran esityksen muodossa, mutta moniäänisyyttä luovia ääniä tekstissä ovat erilaisten puhujien, eli yritysten johdon tai sidosryhmien äänet.

Referoinnin tutkimus on aikaisemmin keskittynyt lähinnä referoitavan ja referoijan tilanteen tarkasteluun, josta on etsitty referoimisen kieliopillisia keinoja. Vastaavaan kahden tilanteen vertailuun perustuu myöskin vakiintunut jako suoraan ja epäsuoraan esitykseen, mitä tosin pidetään puhekielen referoinnissa mahdottomana suoran toiston sanatarkan onnistumisen kannalta. Referoimisen kieliopillisten keinojen tarkastelusta tutkimussuunta on hiljalleen alkanut keskittyä aiempaa enemmän vuorovaikutuksen tutkimiseen referointitilanteessa ja ylipäättään referoinnin käyttötarkoitukseen. Referointitilanteeseen perehdytään laajasti niin fonetiikan ja syntaksin kuin tekstin- ja kirjallisuudentutkimuksessa. (Kuiri 2006: 637)

Suoran ja epäsuoran esityksen jaon tilalle on kehittynyt jatkumoajattelu, jossa nähdään referoivien rakenteiden toistavan enemmän tai vähemmän tarkasti alkuperäistä puhetta tai kirjoitusta. Referoinnista havaittiin myös, että joka kerta kyseessä ei ole alkuperäisen kielellisen esityksen toisto, vaan se voi olla myös toisesta näkökulmasta tapahtuvaa viestimistä. (Kuiri 2006: 637) Tästä esimerkkinä puhekielestä tuttu sananlasku ”tarinalla on kaksi puolta”, jossa vuorovaikutustilanteen osapuolilla voi olla omat subjektiiviset näkemyksensä ja tulkintansa tapahtumista, joita he referoivat eteenpäin muille.

### 3.2 Yhteiskuntavastuun diskursiivinen ja retorinen rakentuminen

Tässä luvussa kerron tarkemmin yhteiskuntavastuun diskurssista, diskursiivisesta legitimaatiosta sekä yhteiskuntavastuun retorisesta rakentumisesta, jotka ovat keskeisessä roolissa tutkimusmenetelmien taustoittamisessa. Diskurssianalyysi pohjautuu konstruktionistiseen näkökulmaan, jossa kielenkäytön nähdään rakentavan todellisuutta, sekä funktionaaliseen kielikäsitykseen, jossa kielellisten merkitysten nähdään muodostuvan vuorovaikutuksessa tilannesidonnaisesti. Kieli on funktionaalista siten, että sitä käytetään viestinnän välineenä ja se mahdollistaa maailman representoimisen eli kuvaamisen. Sosiaalinen todellisuus vastavuoroisesti samalla luo ja vaikuttaa kielenkäyttöön. Diskurssianalyysi on tutkimusmenetelmä, jossa kielenkäyttö ja merkitysvälitteinen toiminta ovat keskeisessä roolissa. Diskurssianalyysissä

tarkastellaan, miten erilaisissa käytännöissä tuotetaan sosiaalista todellisuutta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 14–15, 22; Jokinen, Juhila & Suoninen 2016: 17–18)

Kielenkäyttö on vuorovaikutusta kontekstissa – tässä tapauksessa vastuullisuusraportissa. Merkitys syntyy sanan ja kontekstin sekä tulkinnan yhteisestä vaikutuksesta. Konteksti myös asettaa kielenkäytölle rajoja. Diskurssintutkimuksessa voidaan yhdistää kielenkäytön mikrotaso yhteiskunnan makrotason kanssa. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 67, 17) Tutkimuksen analyysi on diskurssianalyysiä siinä mielessä, että aineistoa tarkastellaan yhteiskuntavastuun diskurssissa ja analysoidaan lainattua puhetta sen puhujien kautta diskursiivisten ja retoristen strategioiden, legitimaatiostrategioiden sekä sosiaalisen toimijan representaation lähtökohdasta.

### 3.2.1 Yhteiskuntavastuun diskurssi

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan yhteiskuntavastuun diskurssia, jolla tarkoitetaan kaikkia tapoja ymmärtää tai ajatella yhteiskuntavastuuta, eli yhteiskuntavastuun diskurssin muodostavat kaikki ne vakiintuneet tavat, joilla yhteiskuntavastuu ymmärretään ja merkityksellistetään. Tämän tutkimuksen kannalta diskurssianalyysin keskeinen käsite on *diskurssi*, joka voidaan eri yhteyksissä määritellä monitulkintaisesti. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 22–23) Van Leeuwenin (2008: 6) mukaan diskurssi on tietyissä sosiaalisissa konteksteissa kehittynyt ja sosiaalisesti rakennettu tietämys tietyistä sosiaalisista käytännöistä. Pietikäisen ja Mäntynen (2009: 22–23) mukaan diskurssilla voidaan tarkoittaa tilanteesta riippuen esimerkiksi ymmärrystä todellisuudesta, vakiintunutta merkityksellistämisen tapaa, kielenkäyttöä kontekstissa, puhetapaa, tekstiaineistoa, lausetta suuremman kielenkäytön yksikköä tai merkityssuhteiden järjestelmää.

Diskurssi voidaan jaotella diskurssiin pienellä d:llä ja diskurssiin isolla D:llä. Pienempi diskurssi tarkoittaa koko tutkimusalan teoreettista lähtökohtaa eli kielenkäyttöä sosiaalisena toimintana. Suurempi diskurssi tarkoittaa monikossa diskursseja. Diskurssit ovat tapoja, joita vuorovaikutustilanteessa käytetään kuvaamaan sekä

merkityksellistämään ilmiötä ja asioita tietyllä tavalla jostain näkökulmasta. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 22–23)

Tässä tutkimuksessa diskurssilla tarkoitetaan yhteiskuntavastuun Diskurssia isolla D:llä, sillä ilmiötä eli yhteiskuntavastuuta kuvataan tietyllä tavalla eli lainatun puheen kautta tietyistä näkökulmasta eli vastuullisuusraportoinnin näkökulmasta. Toinen keskeinen käsite diskurssintutkimuksessa on konteksti, jolla tarkoitetaan tilanteesta riippuen esimerkiksi vuorovaikutustilannetta, asiayhteyttä, toimintaympäristöä tai yhteiskunnallista tilaa (emt. 27, 29). Tässä tutkimuksessa kontekstina on suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraportointi.

### 3.2.2 Diskursiivinen legitimaatio

Yritysten legitimizeetti eli olemassaolon oikeutus ja hyväksyntä rakentuu erilaisten käsitysten, arvojen ja uskomusten diskursseissa, joissa määritetään millainen toiminta on yhteiskunnallisesti hyväksyttävää. Legitimizeetti ei ole pysyvää, vaan se rakentuu prosessinomaisesti ajan myötä, jolloin se voi olla myös epävakaa. (Porttikivi 2016: 9, 22) Diskursiivisella legitimaatiolla puolestaan tarkoitetaan näkökulmaa, jossa legitimizeetti rakentuu instituutioiden, tässä tapauksessa pörssiyritysten ja niiden toiminnasta käytävien diskurssien kriittiselle tarkastelulle. Käsitteet yrityksistä syntyvät ja rajautuvat diskursseissa, jolloin tietty ryhmä diskursseja tarjoaa tilaa vain tietyille toimija-asemille ja äänille, jolloin muunlaisia diskursseja rajoitetaan. (Emt. 23) Tämän tutkimuksen aineisto käsittää vain yritysten tuottamaa tekstiä, joten yrityksistä ja niiden toiminnasta käytäviä mahdollisia vuorovaikutuksellisia diskursseja ei ole mahdollista tarkastella muuten kuin yritysten tarjoamasta näkökulmasta. Kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta legitimaatio tarkoittaa diskursiivisesti muodostettua käsitystä hyväksynnästä tietyissä diskursseissa, eli diskurssit määrittävät mikä on legitimiä ja mikä ei (Vaara, Tienari & Laurila 2006: 793; Vaara & Tienari 2008: 3).

Diskursiivinen legitimizeetti rakentuu sosiaalisissa käytännöissä, diskursiivisten tekojen myötä (Siltaoja 2009: 103, Porttikivi 2016: 23). Siltaojan (2009: 193) mukaan yhtiön

vastuullista liiketoimintaa rakennetaan toteuttamalla tiettyjen sosiaalisten toimintojen legitimoitua diskursiivisten tekojen ja merkitysten kautta. Legitimiteetin rakentuminen tekstien kautta diskursiivisesta näkökulmasta on ollut Porttikiven (2016: 23) mukaan legitimaation tutkimuksessa pinnalla, sillä juuri kielellinen tarkastelu ja erityisesti retoriikka kiinnostavat tutkijoita (ks. Suddaby & Greenwood 2005; Vaara & Tienari 2008; Siltaoja & Vehkaperä 2010). Esimerkiksi Vaara ja Tienari (2008) ovat tutkineet median välityksellä muodostuvaa legitimaatiota ja havainneet, että valtamedian tai yritysten tuottamissa teksteissä kuuluu pääasiassa valtaapitävien ääni.

### 3.2.3 Yhteiskuntavastuun retorinen rakentuminen

Yhteiskuntavastuun ympärille kehittyneen yhteisen diskurssin tarkastelussa retoriikka on olennainen, sillä sen avulla voidaan ymmärtää, miten ja miksi yritykset viestivät vastuullisuudesta siten kuin viestivät (Ihlen 2014: 157). Retoriikalla tarkoitetaan kielenkäyttöä ja argumentointia, joilla suostutellaan vakuuttavasti kuulijoita tai lukijoita muuttamaan asenteitaan, uskomuksiaan, arvojaan tai toimintaansa puhujan tavoitteleman näkökulman mukaiseksi (Cheney, Christensen, Conrad & Lair 2004: 79). Castelló ja Lozano (2011) sekä Vaara, Tienari ja Laurila (2006) ovat tutkineet retoriikkaa kriittisestä näkökulmasta osittain johdon käyttämänä välineenä ja tarkastelleet myös puheenvuorojen valta-asemia. Retoriikkaa on tarpeen tarkastella ja eritellä tässä tutkimuksessa, koska se on olennainen osa lainatun puheen argumentaatiota.

Tässä tutkimuksessa retoriikka auttaa ymmärtämään, millä keinoin erilaiset äänet aineistossa argumentoivat ja legitimoivat vastuullisuusraporttien sisältöjä. Retoriikka on tärkeä osa todellisuuden sosiaalista rakennelmaa, eikä retoriikkaa ja todellisuutta siten ole mahdollista erotella toisistaan. Vastuullisuusraportin ja lainatun puheen retoriikan avulla voidaan vahvistaa yritysten legitimaatiota, ja sen avulla voidaan myös selittää yritysten samankaltainen viestiminen, vaikka niiden sitoutuminen vastuullisuuteen poikkeaisikin toisistaan. (Ihlen 2014: 147, 158) Legitimaation prosessi toteutetaan sosiaalisten toimien, ideoiden ja ajatusten perustelulla eli argumentaatiolla (Reyes 2011: 782). Myös



Joutsenvirran ja Vaaran (2009: 85) mukaan legitimaatio rakentuu argumentaation kautta. Näin ollen legitimaatio on selkeästi yhteydessä retoriikkaan.

Retoriikka on Cheney'n ym. (2004: 81–82) mukaan keskeistä erityisesti yritysten ulkoisessa viestinnässä, kuten johdon puheessa, toimintastrategian julkistuksessa, suhdetoimintakampanjoissa sekä tehokkuus- ja muutospuheessa. Retoriikkaa käytetään etenkin sellaisissa toiminnoissa ja tilanteissa, joissa käsitellään epävarmuutta ja monitulkintaisuutta (emt. 81–82). Yrityksen legitimaation säilymisen kannalta esimerkiksi epävarmoissa muutostilanteissa pyritään retoriikan keinoin argumentoimaan, miksi kyseinen muutos täytyy toteuttaa, sekä vastaavasti yhteiskuntavastuun osalta yritys voi pyrkiä retoriikan keinoin vakuuttamaan sidosryhmilleen toimivansa vastuullisesti.

### 3.3 Strategiat ja sosiaaliset toimijat

Tässä luvussa esittelen tutkimuksen analyysissä käytettävien menetelmien lähtökohdat. Ensin kerron diskursiivisista ja retorisisista strategioista luvussa 3.3.1, jonka jälkeen kerron legitimaatiostrategioista luvussa 3.3.2. Strategioiden kuvaamisen jälkeen havainnollistan sosiaalisten toimijoiden representaation malliin kuuluvia representaatiotyyppejä luvussa 3.3.3.

#### 3.3.1 Diskursiiviset ja retoriset strategiat

Diskursiiviset ja retoriset strategiat on valittu tähän tutkimukseen siksi, koska vastuullisuusraporttien lainattu puhe voi rakentua erilaisista strategioista ja siten niiden avulla selvitetään, mihin tarkoitukseen lainattua puhetta vastuullisuusraporteissa käytetään. Suddaby ja Greenwood (2005) ovat tutkineet lakitoimiston organisaatiomuodon muutokseen liittyvää diskursiivista kamppailua vastustajien ja kannattajien välillä. He määrittelevät retoristen strategioiden tarkoittavan suostuttelevan kielen käyttöä tapauksissa, joissa tavoitteena on pyrkiä legitimoimaan tai vastustamaan uudistusta (emt. 41). Retoriset strategiat rakentavat silloin yhdenmukaisuutta tai

yhteensopimattomuutta innovaatioiden, organisaatioista muodostettujen institutionaalisten käsitysten ja niiden muutoksen välille (emt. 41).

Cheneyn ym. (2004: 82) mukaan diskursiivisia ja retorisia strategioita voidaan käyttää yritysten sidosryhmien vakuuttamiseen. Yleisiä Cheneyn ym. (2004) esittämiä strategioita on koottu Taulukkoon 2 siten, että samankaltaisia strategioita on luokiteltu samaan yhteyteen. Strategioista esimerkiksi kieltäminen, välttely, puheenaiheen vaihtaminen ja vastaamatta jättäminen on perusteltua yhdistää samaksi luokaksi niiden samankaltaisuuden vuoksi, kuten myös liioitteleminen ja harhaanjohtaminen.

### **Taulukko 2.** Diskursiiviset ja retoriset strategiat

1. Jonkin asian yhdistäminen toiseen asiaan
2. Jonkin asian julistaminen epäolennaiseksi ja samalla yrityksen vapauttaminen vastuusta
3. Asioiden yhdistäminen huomioimatta niiden yhteensopivuutta
4. Strateginen monitulkintaisuus
5. Kieltäminen, välttely, puheenaiheen vaihtaminen, vastaamatta jättäminen
6. Jonkin asian väheksyminen
7. Johonkin asiaan suhtautuminen muuttumattomana totuutena
8. Yrityksen statuksen ja tekojen esille tuominen
9. Jonkin asian korostaminen
10. Liioitteleminen ja harhaanjohtaminen
11. Epäonnistumisen myöntäminen tai anteeksipyyttäminen
12. Puutteellinen tiedonanto
13. Yhden totuuden julistaminen ylitse muiden
14. Vain yhden mahdollisen näkökulman esittäminen

Kaikista Cheneyn ym. (2004) esittelemistä strategioista juuri nämä 14 strategiaa on valittu sovellettavaksi tähän tutkimukseen sillä perusteella, että aineiston lainatun puheen mahdollisia diskursiivisia ja retorisia strategioita voidaan erottaa ja peilata näihin strategioihin. Strategiat voivat esiintyä niin sisäisten kuin ulkoistenkin sidosryhmien puheessa.

#### 3.3.2 Legitimaatiostrategiat

Legitimaatiostrategioita tarkastellaan tässä tutkimuksessa diskursiivisten ja retoristen strategioiden yhteydessä. Diskurssianalyysin näkökulmasta legitimaatio on

argumentaatiostrategioiden käyttämistä toiminnan perustelemiseen ja oikeuttamiseen, tai vastaavasti torjumiseen eli delegitimointiin. Näitä legitimoinnin keinoja voidaan tutkia retorisen analyysin keinoin. (Pynnönen 2013: 21) Van Leeuwenin (2007: 92) kehittämän diskursiivisten legitimaatiostrategioiden alkuperäisen neljän kategorian jaottelun pohjalta myös Vaara, Tienari ja Laurila (2006: 789) ovat muodostaneet viisi kategoriaa, jotka ovat normalisointi, auktorisointi, rationalisointi, moralisointi ja narratisointi. Vaara ym. (2006) ovat Van Leeuwenin jaottelumallista poiketen lisänneet normalisoinnin kategorian jaotteluunsa. (Ks. myös Van Leeuwen & Wodak 1999; Erkama & Vaara 2010: 813; Reyes 2011: 782–787.)

Vaaran ym. (2006) kategorioita käsitellään tässä tutkimuksessa Cheney ym. (2004) strategioiden yhteydessä analyysiluvussa. Normalisoinnilla argumentoidaan jonkin toiminnan luonnollisuuden puolesta, auktorisoinnilla puolestaan argumentoidaan vetoamalla auktoriteettihenkilöihin, lakiin, perinteisiin tai tapaan toimia. Rationalisoinnilla vedotaan toiminnan etuihin tai hyötyihin, ja moralisoinnilla vedotaan arvoihin. Narratisoinnilla legitimoidaan tarinoilla ja tunteilla. (Vaara ym. 2006: 804, Pynnönen 2013: 21)

### 3.3.3 Sosiaalisten toimijoiden representaatio

Sosiaalisten toimijoiden representaatioiden mallia käytetään tässä tutkimuksessa siksi, että voidaan määrittää, miten vastuullisuusraporttien puhujia representoidaan eli kuvataan. Diskurssit representoivat sosiaalisia käytäntöjä, mutta myös selittävät, legitimoivat tai kritisoivat niitä. Samat legitimaation diskurssit voivat toimia erilaisten sosiaalisten käytäntöjen legitimoinnissa. (Van Leeuwen 2008: 20) Vastuullisuusraporttien yhä vakiintuneemmaksi muuttuvassa tekstilajissa legitimaatiolla on roolinsa yritysten olemassaolon ja toiminnan vastuullisuuden oikeuttamisessa ja yleisön vakuuttamisessa. Diskurssit eivät ainoastaan representoi, mitä tapahtuu, vaan ne myös arvioivat ja oikeuttavat, sekä antavat tapahtumalle merkityksiä (emt. 6).

Sosiaalinen käytäntö on sosiaalisesti tunnistettu ja institutionaalisesti tai kulttuurisesti tuettu tapa joka sisältää tietyin tavoin yhdistettyjä toimintoja. Yksinkertaisemmin määriteltynä sosiaalinen käytäntö on sosiaalisesti säädelty tapa tehdä asioita. Sosiaalinen käytäntö tarvitsee täytyäkseen tietyssä roolissa toimivat osallistujat eli toimijat, ja tietysti toiminnon. (Van Leeuwen 2008: 6–7) Käytäntönä voi esimerkiksi olla vastuullisuus ja toimijana yritys joka kierrättää jätteensä, eli toteuttaa toiminnon muodostaen näin sosiaalisen käytännön.

Sosiaalinen toimija voidaan nähdä ikään kuin puheen esittäjän roolissa olevana edustajana. Sosiaalisen toimijan representaation mallin pääajatuksena on kysymys siitä, millä tavoilla sosiaalisia toimijoita voidaan representoida diskurssissa sekä missä konteksteissa toimijat representoidaan tekijöinä ja missä konteksteissa vastaanottajina. (Van Leeuwen 2008: 23) Tässä tutkimuksessa keskitytään siihen, miten toimijoita representoidaan.

Olen valinnut Van Leeuwenin (2008: 52) mallista tämän tutkimuksen tarkoitukseen soveltuvimmat kategoriat, joiden samankaltaisten representaatiotyyppien luokitteluja olen yhdistänyt hahmotettavuuden selkeyttämiseksi. Representaatiotyyppien luokittelusta määrittelemättömyys (*indetermination*), määritteleminen (*determination*), nimeäminen (*nomination*) ja kategorisointi (*categorization*) ovat niin lähellä yleistämistä (*genericization*), spesifioimista (*specification*), yksilöllistämistä (*individualization*) ja ryhmällistämistä (*assimilation*), että on perusteltua tässä tapauksessa yhdistää kyseiset representaatiotyypit siten kuin ne on Kuviossa 5 yhdistetty.



**Kuvio 5.** Sosiaalisten toimijoiden representaation malli

Kuviossa 5 havainnollistetaan, kuinka sosiaaliset toimijat voidaan aineistossa representoida. Toimijasta esimerkkinä käytän johtajaa ja sosiaalisesta käytännöstä vastuullisuutta. Toimijat voidaan kuvata yleistettävänä ja määrittelemättöminä joukkoina (*genericization, indetermination*), ”Johtajat ovat vastuullisia”, jolla tarkoitetaan yleisesti ja anonyymisti kaikkia johtajia. Yleistettävyyden vastakohtana on toimijoiden kuvaaminen tiettyinä, yksilöllisinä luokitteluina (*specification, determination*), ”Meidän johtajamme ovat vastuullisia”, jolla tarkoitetaan juuri tietyissä ammatillisissa rooleissa olevia tiettyjä ihmisiä. Toimijat voidaan kuvata spesifioinnissa joko nimettyinä yksilöinä (*individualization, nomination*) ”johtajani Maija on vastuullinen”, tai kategorisoituina ryhminä (*assimilation, categorization*) ”Toimitusjohtajat ovat vastuullisia”. Toimijoita voidaan ryhmillistämässä kuvata joko tilastoina (*aggregation*) ”50% johtajista on vastuullisia” tai yhteisöinä (*collectivization*) ”Kaikki johtajat tässä yrityksessä ovat vastuullisia”. (Ks. esim. Van Leeuwen 2008: 35–38; Bondi & Yu 2018: 6–7.) Sovellan kyseistä mallia tutkimuksessa siten, että määrittelen, miten referoituja puhujia representoidaan vastuullisuusraporteissa.

## 4 LAINATTU PUHE VASTUULLISUUSRAPORTEISSA

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälaista lainattua puhetta esiintyy ja miten sitä käytetään suomalaisten pörssiyhtiöiden vastuullisuusraportoinnissa. Tutkimusaineistona on 18 eri aloilla toimivien pörssiyhtiöiden vastuullisuusraporttia. Tässä luvussa esittelen ja analysoin vastuullisuusraporteissa esiintyvää lainattua puhetta. Analyysi rakentuu lainatun puheen sisällöstä löytyvien havaintojen sekä diskursiivisten ja retoristen sekä legitimaatiostrategioiden ympärille. Sosiaalisen toimijan representaation mallin kautta tutkin, miten puhujat aineistossa representoidaan.

Aloitan aineiston analyysin esittelemällä lainatun puheen esiintyvyyttä aineistossa sekä erittelemällä, miten lainattu puhe on eroteltavissa eli miten sen tunnistaa muun tekstin joukosta, mitä tahoja eli ääniä referoidaan sekä millaisia eroja raportointimuotojen välillä ilmenee. Sitten käyn läpi, miten sosiaaliset toimijat aineistossa representoidaan, ja tarkastelen lainatun puheen sisältöä sekä siinä esiintyviä diskursiivisia ja retorisia strategioita yhdessä legitimaatiostrategioiden kanssa. Lopuksi kokoan havainnot yhteen ja tulkiten tuloksia.

### 4.1 Lainatun puheen esiintyvyys aineistossa

Vastuullisuusraporteissa esiintyvä lainattu puhe on eritelty lukumäärän mukaan. Määrät on laskettu sen perusteella, että yhden puhujan lainattu puhe lasketaan yhdeksi puheen kokonaisuudeksi eli esiintymäksi riippumatta siitä, kuinka paljon tilaa se vie raportissa.

Esimerkiksi toimitusjohtajan katsaus esiintyy raporteissa vaihtelevasti joko yhden tai jopa kolmen sivun mittaisena tekstinä, jolloin se katsotaan yhdeksi lainatun puheen esiintymäksi. Tämän lisäksi raportissa olevan saman, jo nimetyn henkilön äänen kuuluminen useammassa kohdassa katsotaan myös muodostavan yhden esiintymän. Taulukkoon 3 on koottu aineistossa esiintyvän lainatun puheen esiintymien lukumäärä ja

pääasiallinen muoto. Integroitujen eli osana vuosikertomusta (ovk) olevien raporttien osuus taulukosta on tummennettu selkeyden vuoksi.

### Taulukko 3. Aineiston lainatun puheen esiintyvyys ja muoto

Vastuullisuusraportit	Lainatun puheen kokonaisuuksien esiintyvyys ja muoto	
1. Alma Media (ovk)	7	Johdon kommentteja
2. Cargotec (ovk)	2	Toimitusjohtajan katsaus, sidosryhmän kommentti
3. Citycon (ovk)	1	Toimitusjohtajan kommentti
4. Fiskars (ovk)	7	Toimitusjohtajan katsaus, sidosryhmien kommentteja
5. Kesko (ovk)	1	Pääjohtajan kommentti
6. Konecranes (ovk)	2	Toimitusjohtajan katsaus ja kommentti
7. Neste (ovk)	2	Vastuullisuus- ja yhteiskuntasuhdejohtajan katsaus ja kommentti (twiitti)
8. Stora Enso (ovk)	16	Sidosryhmien kommentteja
9. Valmet (ovk)	5	Sidosryhmien kommentteja
10. Atria	1	Toimitusjohtajan katsaus
11. Kone	4	Hallituksen puheenjohtajan ja toimitusjohtajan haastattelu, johdon kommentteja
12. Martela	3	Johdon keskustelumuotoinen katsaus, sidosryhmien kommentteja
13. Metso	1	Johdon kommentti
14. Metsä Group	35	Varapääjohtajan katsaus, sidosryhmien kommentteja
15. Nokia	12	Toimitusjohtajan katsaus, sidosryhmien kommentteja
16. Orion	1	Toimitusjohtajan katsaus
17. Outotec	8	Toimitusjohtajan katsaus, sidosryhmien kommentteja
18. Tokmanni	6	Varatoimitusjohtajan katsaus, sidosryhmien kommentteja ja haastattelu
	Yht. 114 kpl	

Lainatun puheen kokonaisuuksia esiintyy 18 vastuullisuusraportissa yhteensä 114 kertaa. Taulukosta 3 voidaan päätellä, että johto on äänessä ylivoimaisesti enemmän kuin muut äänet. Henkilöhaastattelun muodossa lainattu puhe esiintyy kahdessa raportissa, Tokmannin ja Koneen raporteissa. Tokmannin raportissa haastatellaan Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASKin toiminnanjohtajaa, ja Koneen johdon katsaus on toteutettu hallituksen puheenjohtajan sekä toimitusjohtajan yhteishaastatteluna. Muuten lainattu puhe esiintyy yritysten sidosryhmien antamien kommenttien, sekä johdon katsausten ja kommenttien muodossa. Vuosikertomukseen integroiduissa vastuullisuusraporteissa vain neljässä on johdon katsaus. Erillisissä raporteissa löytyy kaikista johdon katsaus, paitsi Metson raportissa, jossa on vain johdon lyhyt kommentti.

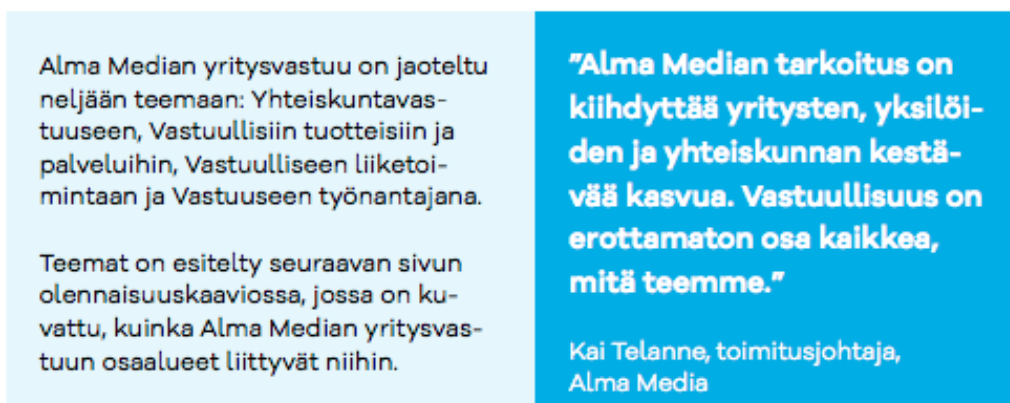
Eniten lainattua puhetta, 16 ja 35 puhekokonaisuutta, esiintyy Stora Enson ja Metsä Groupin vastuullisuusraporteissa. Näitä kahta pörssiyhtiötä yhdistää tässä tapauksessa metsäteollisuuden ala, sillä Stora Enson vastuullisuusraportti on vuosikertomukseen integroitu ja Metsä Groupin erillinen vastuullisuusraportti. Kyseiset vastuullisuusraportit ovat myös tyyliltään ja sisällöltään erilaisia, mutta niitä yhdistää ympäristövastuun korostuminen lainatussa puheessa. Lainatun puheen esiintyvyyden osalta metsäteollisuuden alalla toimivilla pörssiyhtiöillä on aineistossa selvä yliedustus, ja siten myös etenkin ympäristövastuu korostuu metsäteollisuuteen olennaisesti kytköksissä olevana yhteiskuntavastuun osa-alueena.

#### 4.1.1 Lainatun puheen tunnistaminen tekstistä

Lainattu puhe on eroteltavissa raporttien varsinaisesta tekstistä typografisten ja visuaalisten esittämistapojen perusteella, jolloin sen osoittamiseksi on käytetty joko lainausmerkkejä, vuorosanaviivoja, fontin kursivointia tai lihavoitua, sekä joissain tapauksissa myös valokuvaa puheen esittäjästä. Lainattu puhe on myös joissain kohdissa sijoitettu graafisten laatikoiden sisälle, jolloin se on selvästi erotettavissa muusta tekstistä.

Johdon katsausten tapauksessa raporteissa käytettiin muita typografisia elementtejä useammin pelkkää muotokuvaa johtajasta. Oletettavasti pelkällä muotokuvalla osoitetaan jo tarpeeksi selkeästi lukijalle kyseessä olevan johdon puhe, joten muita elementtejä ei silloin tarvita. Johdon katsausten lopussa oli lisäksi puhujan allekirjoitus ja työnimike, joko käsin tai tietokoneella kirjoitettuna. Typografisesta ja visuaalisesta näkökulmasta havaittavissa oli myös se, että lainattu puhe oli sijoitettu johdonmukaisesti samoihin yhteyksiin, esimerkiksi Alma Median raportissa sitaatit esiintyivät aina lyhyiden tarinoiden tai informatiivisten esittelyiden yhteydessä graafisiin, värillisiin laatikkoihin sijoitettuina, kuten kuvasta 1 näkyy.





**Kuva 1.** Alma Median infolaatikko

Typografia liittyy toki myös raporttien tekijöiden tyylillisiin ja graafisiin valintoihin, jotka liittyvät muuhunkin kuin lainatun puheen osoittamiseen. Tämä oli huomattavissa siinä, että anonyymit tekstinostot varsinaisesta tekstistä olivat esillä lainausmerkkien sisällä, vaikka kyseessä ei ollut lainattu puhe. Toisaalta nekin lainaukset voitaisiin tulkita epäsuoraksi esitykseksi tekstistä, kun siteerataan raportin omaa tekstiä. Saman havainnon niin kutsutuista pseudo-lainauksista (*pseudo quotations*) olivat tehneet myös Bondi ja Yu (2018: 8). Tässä tutkimuksessa olen kuitenkin ottanut huomioon ainoastaan tekstin ulkopuoliset, selvästi suorat lainaukset. Yksi poikkeava pseudo-lainaus tutkimusaineistosta kuitenkin löytyy, sillä Valmetin raportissa siteerataan vanhan uutiskirjeen artikkelia lainausmerkeillä, joka ensilukemalla vaikutti siitä, että siteerattaisiin jotain henkilöä.

- (1) ”Tampellassa on kokeiltu kuuden kuukauden ajan päivittäistä taukoliikuntaa. Muutama minuutti liikuntaa ja venyttelyä aamulla ja iltapäivällä neljällä eri osastolla”, toteaa tuolta ajalta oleva artikkeli sisäisessä Tampella tänään -uutiskirjeessä. (Valmet)

Esimerkillä (1) tuodaan esille Valmetin sosiaalista vastuullisuutta henkilöstön hyvinvoinnin suhteen, mutta kyseistä pseudo-lainauksista ei voida kuitenkaan huomioida muuten kuin yhtenä poikkeustapauksena aineistossa, sillä muuten tulisi erikseen etsiä ja ottaa huomioon kaikki aineistossa mahdollisesti esiintyvät pseudo-lainaukset. Kyseinen yksittäistapaus oli niin selvästi merkitty suorana lainauksena, että sen esittäminen tässä yhteydessä on perusteltua.

#### 4.1.2 Raportointimuotojen eroavaisuudet

Vuosikertomuksella on vakiintunut rakenne, ja esimerkiksi toimitusjohtajan katsaus kuuluu siihen. Näin ollen lainattu puhe on katsauksen kautta jo vakiintunut osa vuosikertomusta. Leppiniemen ja Virtasen (2003) mukaan toimitusjohtajan katsaus on luetuimpia osia vuosikertomuksessa, mutta samalla sitä voidaan pitää haasteellisimpana tekstinä kertomuksen laatijan näkökulmasta, sillä katsauksen tulisi keskittyä yrityksen strategiaan ja tulevaisuuden näkymiin. Toimitusjohtajan katsaus on kuitenkin suhteellisen vapaamuotoinen, ja siinä voidaan esimerkiksi kertoa avoimesti myös ongelmista. Strategioista kerrotaan etenkin silloin, kun niihin on tullut uudistuksia. Tavoitteista voidaan kertoa yleisesti tai yksittäisesti. (Emt. 37, 42–45)

Johdon katsauksissa voidaan puhua myös toimintaympäristöstä, erityisesti jos siihen liittyy muutoksia. Yritystä koskeviin julkisuudessa esillä oleviin asioihin saatetaan myös ottaa kantaa johdon katsauksessa. Laatatavoitteiden kommentointi on tavallista, ja myös yhteiskunnalliset kannanotot ovat mahdollisia. Katsauksien on myös ollut tapana päätyä kiitokseen, ja niissä mainitaan yleensä tulevaisuuden näkymiä ja odotuksia. (Leppiniemi & Virtanen 2003: 46–49, 128)

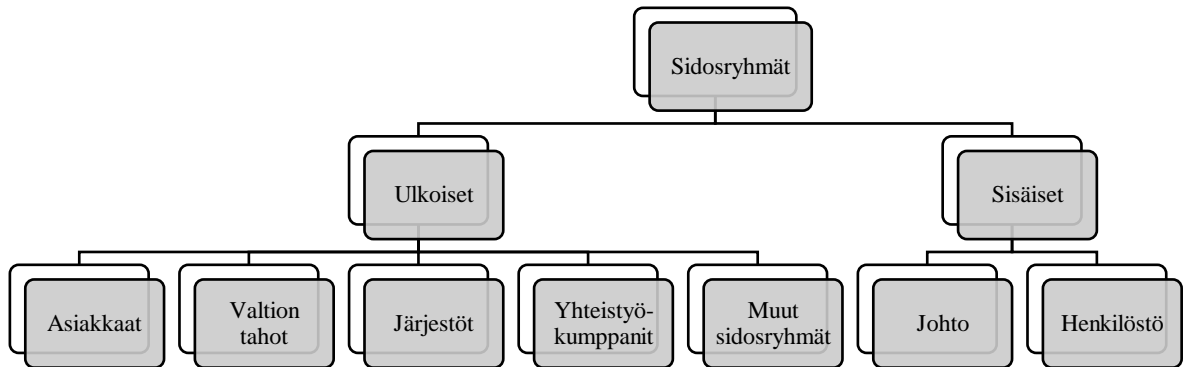
Taulukkoon 4 on luokiteltu vastuullisuusraportit lainatun puheen esiintymismuodon perusteella. Kahdeksassa raportissa esiintyy vain johdon katsaus ja kommentti, ja näistä raporteista neljässä esiintyy ainoastaan kommentti, kahdessa vain katsaus ja kahdessa sekä katsaus että kommentti. Kahdessa raportissa on vain sidosryhmien kommentteja, kun taas kuudessa raportissa kuuluvat sekä johdon että sidosryhmien äänet. Kahdessa raportissa on edellä mainittujen lisäksi vielä johdon ja sidosryhmän haastattelu. Taulukon lyhenteillä viitataan osana vuosikertomusta olevaan raporttiin (Ovk.) ja erilliseen raporttiin (Eril.).

**Taulukko 4.** Vastuullisuusraportit lainatun puheen muodon mukaan

Lainatun puheen muoto	Eril.	Ovk.	Yhteensä
Vain johdon katsaus ja kommentti	0	2	2
Vain johdon katsaus	2	0	2
Vain johdon kommentti	1	3	4
Vain sidosryhmien kommentit	0	2	2
Johdon katsaus ja sidosryhmien kommentit	4	2	6
Johdon katsaus, sidosryhmien kommentit ja haastattelu	2	0	2
			18

Erillisten ja vuosikertomukseen sisällytettyjen vastuullisuusraporttien lainatun puheen muoto vaihtelee, eikä havaittavissa ollut tietynlaista selkeää kaavaa, kuinka paljon ääniä esiintyi kussakin raportissa. Vuosikertomukseen sisällytetyissä vastuullisuusraporteissa harvemmin tarvitaan vielä erikseen johdon katsausta, etenkin kun se tulee yleensä esille jo vuosikertomuksen alussa eikä vastuullisuusosiossa. Tämä on havaittavissa kahdessa raportissa, joissa on pelkästään sidosryhmien kommentteja ilman johdon katsausta, sillä ne ovat vuosikertomukseen sisällytetyjä raportteja (ks. Taulukko 4).

Vuosikertomukseen sisällytetyissä raporteissa esiintyi myös enemmän johdon kommentteja katsauksen sijaan. Vastaavasti erillisissä vastuullisuusraporteissa esiintyy aina johdon katsaus tai kommentit sidosryhmien kommenttien lisäksi. Erillisistä vastuullisuusraporteista vain yhdessä raportissa oli pelkästään johdon lyhyt kommentti, eikä ollenkaan katsausta tai sidosryhmien ääntä, mikä onkin mielenkiintoinen poikkeus aineistossa. Sidosryhmien kommentteja esiintyi kuitenkin yhtäläillä molemmissa raportointimuodoissa.

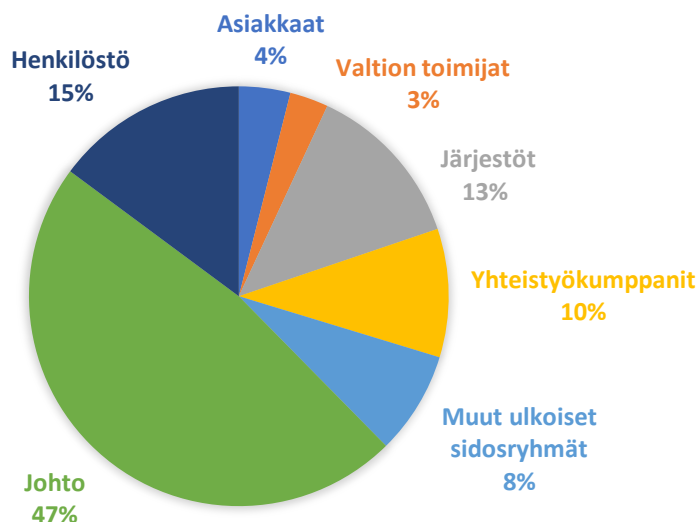


**Kuvio 6.** Sidosryhmien äänet aineistossa

Sidosryhmien äänet aineistossa on jaettu sisäisiin ja ulkoisiin ääniin Kuviossa 6. Eniten tutkimusaineistossa esiintyy sisäisten sidosryhmien ääniä, johtoa ja henkilöstöä. Ulkoisista sidosryhmistä äänessä ovat asiakkaat, valtion laitokset, järjestöt, yhteistyökumppanit ja muut yksittäiset sidosryhmähenkilöt. Osakkeenomistajien ääniä ei pörssiyritysten raporteissa siteerattu lainkaan.

#### 4.1.3 Äänet vastuullisuusraporteissa

Sisällöltään vastuullisuusraporttien lainattu puhe on kauttaaltaan myönteistä, yrityksen toimintaa tukevaa ja sidosryhmien vakuuttamiseen pyrkivää. Lainattu puhe legitimoii ja noudattaa yritysten asettamia linjauksia ja vakuuttavaa sävyä vastuullisuudesta puhuttaessa. Bondi ja Yu (2018: 4, 20) ovat myös havainneet lainatun puheen jakavan yrityksen näkemykset. Sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien ääniä on käytetty korostamaan ja arvioimaan yrityksen sitoutumista yhteiskuntavastuun periaatteisiin ja käytäntöihin, minkä myös Bondi ja Yu (emt. 11) ovat todenneet.



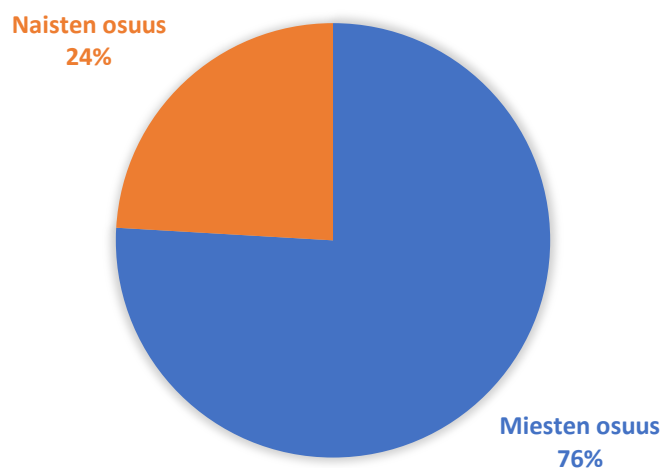
**Kuvio 7.** Äänien esiintyvyys aineistossa

Kuviosta 7 on havaittavissa, että sisäisiä ääniä on siteerattu aineistossa enemmän kuin ulkoisia. Kansainvälisestä näkökulmasta suomalaisten pörssiyritysten tulos on kiinnostava havainto, sillä verrattuna Bondin & Yun (2018: 17) tutkimukseen, italialaiset ja yhdysvaltalaiset yritykset siteerasivat vastuullisuusraporteissaan myös enemmän sisäisiä ääniä, kun taas kiinalaiset yritykset siteerasivat huomattavasti enemmän ulkoisia. Bondin ja Yun (2018: 17) tutkimuksessa italialaiset yritykset siteerasivat vastuullisuusraporteissaan sisäisiä ääniä yhteensä 47%, kiinalaiset yritykset 38% ja yhdysvaltalaiset 58%, joihin verrattuna suomalaiset yritykset siteeraavat vastuullisuusraporteissaan eniten sisäisiä ääniä, yhteensä 62% kaikista äänistä.

Tutkimukset eivät ole keskenään kuitenkaan suoraan verrannolliset erikokoisten ja toimialoiltaan rajattujen aineistojen vuoksi, mutta jonkin tasoista suuntaviivaa tästä voidaan päätellä. Esimerkiksi tietynlaisen trendin olemassaolon tai kehittymisen voi havaita erityisesti länsimaisessa raportoinnissa, sillä kiinalaisten yritysten tapauksessa myös erilaisella työskulttuurilla voi olla vaikutusta referoinnin käyttöön vastuullisuusraportoinnissa. Bondi ja Yu (2018: 21) toteavatkin paikallisen kulttuurin mahdollisesti vaikuttavan jossain määrin kiinalaisten yritysten vastuullisuusraportointiin, sillä Kiinassa vältetään henkilökohtaisten mielipiteiden esittämistä suoraan ja

mieluummin viitataan sitaatteihin, jotka tukevat puhujan alkuperäistä ajatusta tuomalla lisäarvoa tai uskottavuutta.

Ulkoisten äänien kohdalla suomalaisissa vastuullisuusraporteissa siteerataan ääniä yhteensä 38%, italialaisissa 42%, kiinalaisissa 63% ja yhdysvaltalaisissa 42% (Bondi & Yu 2018: 17). Suomalaisten pörssiyritysten lainatun puheen jakautuminen ulkoisiin ja sisäisiin ääniin vastaa näiden numeroiden perusteella siis italialaisten ja yhdysvaltalaisen yritysten raportointia. Vastaavasti suomalaisten yritysten raporteissa eniten referoitu ääni on johdon ääni (ks. Kuvio 7), mikä toteutuu myös italialaisten ja yhdysvaltalaisen raporttien kohdalla, kun taas kiinalaisissa raporteissa kuullaan eniten asiakkaita, työntekijöitä ja viranomaisia (emt. 21). Tämä ero saattaa Bondin ja Yun (2018: 21) mukaan johtua italialaisesta ja amerikkalaisesta yrityskulttuurista, jossa johto nähdään arvovaltaisen asemansa vuoksi retorisesti merkittäväksi sidosryhmäviestinnässä, kun taas kiinalainen yrityskulttuuri nojautuu enemmän ulkoisiin ääniin, joilla sidosryhmille voidaan osoittaa suosituksia yrityksen luotettavuudesta.



**Kuvio 8.** Äänien sukupuolijakauma aineistossa

Aineistossa siteeratuista äänistä 82 on miespuolisia henkilöitä ja 26 naispuolisia henkilöitä. Osuuksien välisen suuren eron voi havaita Kuvioista 8, josta nähdään naispuolisten henkilöiden osuuden äänistä olevan noin yksi neljäsosa kaikista äänistä.

Sukupuolten välistä jakaumaa voi selittää esimerkiksi johdon suuri osuus toimijoiden äänistä, koska miespuoliset henkilöt ovat edelleen enemmistönä yritysten johtopaikoilla (Virtanen 2012).

## 4.2 Sisäisten sidosryhmien äänet

Sisäisiä ääniä vastuullisuusraporteissa ovat yrityksissä työskentelevät johtoon ja henkilöstöön kuuluvat henkilöt. Johtoon ja henkilöstöön kuuluvien työntekijöiden erilaisia työnimikkeitä on useampia, ja niistä kerrotaan lisää luvuissa 4.2.1 ja 4.2.2. Kaikkien puhujien etu- ja sukunimet esiintyvät työnimikkeiden yhteydessä, lukuun ottamatta yhtä nimetöntä työharjoittelijaa (*Salaried UAE based intern*), joka kertoo harjoittelukokemuksestaan Nokian vastuullisuusraportissa.

### 4.2.1 Johdon katsaus ja kommentit

Johtoon kuuluvaksi on tässä tutkimuksessa määritelty ne pörssiyhtiöiden ylimmät johtajat, jotka ovat äänessä johdon katsauksissa. Aineistossa johdon katsauksissa kuuluu luonnollisesti vain pörssiyhtiön johtajan ääni. Johtoon kuuluvien puhujien erilaisia suomenkielisiä työnimikkeitä vastuullisuusraporteissa ovat toimitusjohtaja, varatoimitusjohtaja, pääjohtaja, hallituksen puheenjohtaja, vastuullisuusohjausryhmän puheenjohtaja, vastuullisuus- ja yhteiskuntasuhdejohtaja, ympäristöjohtaja, talousjohtaja, henkilöstöjohtaja sekä vastaava päätoimittaja. Aineistossa esiintyneet alemman johtoportaan nimikkeet katsotaan tässä tutkimuksessa kuuluvan enemmän henkilöstöön kuin johtoon. Puhujien työnimikkeet vaihtelevat laajasti.

Englanninkielisiä johtoon kuuluvien puhujien työnimikkeitä aineistossa ovat CEO eli Chief Executive Officer, Chief Digital Officer, Chief Marketing Officer, Vice President (VP), Senior Vice President (SVP), Executive Vice President (EVP), Design and Innovation Director, Project Director, Managing Director, Automation Director, Technical Marketing Director, Project Manager, Product Development Manager, Safety

Manager, Development Manager, General Manager sekä Design Manager. Vastuullisuudesta vastaavia johtajia aineistossa ovat Sustainability Manager, Environmental Director, Head of Environmental Policies and Programmes, Head of Sustainability sekä Sustainability Director. Koska erilaiset työnimikkeet voivat tarkoittaa eri aloilla erilaisia työnkuvia ja sen myötä johtamisen vastuualueita, olen luokitellut johtoon kuuluvaksi kaikki ne nimikkeet, joissa esiintyvät sanat *Chief, President, Manager, Head* ja *Director*.

Johdon katsauksen ensisijaisena tehtävänä on tarjota tiivis katsaus kuluneen raportointivuoden aikaisesta toiminnasta ja suoriutumisesta, mutta myös auktorisoida johdon äänellä. Johdon ääni on usein esitetty toimitusjohtajan tai muun vastaavan johtajan allekirjoitetulla katsauksella, terveisillä tai kirjeellä (*CEO's letter*). Se voi olla kirjoitettu vapaamuotoisen tekstin tai haastattelun muodossa. (Ks. esim. Bondi & Yu 2018.)

Argumentointi me-muodossa korostuu etenkin johdon katsauksista, esimerkeissä (2) ja (3). Esimerkissä (2) Atrian toimitusjohtaja viittaa ensin *meillä* suomalaisiin tai joko yleisesti kaikkiin ihmisiin, sillä onhan ruoka kaikille ihmisille välttämätöntä. Seuraavaksi hän viittaa Atriaan pelkällä ”meillä” mainitsematta Atriaa, mutta se on silti selvää, mitä hän tarkoittaa viitatessaan ”meihin”. Lopuksi toimitusjohtaja mainitsee Atrian ja ”meidät” samassa virkkeessä, ja puhuu näin kaikkien sisäisten sidosryhmien äänien puolesta. Esimerkissä (2) korostetaan taloudellista vastuuta, mutta osittain myös ympäristövastuuta, sillä ruoantuotanto on yhteydessä ilmastonmuutokseen.

- (2) ”Ruoka on *meille* välttämätöntä, mutta suhteemme ruokaan on hyvin yksilöllinen asia. -- Ruoan on oltava turvallista ja sen [sic.] oltava tuotettu ja valmistettu vastuullisesti. Sitä *meiltä* odotetaan ja nämä odotukset *meitä* myös ohjaavat. -- Atrian ydintoiminta on ruoan valmistus, mutta se ei estä *meitä* olemasta edelläkävijä myös energia-alalla.” – Juha Gröhn, toimitusjohtaja (Atria)
- (3) ”*We* took a step forward towards *our* global ambition -- in 2017 *we* have focused -- *We* have proceeded on *our* strategic journey -- in 2018, *we* expect to continue the profitable growth” – Jaana Tuominen, President and CEO (Fiskars Group)



Esimerkissä (3) puhutaan yrityksestä yhtenäisten äänien monofonisena joukkona, jossa muut äänet on integroitu yrityksen johtavaan ääneen. Referoitu puhuja puhuu esimerkissä kaikkien yrityksessä osana olevien henkilöiden puolesta. Me-muodon käyttäminen osoittaa sosiaalisten toimijoiden eli yrityksen työntekijöiden representoimista kollektivoituina joukkona ja siten monofonisena. Esimerkissä (3) tuodaan esille taloudellista vastuuta. Esimerkissä (4) sen sijaan ei ollenkaan käytetä me-muotoista argumentointia, ja siinä ilmenevät kaikki yhteiskuntavastuun osa-alueet.

- (4) ”Kesko on mukana YK:n Global Compact -aloitteessa ja on kaikissa toimintamaissaan *sitoutunut* noudattamaan kymmentä yleisesti hyväksyttyä ihmisoikeuksia, työelämää, ympäristöä ja korruptionvastaista toimintaa koskevaa *periaatetta*.” – Mikko Helander, pääjohtaja (Kesko)

Keskon vuosikertomukseen integroidussa vastuullisuusosiossa ei lainattua puhetta esiinny muuten kuin tässä yhdessä pääjohtajan kommentissa, tämä tosin johtuu siitä, että pääjohtajan katsaus esiintyy jo vuosikertomuksen alussa. Kommentissa ei kuitenkaan puhuta yrityksestä me-muodossa, vaan yrityksen nimellä. Ylipäätään johdon katsauksissa ja kommentteissa korostetaan enemmän *meitä* ja puhutaan yrityksestä nimellä verrattuna muiden toimijoiden esittämiin argumentteihin.

#### 4.2.2 Henkilöstön kommentit

Olen luokitellut henkilöstöön kuuluviksi kaikki ne äänet, jotka eivät ole toimitusjohtajien tai muiden ylempien johtajien ääniä. Erilaiset esimiehet ja yksikönjohtajat sekä muut vastaavat alemman tason johtajat katsotaan kuuluvan henkilöstöön johdon sijaan. Henkilöstöön kuuluviin puhujiin aineistossa on luokiteltu erilaiset alempaan johtoportaan kuulumat tiiminvetäjät ja esimiehet, joiden työnimikkeitä ovat vastuullisuusohjausryhmän sihteeri, yksikönjohtaja, laatupäällikkö, globaali asiakaspäällikkö, liiketoimintayksikön johtaja, vastuullisuustarkastaja sekä myymäläpäällikkö. Englanninkielisiä työnimikkeitä ovat Ethics and Compliance Lead Counsel, Development Engineer, Sourcing and Logistics function lead, Senior R&D

(Research and Development) Engineer, Lead UX Designer, Reliability Engineer sekä Project leader.

Metsä Group (ks. esimerkki 5) on tuonut esille sosiaalista vastuutaan kertomalla kahden työntekijän henkilökohtaiset uratarinat ja siteeraamalla työntekijöitä tarinoiden yhteydessä. Toiselle työntekijöistä tarjottiin koulutusta ja sopivampaa työtehtävää terveysongelmien vuoksi, ja toiselle henkilölle mahdollistettiin osa-aikainen työnteko eläkkeellä. Molempien Metsä Groupin siteeraamien työntekijöiden kommentit koskien työtilanteitaan on yhdistetty esimerkkiin (5), jossa on selvästi havaittavissa sosiaalisen vastuun korostamista.

- (5) ”Being able to continue working makes everyday life meaningful,” states Niilo. -- “Working part-time gives *you* more time to recover and still keeps *you* active,” states Jari. (Metsä Group)

Huomionarvoista on, ettei kumpikaan työntekijä ylistä tai kiittele yritystä, vaan pikemminkin toteaa uuden mahdollisuuden olevan subjektiivisesti myönteinen asia heidän elämänsä kannalta, mutta yritystä ei sitaatissa erikseen mainita. Sitaatit ovat selvästi suoraan lukijalle osoitetut, sillä esimerkiksi jälkimmäisessä virkkeessä käytetään puhuttelevaa *you*-muotoa passiivimuodon sijaan. Kumpaakin työntekijää siteerataan tuttavallisesti etunimellä sitaattien yhteydessä, toisin kuin muita puhujia Metsä Groupin vastuullisuusraportissa. Koko tutkimusaineistossa etunimellä siteeraamista esiintyy lisäksi vain Martelan johdon katsauksen keskustelu-haastattelussa. Van Leeuwenin (2008: 40) mukaan sosiaaliset toimijat voidaan representoida yksilöllisen identiteetin eli nimeämisen kautta, mikä näkyikin tutkimusaineistossa: kaikki siteeratut puhujat on nimetty, paitsi kaksi nimetöntä harjoittelijaa ja yksi tapahtumaan osallistuja.

Henkilöstön äänistä ei ole paljon poikkeavia havaintoja aineistossa, sillä se on monofonista johdon ja yrityksen äänen kanssa. Tämä henkilöstön puhe pääasiassa täydentää johdon puhetta konkreettisilla aiheilla, esimerkiksi kertomalla jostain tapahtuneesta tilaisuudesta ja sen jälkeisistä tunnelmista esimerkissä (6), tai yksityiskohtaisemmin yrityksen tarjoamasta palvelusta esimerkissä (7). Esimerkissä (7)

tuodaan esille taloudellista vastuuta kertomalla tuotteen laadun seurannasta, mikä on tärkeä osa yrityksen tarjontaa.

- (6) “We gained new ideas and insights about hacking methods, data analytics, machine learning, AI, and gamification,” – Tuuli Somma, Lead UX designer (Outotec)
- (7) “Simulation technology is also a means of quality control and product quality improvement. We can monitor the performance of equipment over time and detect potential for further development. This is an important part of our offering” – Steffen Haus, R&D Engineer (Outotec)

Henkilöstön puhe on tavallaan konkreettisempiin asioihin keskittyvä, koska henkilöstön äänellä kerrotaan käytännönläheisemmin tehdyistä asioista, kuten esimerkissä (8), jossa Stora Enson työntekijä kertoo, mitä yrityksessä on käytännössä tehty. Esimerkissä (8) tuodaan esille ympäristövastuuta.

- (8) ”We have started to replace fresh water with filtrated water in one of our board machines, and can now also recover fibre from water so that it can be used as raw material for new board,” – Klas Norborg, Development Engineer (Stora Enso)
- (9) “Meitä motivoivat muutoksen valtavat potentiaaliset hyödyt sekä hyvät mahdollisuudet saavuttaa ne.” – Panu Routila, toimitusjohtaja (Konecranes)

Sen sijaan esimerkissä (9) johdon kommentissa esiintyy enemmän monitulkintaisempaa ja ympärilyöreämpää ilmaisua, joka korostaa yrityksen visioita ja tulevaisuudennäkymiä. Esimerkki (9) herättää kysymyksiä siitä, mistä muutoksista ja hyödyistä puhutaan, ja mitkä ovat Konecranesin mahdollisuudet, kun taas esimerkki (8) ei jätä mitään arvailun varaan, vaan kertoo suoraan Stora Enson veden korvausmekanismin hyödyistä materiaalin kierrättämisessä. Esimerkissä (9) ei ole konkreettisesti tuotu esille yhteiskuntavastuun osa-alueita, todetaan vain muutoksen potentiaalisten hyötyjen motivoivat vaikutukset.

### 4.3 Ulkoisten sidosryhmien äänet

Aineistossa esiintyvillä ulkoisten sidosryhmien äänillä on korostettu ensisijaisesti myönteistä yhteistyökokemusta yritysten kanssa ja tyytyväisyyttä yrityksen toimintatapoihin. Ulkoisilla äänillä on pyritty vakuuttamaan, että yritys toimii juuri siten, kuten vastuullisuusraporteissa on kirjoitettu. Niin sisäisiä kuin ulkoisiakin ääniä on käytetty vastuullisuusraporteissa korostamaan ja arvioimaan yrityksen sitoutumista ja suoriutumista yhteiskuntavastuun periaatteisiin ja käytäntöihin. Ulkoiset äänet ovat kuitenkin huomattavasti sinfonisempia eli itsenäisempiä kuin henkilöstön ja johdon yrityksen ääneen integroidut monofoniset äänet.

Ulkoisista sidosryhmistä vastuullisuusraporteissa siteerataan eniten järjestöjä ja yhteistyökumppaneita, sekä yksittäisiä, pääasiassa sidosryhmätapahtumiin osallistuvia henkilöitä. Vähiten aineistossa siteerataan asiakkaita ja valtion toimijoita. Siten pörssiyritysten vastuullisuusraporteissa ääneen pääsevät yritysten sisäisten äänien ohella myös järjestöt, yhteistyökumppanit ja yksittäiset henkilöt, asiakkaista pelkästään yritysasiakkaat ja muutama valtion laitos.

#### 4.3.1 Asiakkaat ja yhteistyökumppanit

Asiakkaiden ääniä esiintyy aineistossa loppujen lopuksi yllättävän vähän, ainoastaan neljässä kohdassa. Kiinnostava havainto on se, että äänessä olevat asiakkaat ovat kaikki yritysasiakkaita. Metsä Groupin vastuullisuusraportissa referoidaan Aqvacompin ja Moelven toimitusjohtajia, Cargotecin raportissa Mediterranean Shipping Company MSC:n yksikönjohtajaa ja Martelan raportissa Solteq Oyj:n Operations Manageria.

Järjestöjen ja yhteistyökumppaneiden luokittelun raja on häilyvä, sillä yritykset tekevät myös järjestöjen kanssa yhteistyötä enemmän tai vähemmän. Puhtaasti yhteistyökumppaneiksi voidaan luokitella Stora Enson siteeraama strategiafirma United Minds, Metsä Groupin yhteistyöprojekti samaan konserniin kuuluvan Katrin-yrityksen kanssa sekä yhteistyö belgialaisen valmistajan Dupacin kanssa, Nokian yhteistyö Elisan

kanssa, Tokmannin muovinkierrätyksen kiinteistöhuoltosopimus L&T:n kanssa sekä Martelan yhteistyö Hattulan kunnan Juteinikeskuksen koulun kanssa. Tokmanni tuo esille myös osallistumisensa Helsingin seudun kauppakamarin järjestämään Menestyvä monikulttuurinen yritys -kilpailuun, ja siteeraa kilpailusta vastaavaa projektijohtajaa vastuullisuusraportissaan.

Asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden ääniä on käytetty aineistossa arvioimaan ja tukemaan yritysten toimintaa, mikä ilmenee esimerkistä (10). Kursivoidut kohdat osoittavat arvioivaa kielenkäyttöä, joka on Van Leeuwenin (2007: 97) mukaan yhteydessä legitimaatioon. Erityisesti arvioivien adjektiivien käyttö legitimaation yhteydessä on Van Leeuwenin (2008: 110) mukaan merkittävää moraalisen arvioinnin legitimaatiossa, joka perustuu arvoille.

- (10) ”*Arvostamme* suuresti MacGregorin lastinkäsittelyjärjestelmien ja uusien ratkaisujen kehittämisen ammattitaitoa. *Yhtiön tarjoamat ratkaisut parantavat kilpailukykyämme* nykyisessä liiketoimintaympäristössä” Giuseppe Gargiulo, Head of Department (New Building, Dry Dock and Conversions, MSC)

Esimerkissä (10) on lainattu Cargotecin asiakasyrityksen edustajan puhetta, jossa osoitetaan arvostusta monikon persoonapronominin me-muodon avulla ensimmäisessä kursivoidussa kohdassa, jonka perusteella annetaan ymmärtää yksittäisen henkilön puhuvan koko yrityksen puolesta. Me-muodossa puhumista käytetään vastuullisuusraporteissa retorisenä keinona niin sisäisten kuin ulkoistenkin äänien kohdalla. Esimerkin (10) puhuja myös arvioi yhteistyötä ja suhdetta yritykseen kertomalla konkreettisesti, miten Cargotecin asiakkaana oleminen on hyödyttänyt heidän yritystään, mikä tuo samalla esille myös taloudellista vastuuta. Tämä käy ilmi jälkimmäisestä kursivoidusta kohdasta. Aineistosta käy selvästi ilmi, että erityisesti ulkoiset äänet korostavat myönteistä suhdettaan yritykseen ja sen toiminnan myönteisiä vaikutuksia, minkä ovat havainneet myös Bondi ja Yu (2018: 11) tutkimuksessaan.

#### 4.3.2 Järjestöt ja valtion tahot

Valtion tahoja on siteerattu aineistossa vain vähän. Metsä Groupin raportissa siteerataan valtionomisteisen VR Transpointin myynnin ja markkinoinnin varapuheenjohtajaa sekä Suomen ympäristökeskus SYKE:n erikoistutkijaa, ja Outotecin raportissa siteerataan Ilmatieteen laitoksen tutkijaprofessoria. Siteeraamalla valtion tahoja tuodaan esille puolueettomia ja samalla uskottavuutta lisääviä näkemyksiä, jotka kuitenkin tukevat vastuullisuusraportin sanomaa olemalla ylipäättään mukana raportissa. Erilaisten kansalaisjärjestöjen edustajien puhetta esiintyi aineistossa jopa yllättävän paljon, mikä voidaan tulkita pyrkimykseksi lisätä tai korostaa uskottavuutta vakuuttamalla vastuullisuudesta ulkoisten ja puolueettomien äänien kautta. Lisäksi järjestöjen siteeraaminen voidaan tulkita yritysten pyrkimyksenä sallia muiden kuin sisäisten äänien kuuluvuus vastuullisuusraporteissa.

Siteerattuja järjestöjä aineistossa ovat Nokian raportissa kansainvälinen ympäristöjärjestö WWF, lastenjärjestö Unicef, yksityisyydensuojaa puolustava Global Network Initiative -järjestö, modernia orjuutta torjuva järjestö Unseen sekä yrityskohtaista tietoa ilmastonmuutoksesta keräävän järjestön Carbon Disclosure Project (CDP) toiminnassa mukana olevat kaksi yritystä Tech Mahindra ja Carenet. Kiinnostava poikkeus aineistossa ovat juuri Tech Mahindra ja Carenet, joiden puhujia ei olla kerrottu eikä nimetty, vaan ne esitetään vastuullisuusraportissa yritysten antamina kommentteina.

Stora Enson raportissa siteerattuja järjestöjä ovat maailmanlaajuinen kestävän kehityksen neuvosto WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*), Kansainvälinen työjärjestö ILO (*International Labour Organization*), kiinalainen luonnonsuojelujärjestö BRC (*Guangxi Biodiversity Research and Conservation Association*) sekä sademetsän monimuotoisuutta Brasiliassa valvova Casa da Floresta -järjestö. Aineiston yrityksistä vain Nokia ja Stora Enso ovat siteeranneet useampia erilaisia vastuullisuustyötä tekeviä järjestöjä.

Muita järjestöjä siteeraavia yrityksiä ovat Metsä Group ja Tokmanni. Metsä Groupin raportissa siteerataan metsäsertifiointijärjestelmä PEFC (*Programme for the Endorsement of Forest Certification*) Internationalin toimitusjohtajaa. Tokmannin

raportissa siteerataan kestävän kehityksen asiantuntijapalveluita tarjoavaa Forum for the Future -järjestön kiertotalouspalvelujen johtajaa ja Suomen Ammattiliittojen Solidaarisuuskeskus SASKin toiminnanjohtajaa.

Järjestöjen ja valtion äänillä aineistossa selvästi auktorisoidaan eli vedotaan ulkoisiin auktoriteettitahoihin. Van Leeuwenin mukaan (2007: 94–95) ammatillisella asemalla tai asiantuntijuudella legitimointi on yksi auktorisoinnin muoto, joka korostuu selvästi erityisesti järjestöjä ja valtion tahoja siteerattaessa. Esimerkeissä (11) ja (12) tuodaan esille ympäristövastuuta.

- (11) ”-- WWF is pleased that in Finland, Nokia and other front-runners, show that managing climate risks by setting ambitious GHG reduction targets makes business sense for a company.” – Liisa Rohweder, CEO, WWF Finland (Nokia)
- (12) “It’s important for companies to actively shape their sustainability strategies to align with the SDG agenda – especially by finding ways to address their negative impacts” – Filippo Veglio, Managing Director, WBCSD (Stora Enso)

Aineistosta käy ilmi, että kaikki yritykset, jotka siteeraavat järjestöjä vastuullisuusraporteissaan, toimivat joko metsäteollisuuden tai teknologian alalla, mutta näiden lisäksi yhtenä poikkeuksena myös kaupan alalla toimiva Tokmanni. Nokian siteeraaman WWF:n sitaatilla esimerkissä (11) osoitetaan selkeästi sidosryhmän tyytyväisyyttä Nokian esimerkilliseen toimintaan päästöjen hillinnässä. Stora Enson siteeraama järjestö esimerkissä (12) ei vastaavalla tavalla osoita suoraan tyytyväisyyttään yrityksen toimintaan, vaan pikemminkin neuvoo tai sanelee, mikä koetaan yleisesti tärkeäksi ja kuinka yritysten tulisi toimia.

Esimerkistä (12) voidaan kuitenkin päätellä, että Stora Enso tekee kuten siinä sanotaan, sillä muuten sitaatti tuskin esiintyisi vastuullisuusraportissa. Stora Enso ei kuitenkaan saa kovin suoraa myönteistä palautetta toisin kuin Nokia esimerkissä (11). Molemmissa esimerkeissä on havaittavissa yhteiskuntavastuun osa-alueista erityisesti ympäristövastuun korostamista. Asiantuntijan auktoriteetin avulla legitimointi on selkeästi havaittavissa esimerkeistä (13) ja (14), joissa molemmissa valtion tahojen,

Suomen Ympäristökeskus SYKE:n ja Ilmatieteen laitoksen tutkijat ovat kertoneet kyseisten yritysten eli Metsä Groupin ja Outotecin toimintaan yhteydessä olevista ympäristövastuuseen liittyvistä luonnonvarakohtaisista aiheista.

- (13) “When the trees grow, they bind carbon. However, it is not the same thing as a carbon sink. -- This requires that the growth binds more carbon than is removed in wood harvests and released in wood decay and soil respiration. If these factors are in balance, the forest carbon stock remains constant and the sink is zero. Currently, Finnish forests are a net carbon sink.” – Sampo Soimakallio, Senior Scientist, Finnish Environment Institute (SYKE) (Metsä Group)
- (14) “-- We have done so with two copper smelters that have invested in an Outotec sulfuric acid plant, and the results have been very clear. Sulfur dioxide emissions have decreased considerably after the implementation of the sulfuric acid plants --” – Johanna Tamminen, Research Professor, Finnish Meteorological Institute (Ilmatieteen laitos) (Outotec)

Huomattavaa on kuitenkin se, etteivät kyseiset tutkijat ota kantaa mihinkään yritysten toiminnassa vastuullisuutta kyseenalaistavaan ristiriitaan, mutta eivät myöskään kehu tai kerro yritysten toiminnasta tai sen vaikutuksista myönteisesti. Siteerattujen tutkijoiden äänet ovat suhteellisen neutraaleja ja informatiivisia, eikä niillä myöskään oteta kantaa tai tuoda esille henkilökohtaisia mielipiteitä, jotka voisivat olla ristiriidassa yrityksen näkemysten kanssa. Vaikka esimerkissä (14) todetaankin, että päästöt ovat laskeneet huomattavasti rikkihappotehtaan kuparin sulattamoissa, tieto on pelkästään informatiivinen ja toteava, ei myönteinen.

Asiantuntijoiden ääniä on käytetty yhteiskuntavastuun osa-alueista ympäristövastuun korostamiseen, kuten esimerkit (13 ja 14) osoittavat. Asiantuntijoiden ääniä käytetään siis selvästi tuomaan vastuullisuusraportissa oleville tiedoille ennen kaikkea luotettavaa ja uskottavaa tukea, joka pohjautuu siteerattujen tutkijoiden tietämykseen ja asiantuntijuuteen. Samaa havaintoa ei voida vastaavasti rinnastaa muihin siteerattuihin ulkoisiin sidosryhmiin, sillä esimerkiksi yritysasiakkaiden toimialakohtainen tietämys ja intressit ovat erilaiset kuin objektiivisen ja puolueettoman kannan omaavilla valtion tahon tutkijoilla.



### 4.3.3 Muut ulkoiset sidosryhmät

Muita referoituja ulkoisia sidosryhmiä, jotka eivät sovi muihin luokitteluihin, ovat yksittäiset poikkeustapaukset, kuten kaksi metsänomistajaa ja kaksi sidosryhmätilaisuuteen osallistunutta henkilöä Metsä Groupin raportissa, Nokian järjestämään Global Day of Learning -päivään osallistuja, Valmetin järjestämään sidosryhmätilaisuuteen osallistunut nimetön harjoittelija ja hänen mentorinsa, sekä Fiskarsin järjestämään juhlatapahtumaan osallistunut taiteilija. Näitä siteerattuja puhujia yhdistää se, että kaikki olivat osallistuneet yritysten järjestämiin tapahtumiin ja antaneet kommenttinsa siteerattavaksi raportissa. Kiinnostava poikkeus aineistossa on Stora Enson siteeraama mehiläishoitaja (ks. esimerkki 15), jonka työtä selluloosatehdas Veracel edesauttaa Brasiliassa. Aineistossa ei ole yhtään vastaavaa tapausta, jossa siteerattaisiin yrityksen toiminnan vaikutuksille altistuvaa ”tavallista” kansalaista.

- (15) ”Veracel’s support has been crucial in forming cooperatives and making our operations more professional” – Matthew Martinez Valverde, a beekeeper (Stora Enso)

Esimerkissä (15) mehiläishoitaja kertoo Stora Enson selluloosatehtaan tarjoaman tuen olleen hyvin tärkeää yhteistyön muodostamisessa ja toiminnan ammattimaisuudessa. Esimerkistä voidaan päätellä Stora Enson pitävän tärkeänä myös muiden kuin yrityksen kanssa suoraan tekemisissä olevien puhujien äänen esille tuomista. Tällä sitaatilla saadaan kuitenkin lisäksi legitimoitua Veracelin tarpeellisuutta ja hyödyllisyyttä Brasiliassa, vaikka kyseisen selluloosatehtaan aiheuttamat ympäristöhaitat ja erityisesti alkuperäiskansojen oikeuksien väärinkäyttö ovat puhuttaneet jo pitkään aihetta tutkineen Myllylän (2015) mukaan. Sitaatilla vedotaan erityisesti yrityksen sosiaaliseen vastuullisuuteen.

Huomattava yksityiskohta sitaatissa on se, että mehiläishoitaja puhuu persoonapronominin monikossa *meistä* eikä yksikössä *minusta*. Näin hän viittaa kaikkiin muihin paikallisiin mehiläishoitajiin, mikä saa sitaatin vaikuttamaan vähemmän henkilökohtaisesta näkökulmasta sanotulta ja enemmän yhteiseltä, monofoniselta eli yrityksen ääneen integroidulta mielipiteeltä sinfonisen eli itsenäisen äänen sijaan. Tähän

vertailuna esimerkit (16) ja (17), joissa Metsä Groupin raportissa siteeratut metsänomistajat puhuvat itsestään persoonapronominin yksikössä.

- (16) ”-- *I believe* that when retained consistently in large areas, high stumps will truly improve biodiversity” – Jorma Kukkeenmäki, forest owner (Metsä Group)
- (17) ”*I see* value in more than just produced timber. It’s important that my forest provides a habitat for wildlife and enables berry picking and hunting.” – Mikko Alhainen, forest owner (Metsä Group)

Molemmissa sitaateissa metsänomistajat kertovat, mitä juuri he henkilökohtaisesti uskovat tai näkevät metsissään, mikä korostaa sitaattien henkilökohtaista sävyä verrattuna esimerkkiin (15). Metsänomistajat ovat ”tavallisina” kansalaisina päässeet ääneen Metsä Groupin vastuullisuusraportissa kertomaan näkökantojaan, toki monofoniassa yrityksen kanssa, mutta kuitenkin itsenäisinä, sinfonisina ääнинä. Esimerkeissä tuodaan yhteiskuntavastuun osa-alueista esille ympäristövastuuta, jonka korostaminen toistuu metsäteollisuuden alalla toimivien pörssiyhtiöiden vastuullisuusraporteissa useasti.

#### 4.4 Representaatiotyypit vastuullisuusraporteissa

Sosiaaliset toimijat eli puhujat on representoitu vastuullisuusraporteissa Van Leeuwenin mallin mukaan tulkittuna pääasiassa spesifioituina ja nimettyinä yksilöinä (*specification, nomination*) kuutta anonyymiä puhujaa lukuun ottamatta. Aikaisemmin esimerkissä (1) mainittu Valmetin raportissa oleva sitaatti on ainoa, joka ei ole sosiaalisen toimijan toimesta annettu sitaatti, vaan vanhasta artikkelista lainattu ns. pseudo-sitaatti.

Kuutta anonyymiä puhujaa lukuun ottamatta kaikki representoidut toimijat on nimetty, minkä lisäksi toimijoiden sosiaaliset tai ammatilliset roolit on kerrottu lainatun puheen yhteydessä (*determination, individualization*). Smirnovan (2009: 86) tutkimus sanomalehtidiskurssin lainatuista lähteistä osoittaa ammatillisilla ominaisuuksilla, kuten

virkanimikkeellä tai tutkinnolla, olevan vahvempi argumentatiivinen asema kuin muilla henkilökohtaisilla ominaisuuksilla. Puhujien ammatillisilla ominaisuuksilla on siten huomattavissa määrin merkittävämpi ja olennaisempi rooli kuin esimerkiksi kansallisuudella, iällä tai sukupuolella, joita ei aineistossa myöskään tuotu erikseen esille.

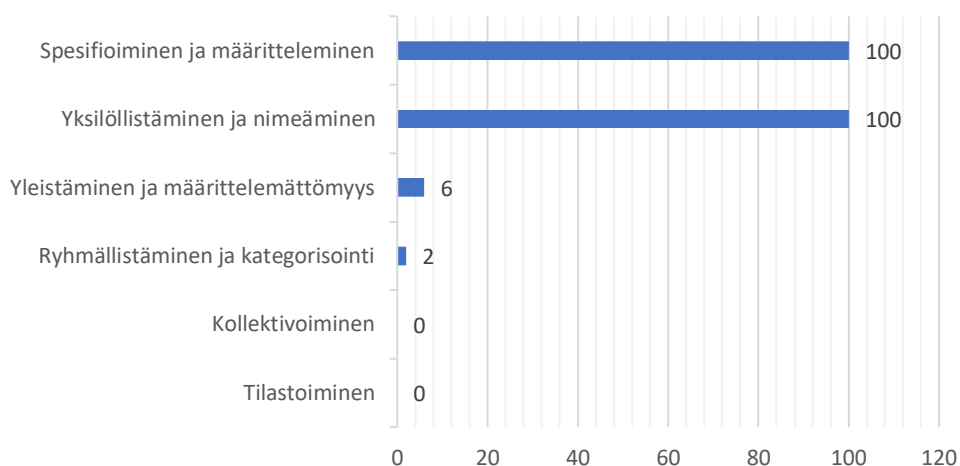
Nimeäminen on jokaisen toimijan kohdalla aineistossa puolimuodollista (*semiformal*), jolloin nimeäminen muodostuu etunimestä ja sukunimestä (Van Leeuwen 2008: 41). Kahdessa tapauksessa toimijat on aluksi nimetty puolivirallisesti, jonka jälkeen heidät on representoitu epävirallisesti (*informal*) pelkällä etunimellä, mutta pääsääntöisesti toimijoihin on viitattu puolivirallisen nimeämisen jälkeen muodollisesti pelkästään sukunimellä (*formal*). Myös anonyymien (*indetermination*) toimijoiden roolit on kuitenkin kerrottu sitaattien yhteydessä, kuten esimerkissä (18), jossa Valmet siteeraa sidosryhmätilaisuuteen osallistunutta harjoittelijaa ja mentoria. Ilmaisutavat *yksi* ja *eräs* antavat ymmärtää, että paikalla on ollut enemmän harjoittelijoita ja mentoreita, joista on sitten valittu kyseisten yksilöiden sitaatit, vaikka yksilöt puhuvat selvästi vain omasta henkilökohtaisesti kokemuksestaan eivätkä kaikkien puolesta. Esimerkeillä (18) ja (19) tuodaan esille sosiaalista vastuuta.

- (18) ”Aloin luottaa enemmän taitoihini ja tulevaisuuteen”, *yksi harjoittelijoista* kertoi. ”Opin nuorilta paljon”, totesi *eräs mentoreista*. (Valmet)
- (19) ”A truly transformative event and probably the biggest cultural influencer event inside Nokia.” 2017 Global Day of Learning Participant (Nokia)

Nokian siteeraaman anonyymin toimijan puheenvuoro representoidaan niin ikään vastaamaan yleistä tai kaikkien osallistujien yhteistä mielipidettä tapahtumasta esimerkissä (19). Saman asian havaitsivat Bondi ja Yu (2018: 16), jotka huomasivat äänien anonyymeinä representoimisen mahdollistavan yritysten omien sanojen käyttämisen suorien lainausten muodossa. Esimerkistä (19) on havaittavissa representaatiotyypeistä yleistämisen ja määrittelemättömyyden (*genericization*, *indetermination*) yhdistelmä.

- (20) ”-- Such initiatives have directly lead to carbon emissions savings.” *Tech Mahindra comment from CDP program.* (Nokia)
- (21) “We calculated our corporate emissions at the first time. The process help us to identify energy efficiency initiatives in our buildings.” *Carenet, China supplier, comment from CDP program.* (Nokia)

Kaksi anonyymeistä toimijoista on Nokian raportissa representoitu yksilöllistämisen sijaan ryhmälistettyinä (*assimilation*) koko organisaation puolesta puhujina, sillä toimijat on representoitu henkilöiden sijaan organisaatioiden nimillä esimerkeissä (20) ja (21). Näissä tapauksissa kyse on myös kategorisoinnista (*categorization*), jolloin toimijat representoidaan ryhminä sekä luokitellaan identiteettien ja toimintojen perusteella, jotka he jakavat muiden kanssa (Van Leeuwen 2008: 40). Esimerkeillä (20) ja (21) tuodaan esille ympäristövastuuta.



**Kuvio 9.** Representaatiotyypit aineistossa (N = 114)

Kuvioon 9 on koottu sosiaalisten toimijoiden representaatiotyyppien esiintyminen aineistossa. Toimijat kuvataan vastuullisuusraporteissa eniten spesifioituina ja määriteltyinä, nimettyinä yksilöinä. Representaatiotyypeistä spesifioiminen ja määritteleminen sekä yksilöllistäminen ja nimeäminen esiintyvät kaikissa tapauksissa yhdessä, yhteensä 100 toimijan representaatioissa. Yleistäminen ja määrittelemättömyys esiintyvät kuudessa anonyymien toimijan representaatioissa, joista kaksi toimijaa representoidaan myös kategorisoituina ryhminä. Kollektivoimista ja tilastoimista ei

esiinny toimijoiden representaatioissa ollenkaan, mikä osoittaa yritysten suosivan nimettyjen yksilöiden sitaatteja anonyymien tilastojen tai ryhmien sijaan. Nimettyjen yksilöiden sitaatit vetoavat vastuullisuusraporttien lukijoihin todennäköisesti tehokkaammin kuin anonyymit ryhmät, joiden aitoudesta ei ole varmuutta.

#### 4.5 Strategiat lainatussa puheessa

Tässä luvussa tarkastelen aineistossa esiintyviä diskursiivisia ja retorisia strategioita Cheney'n ym. (2004) jaottelun pohjalta, sekä Vaaran ym. (2006) diskursiivisen legitimaatiostrategioiden pohjalta, jotka on esitelty luvuissa 3.3.1 ja 3.3.2.

##### 4.5.1 Diskursiiviset ja retoriset strategiat

Vaaran ym. (2006) legitimaatiostrategioita ei ole laskettu aineistosta erikseen, sillä ne ilmenevät aineistosta yleisesti kylläntyneinä eli saturoituina tietoina, kun taas diskursiivisten ja retoristen strategioiden yksityiskohtaisuuden vuoksi niitä oli tarpeen etsiä ja laskea määrällisesti aineistosta (ks. Taulukko 5). Legitimaatiostrategioita tarkastellaan siis tässä tutkimuksessa muiden havaintojen yhteydessä.

**Taulukko 5.** Diskursiiviset ja retoriset strategiat aineistossa

<b>Strategiat</b>	<b>Esiintyvyys</b>
Vain yhden näkökulman esittäminen	90
Yrityksen statuksen ja tekojen esille tuominen	69
Suhtautuminen asiaan muuttumattomana totuutena	64
Jonkin asian korostaminen	47
Yhden totuuden julistaminen ylitse muiden	36
Jonkin asian yhdistäminen toiseen	24
Epäonnistumisen myöntäminen tai anteeksipyyntö	3
<b>Aineistosta ilmenneet uudet strategiat</b>	
Myönteinen ja vakuuttava argumentointi	96
Yhteisöllisyyden korostaminen (esiintyy yhdessä myönteisen ja vakuuttavan argumentoinnin strategian kanssa)	58 / 96

Taulukkoon 5 on koottu aineistossa esiintyvät Cheney ym. (2004) esittämät diskursiiviset ja retoriset strategiat. Aineistossa esiintyy Cheney ym. (2004) strategioista eniten vain yhden näkökulman esittämistä, yhteensä 90 kertaa, toiseksi eniten yrityksen statuksen ja tekojen esille tuomista, kolmantena suhtautuminen johonkin asiaan muuttumattomana totuutena, jonkin asian korostaminen, yhden totuuden julistaminen ylitse muiden ja jonkin asian yhdistäminen toiseen viimeisenä, yhteensä 24 kertaa. Vain kolmessa kohtaa esiintyy epäonnistumisen myöntäminen, mutta ei anteeksipyyntöä, ja loppuja strategioita (ks. Taulukko 2, s. 40) ei esiinny aineistossa ollenkaan. Aineiston lainatun puheen esiintymissä strategiat ilmenevät useimmiten aineistossa esiintyneiden strategioiden erilaisina yhdistelminä. Tulevissa esimerkeissä käsitellään näitä erilaisia toisiaan tukevia strategiayhdistelmiä.

Strategioista ns. negatiivisia luokitteluja ei esiinny aineistossa ollenkaan. Näitä strategioita ovat kieltäminen ja välttely, puheenaiheen vaihtaminen, vastaamatta jättäminen, puutteellinen tiedonanto, liioitteleminen ja harhaanjohtaminen, väheksyminen, strateginen monitulkintaisuus, asioiden yhdistäminen huomioimatta niiden yhteensopivuutta, sekä jonkin asian julistaminen epäolennaiseksi ja yrityksen vapauttaminen vastuusta. Negatiivisia strategioita ei esiinny oletettavasti sen vuoksi, koska ne eivät lisää lukijoiden luottamusta eivätkä tue vastuullisuusraporttien vakuuttavuutta, vaan sen sijaan vähentävät niitä.

Osa strategioista ei myöskään välttämättä sovellu kirjoitettuun tekstiin sopiviksi strategioiksi, vaan ennemmin puhuttuihin vuorovaikutustilanteisiin. Esimerkiksi kieltämisen, välttelyn, puheenaiheen vaihtamisen ja vastaamatta jättämisen strategia vaikuttaa sopivan ensisijaisesti puhuttuun vuorovaikutustilanteeseen. Negatiivisista strategioista kuitenkin epäonnistumisen myöntäminen esiintyy aineistossa kolmessa kohdassa, ehkä siksi, että se on välttämätön tuoda esille tilanteissa, joissa yritys on todellakin epäonnistunut vastuullisuuden ylläpitämisessä. Epäonnistumisen rehellinen myöntäminen saattaa myös herättää lukijoissa myötätuntoa ja vaikutelman siitä, että yritys ottaa vastuuta epäonnistumisestaan.

Cheneyn ym. (2004) määrittelemien strategioiden lisäksi aineistosta löytyy kaksi uutta strategiaa: myönteinen ja vakuuttava argumentointi sekä yhteisöllisyyden korostaminen. Myönteinen ja vakuuttava argumentointi esiintyy aineistossa 96 kertaa, useammin kuin Cheneyn ym. (2004) strategiat. Yhteisöllisyyden korostamisen strategia ilmenee memuodon käytössä erityisesti johdon katsauksissa (ks. esimerkit 2 ja 3), ja se esiintyy ainoastaan myönteisen ja vakuuttavan argumentoinnin strategian yhteydessä 58 kertaa, mutta ei yksinään, ks. esimerkki (22). Yhteisöllisyyden korostamisen strategia voidaan siten luokitella myönteisen ja vakuuttavan argumentoinnin alastrategiaksi. Myönteisen ja vakuuttavan argumentoinnin strategia esiintyy lisäksi yksinään ilman yhteisöllisyyden korostamisen strategiaa 38 kertaa, ks. esimerkki (23).

- (22) ”Yritysvastuu ei ole *meille* KONEella uusi asia. *Vain vastuulliset yritykset voivat toimia* menestyksekkäästi yli 100 vuoden ajan.” – Antti Herlin, hallituksen puheenjohtaja (KONE)
- (23) ”*I enjoy working* in the various stages of post-processing where I can see production phases in practice.” – Nanna Salmi, programme participant (Metsä Group)

Yhteisöllisyyden korostamisen lisäksi myös Cheneyn ym. (2004) strategioista yrityksen statuksen ja tekojen esille tuomisen strategian voisi katsoa kuuluvan myönteisen ja vakuuttavan argumentoinnin strategiaan. Myös yksilöiden itsenäisten näkökulmien esittäminen sekä yhden näkökulman esittäminen tietyn ryhmän puolesta nousivat esille aineistosta, mutta ne ovat niin samankaltaisia Cheneyn ym. (2004) vain yhden näkökulman esittämisen strategian kanssa, ettei niistä siten ole tarpeen tehdä erillisiä uusia kategorioita.

Vain yhden näkökulman esittäminen oli lainatussa puheessa yleisin, mutta myös odotettavissa olevin strategia, sillä lainattu puhe on yrityksen säätelemää ja siten aina yrityksen näkökulmaa tukevaa, mutta yleisen näkökulman tai tässä yhteydessä äänen lisäksi yksittäisten puhujien näkökulmat ja äänet tulivat esille. Tämä diskursiivinen ja retorinen strategia toistui 90 kertaa aineistossa. Ne sitaatit, joista yhden näkökulman esittäminen ei selvästi erottunut, käsittelivät jotakin yleistä tosiasiaa neutraaliin sävyyn, jolloin puhujan henkilökohtainen näkökulma ei ollut läsnä. Kyseisistä sitaateista ilmeni

silloin kuitenkin jokin toinen strategia, kuten esimerkissä (24) yrityksen statuksen ja tekojen esilletuonti. Esimerkissä (24) tuodaan esille ympäristövastuuta.

- (24) ”Kestävään kehitykseen ja toiminnan kehittämiseen liittyvän yhteistyön lähtökohdan muodostaa kuukausittainen suorituskykyraportti. Sitä edellytetään kaikilta KONEen tärkeimmiltä logistiikkapalvelujen toimittajilta, se kattaa kaikki kuljetusmuodot ja siihen sisältyy myös jokaisen toimituksen hiilijalanjälki” – Timo Skötsch, globaali asiakaspäällikkö (KONE)
- (25) ”*On erittäin tärkeää, että jatkamme kauppakeskustemme muuttamista urbaaneiksi kohtaamispaikoiksi, joissa kaupalliset toiminnot ja yhteisöllisyys yhdistyvät. Meidän tulisi toimia kaupunkiympäristön kehittäjänä ja suhtautua ennakkoluulottomasti myös muihin kuin vähittäiskaupan alan palveluihin ja erilaisiin asiointiin helppoutta sekä yhteisöllisyyttä lisääviin kokeiluihin.*” – Marcel Kokkeel, toimitusjohtaja (Citycon)

Jonkin asian yhdistämistä toiseen esiintyi aineistossa 24 kertaa, ja se oli selvästi tulkinnanvaraisin strategia, sillä aina ei ollut mahdollista selvästi päätellä, milloin jokin asia yhdistettiin toiseen abstraktilla tai konkreettisella tasolla. Esimerkissä (25) yhdistyvät sekä asioiden yhdistämisen että yhden näkökulman esittämisen strategiat. Esimerkki (25) osoittaa yhden näkökulman esittämisen strategian käytön sanavalinnoilla ”On erittäin tärkeää” ja ”Meidän tulisi toimia”, sillä ne viestivät yrityksen näkökulmasta ja mielipiteestä sen suhteen, että Cityconin tulisi jatkaa kauppakeskustensa muuttamista ”urbaaneiksi kohtaamispaikoiksi”.

Esimerkistä (25) käy ilmi myös legitimaatiostrategioista auktorisoinnin käyttäminen, sillä siinä argumentoidaan vetoamalla tapaan toimia. Strategia jonkin asian yhdistämisestä toiseen käy ilmi ”kaupalliset toiminnot ja yhteisöllisyys”, ”kaupunkiympäristön kehittäjänä” sekä ”yhteisöllisyyttä lisääviin kokeiluihin” kohdista, joissa selvästi argumentoidaan Cityconin kauppakeskuksilla olevan paikkansa kaupunkiympäristöjen keskellä luomassa yhteisöllisyyttä asukkaiden välille. Näistä käy ilmi myös rationalisointi, jossa vedotaan toiminnan etuihin tai hyötyihin, kuten tässä esimerkissä vedotaan ”asioinnin helppoutta ja yhteisöllisyyttä lisääviin kokeiluihin”.



Yhteiskuntavastuun osa-alueista esimerkillä tuodaan esille sosiaalista vastuuta korostamalla kauppakeskusten roolia yhteisöllisyyden luojana.

#### 4.5.2 Legitimaatiostrategiat

Legitimaatiostrategioista erityisesti narratisointi eli tarinoilla ja tunteilla argumentointi kuuluu selvästi kaikkiin johdon katsauksiin, koska niiden tarkoituksena on kertoa raportointivuoden tapahtumista, ks. esimerkki (27). Eniten aineistossa legitimoidaan rationalisoinnin eli hyötyihin tai etuihin vetoamisen argumentoinnilla, ks. esimerkki (26), sekä moralisoinnin eli arvoihin vetoamisen argumentoinnilla, ks. esimerkki (30). Auktorisointia, eli auktoriteettiin vetoamista esiintyy etenkin ulkoisten äänien kohdalla siteerattaessa asiantuntijoita. Kaikista vähiten käytetty legitimaatiostrategia aineistossa on normalisointi, jossa argumentoidaan vedoten toiminnan luonnollisuuden puolesta, kuten esimerkissä (28) todetaan henkilöstön irtisanomisen olevan välttämätön ja siten luonnollinen toiminto.

Yrityksen statuksen ja tekojen esille tuomisen strategia esiintyi lainatussa puheessa 69 kertaa. Suhtautuminen asiaan muuttumattomana totuutena esiintyi 64 kertaa. Molemmat strategiat esiintyvät esimerkissä (26), jossa tuodaan esille Metsä Groupin uuden tehtaan myönteinen vaikutus niin markkinoilla kuin kansantaloudessa, ja tieto esitetään varmana tosiasiana. Tällä tavoin diskursiivisesti ja retorisesti legitimoimalla myös perustellaan uuden tehtaan olemassaoloa ja hyödyllisyyttä, eli selvästi rationalisoidaan vetoamalla toiminnasta saataviin etuihin. Tehdas tuottaa puhujan mukaan hyvinvointia kansantaloudelle ja viennille, mutta ympäristöllistä näkökulmaa ei huomioida. Tämä voidaan näin ollen tulkita niin, että ympäristöllinen näkökulma pyritään piilottamaan taloudellisen näkökulman taakse rationalisoinnin keinoin. Sitaatilla korostetaan siten pelkästään taloudellista vastuuta.

- (26) ”The new mill *strengthens our position in the global softwood pulp market and also has a significant effect on the Finnish national economy by providing economic growth and new jobs. Additionally it is boosting the value of exports by approximately EUR 0.5 billion.*” – Ismo Nousiainen, CEO (Metsä Fibre / Metsä Group)

Jonkin asian korostamista esiintyy aineistossa 47 kertaa, ja yhden totuuden julistamista ylitse muiden 36 kertaa. Jonkin asian korostaminen on pääosin juuri vastuullisuuden eri osa-alueiden korostamista joko yhdessä tai erikseen. Yhden totuuden julistaminen on Cheney'n ym. (2004: 97) määritelmän mukaan nimenomaan määrätietoisesti jonkin asian tärkeyden julistamista, joka ilmenee esimerkissä (27) heti ensimmäisissä virkkeissä, joissa ilmoitetaan Nesteen kanta ympäristö- ja ilmastohaasteisiin. Esimerkistä ilmenee myös moralisoinnin käyttö, sillä yhden totuuden julistamisella vedotaan selkeästi lukijoiden arvoihin ja asenteisiin ilmastonmuutosta kohtaan.

- (27) ”Olemme vahvasti sitä mieltä, että meidän on kaikkien tehtävä parhaamme jättääksemme maapallon paremmassa kunnossa tuleville sukupolville. Nykyiset ympäristö- ja ilmastohaasteet ovat niin suuria – ja voivat ajan myötä pahentua – ettei niitä voida ylenkatsoa. On toimittava heti. -- Uusiutuvien ratkaisujemme positiivinen maailmanlaajuinen ilmastovaikutus on sama kuin jos tieliikenteestä poistettaisiin kolme miljoonaa ajoneuvoa kokonaiseksi vuodeksi. -- Vastuullisuus on juurtunut syvään Nesteen jokapäiväiseen liiketoimintaan. --” – Simo Honkanen, vastuullisuus- ja yhteiskuntasuhdejohtaja (Neste)

Esimerkissä (27) on myös nähtävissä vastuullisuuden, erityisesti sosiaalisen ja ympäristövastuun korostamista, ja korostamisessa on käytetty korostavia ilmaisuja, kuten ”vahvasti”, ”positiivinen maailmanlaajuinen ilmastovaikutus”, ”juurtunut syvään”. Sitaatissa käytetään lisäksi rationalisointia vetoamalla Nesteen uusiutuvien ratkaisujen positiivisiin ilmastovaikutuksiin, sekä myös normalisointia argumentoimalla maapallon suojelun eli toiminnan luonnollisuuden puolesta. Viimeinen ja kaikista vähiten esiintynyt strategia, epäonnistumisen myöntäminen tai anteeksipyyntö, toistuu yhteensä kolme kertaa aineistossa. Anteeksipyyntöä ei lainatussa puheessa esitetty ollenkaan, mutta epäonnistumisen myöntäminen ilmenee selvästi esimerkeistä (28), (29) ja (30).

- (28) ”Prosessin aikana jouduimme valitettavasti tekemään myös vaikeita päätöksiä. Pällekkäiset toiminnot johtivat noin 730 työntekijän henkilöstövähennyksiin. Tämä oli erittäin ikävää, mutta välttämätöntä tulevaisuuden kilpailukykyämme varmistamiseksi. Nyt meillä on hyvät valmiudet ja keinot aloittaa kasvu.” – Panu Routila, toimitusjohtaja (Konecranes)

- (29) ”Tulostavoitteissa *jäämme tavoitteista* järjestelmäuudistuksen *haasteiden vuoksi*, mutta uskon, että perusta hyvälle kannattavuudelle on nyt luotu. -- Haasteet järjestelmäuudistuksessa *näkyivät myös omassa työhyvinvoinnissamme*, sillä henkilöstömme joutui venymään välillä poikkeuksellisen paljon ongelmien ratkaisuisa. *Onneksi tilanne on nyt tasaantunut.*” – Matti Rantaniemi, toimitusjohtaja ja Maija Kaski, vastuullisuusohjausryhmän puheenjohtaja (Martela)
- (30) ”On the other hand, *we have not yet reached our diversity goals*. Those goals include, for example, increasing the share of women in management positions.” – Markku Teräsvasara, President and CEO (Outotec)

Esimerkeistä on havaittavissa, että epäonnistumisen myöntäminen on tuotu esille ainoastaan johdon äänellä, ja epäonnistumisia pehmitetään positiivisella lisäyksellä, kuten esimerkissä (28) ”nyt meillä on hyvät valmiudet ja keinot”, tai esimerkissä (29) ”Onneksi tilanne on nyt tasaantunut”. Esimerkissä (28) työntekijöiden irtisanomisista käytetään sanaa *henkilöstövähennykset*, joka saattaa välittää myönteisemmän mielikuvan kuin irtisanominen tai potkut. Esimerkissä todetaan myös heti kyseisen tiedon jälkeen, että asia on ollut erittäin ikävä, mutta sitä kuitenkin perustellaan välttämättömänä tekona kilpailukyvyn kannalta, eli rationalisoidaan vetoamalla toiminnasta aiheutuviin hyötyihin. Toimintaa myös normalisoidaan kertomalla siitä ikään kuin se olisi tavanomainen käytäntö kilpailukyvyn kasvattamiseksi, vaikka lukijan silmään irtisanottujen työntekijöiden suuri lukumäärä saattaisi siitakin huolimatta korostua. Esimerkeissä (28) ja (29) tuodaan esille taloudellista vastuuta, kun taas esimerkissä (30) sosiaalista vastuuta.

Esimerkissä (29) kerrotaan tulostavoitteista jäämisen johtuvan järjestelmäuudistuksen haasteista, jotka ovat näkyneet myös henkilöstön työhyvinvoinnissa, mutta lopuksi kuitenkin todetaan, että tilanne on jo tasaantunut. Epäonnistumisia siis perustellaan näillä haasteilla, mutta haasteita ei kuvailla tarkemmin. Esimerkissä legitimoidaan ns. tarinalla henkilöstön hyvinvoinnista eli narratisoidaan. Narratisointia käytetään kerrottaessa haasteiden näkyneen työhyvinvoinnissa ja myöhemmin tasaantuneen normaaliksi.

Esimerkissä (30) ei kyseessä ole niinkään yrityksen toiminnasta johtuvasta varsinaisesta epäonnistumisesta, vaan toivottu, mutta täyttymätön tavoite johtoasemassa olevien naisten määrän kasvusta. Esimerkissä auktorisoidaan monimuotoisuustavoitteeseen vetoamalla. Muita mainittuja monimuotoisuustavoitteita ei kerrota, eikä kerrota myöskään mikä on johdon tämänhetkinen sukupuolijakauma. Tästä voi päätellä, että kertomalla kyseisen tiedon Outotec on halunnut tuoda esille sen, että yrityksessä tiedostetaan kyseinen epäkohta.

#### 4.6 Yhteenveto

Tässä luvussa kerron analyysiluvun havainnoista. Kokoan yhteen yleiset havainnot aineistosta, diskursiiviset ja retoriset strategiat legitimaatiostrategioiden yhteydessä, sekä toimijoiden representaatiotyypit. Lainattua puhetta esiintyy aineistossa yhteensä 114 kertaa. Erillisten ja vuosikertomukseen integroitujen vastuullisuusraporttien lainatun puheen muoto on vaihtelevaa. Raportointimuotoja verrattaessa havaittavissa ei ole selkeää kaavaa, kuinka paljon äänien esiintyvyys vaihtelee vuosikertomukseen integroitujen ja erillisten raporttien välillä.

Vuosikertomukseen integroiduissa raporteissa esiintyy enemmän johdon kommentteja katsausten sijaan, ja kahdessa raportissa ei johtoa siteerata lainkaan, ainoastaan muita sisäisiä ja ulkoisia sidosryhmiä. Vastaavasti erillisissä vastuullisuusraporteissa esiintyy aina johdon katsaus tai kommentit sidosryhmien kommenttien lisäksi. Sidosryhmien kommentteja esiintyy yhtäläillä molemmissa raportointimuodoissa.

Pörssiyhtiöiden vastuullisuusraporteissa äänessä ovat johdon ja henkilöstön sisäisten äänien ohella myös järjestöt, yhteistyökumppanit ja yksittäiset henkilöt, asiakkaista pelkästään yritysasiakkaat ja muutama valtion laitos. Sisäisiä ja ulkoisia ääniä on käytetty vastuullisuusraporteissa korostamaan ja arvioimaan yrityksen sitoutumista ja suoriutumista yhteiskuntavastuun periaatteisiin ja käytäntöihin. Ulkoiset äänet ovat kuitenkin huomattavasti sinfonisempia eli itsenäisempiä kuin henkilöstön ja johdon yrityksen ääneen integroidut huomattavasti monofonisemmat äänet.

Sisäisiä ääniä siteerataan enemmän kuin ulkoisia, yhteensä 62% kaikista äänistä. Ulkoisista sidosryhmistä vastuullisuusraporteissa siteerataan eniten järjestöjä ja yhteistyökumppaneita, sekä yksittäisiä, pääasiassa sidosryhmätapahtumiin osallistuvia henkilöitä. Vähiten aineistossa siteerataan asiakkaita ja valtion laitosten asiantuntijoita. Asiantuntijoiden ääniä käytetään tuomaan vastuullisuusraportissa oleville argumenteille siteerattujen tutkijoiden tietämykseen ja asiantuntijuuteen perustuvaa luotettavuutta ja uskottavuutta. Ulkoisia ääniä siteerataan yhteensä 38% kaikista äänistä.

Vastuullisuusraporttien toimijoista 24% on naisia ja 76% miehiä. Toimijat representoidaan vastuullisuusraporteissa spesifioituina ja määriteltyinä, nimettyinä yksilöinä. Poikkeuksena kuusi anonyymiä toimijaa, jotka on representoitu yleistettyinä ja määrittelemättöminä. Anonyymeistä kaksi toimijaa representoidaan myös kategorisoituina ryhminä. Representaatiotyypeistä spesifioiminen ja määritteleminen sekä yksilöllistäminen ja nimeäminen esiintyvät kaikissa tapauksissa yhdessä, yhteensä 100 toimijan representaatioissa. Kollektivoimista tai tilastoimista ei esiinny toimijoiden representaatioissa ollenkaan.

Yhteiskuntavastuun osa-alueista aineiston sitaateissa tuodaan eniten esille ympäristövastuuta, sekä sosiaalista vastuuta. Taloudellista vastuuta esiintyy myös, mutta vähemmän kuin ympäristö- ja sosiaalista vastuuta. Eniten lainattua puhetta, 16 ja 35 puhekokonaisuutta, esiintyy Stora Enson vuosikertomukseen integroidussa vastuullisuusraportissa ja Metsä Groupin erillisessä vastuullisuusraportissa. Molempia yhdistää metsäteollisuuden ala ja ympäristövastuun korostuminen lainatussa puheessa. Metsäteollisuuden alalla toimivilla pörssi-yhtiöillä on lainatun puheen esiintyvyyden osalta aineistossa selvä ylliedustus, ja siten erityisesti ympäristövastuu korostuu metsäteollisuuden olennaisesti kytköksissä olevana yhteiskuntavastuun osa-alueena.

Diskursiivisista ja retorisisista strategioista aineistossa esiintyy eniten, yhteensä 90 kertaa, vain yhden näkökulman esittämistä, toiseksi eniten eli 69 kertaa yrityksen statuksen ja tekojen esille tuomista, kolmantena suhtautuminen johonkin asiaan muuttumattomana

totuutena 64 kertaa, jonkin asian korostaminen 47 kertaa, yhden totuuden julistaminen ylitse muiden 36 kertaa ja jonkin asian yhdistäminen toiseen 24 kertaa. Vain kolmessa kohtaa esiintyy epäonnistumisen myöntäminen, mutta ei anteeksipyyntöä, ja loppuja strategioita (ks. Taulukko 2) ei esiinny aineistossa ollenkaan. Käytetyt strategiat ilmennevät aineistossa erilaisina strategioiden yhdistelminä. Aineistosta nousee esille Cheney'n ym. (2004) strategioiden lisäksi myös kaksi uutta strategiaa, myönteinen ja vakuuttava argumentointi sekä yhteisöllisyyden korostaminen. Kyseiset strategiat esiintyvät aineistossa 96 ja 58 kertaa.

Vastaavasti kaikkia viittä legitimaatiostrategiaa käytetään diskursiivisten ja retoristen strategioiden yhteydessä esitettyjen argumenttien legitimoinnissa. Legitimaatiostrategioista erityisesti narratisointia eli tarinoilla ja tunteilla argumentointia sekä moralisointia eli arvoihin vetoamista käytetään johdon katsauksissa. Eniten aineistossa legitimoidaan rationalisoinnin eli hyötyihin tai etuihin vetoamisen argumentoinnilla, sekä moralisoinnin eli arvoihin vetoamisen argumentoinnilla. Auktorisointia, eli auktoriteettiin vetoamista esiintyy etenkin ulkoisten äänien kohdalla siteerattaessa asiantuntijoita. Normalisointia eli toiminnan luonnollisuuden vetoamista käytetään kaikista vähiten.

## 5 PÄÄTÄNTÖ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälaista lainattua puhetta esiintyy ja miten sitä käytetään suomalaisten pörssiyhtiöiden vastuullisuusraportoinnissa. Tarkastelussa oli 18 vastuullisuusraporttia eri toimialoilla toimivilta suomalaisilta pörssiyhtiöiltä raportointivuodelta 2017. Vastuullisuusraporteista yhdeksän oli vuosikertomukseen integroituja raportteja ja yhdeksän erillisiä vastuullisuusraportteja. Vastuullisuusraportteja tarkasteltiin diskurssianalyysin kautta soveltaen Cheney'n ym. (2004) diskursiivisia ja retorisia strategioita yhdessä Vaaran ym. (2006) legitimaatiostrategioiden sekä Van Leeuwenin (2008) sosiaalisten toimijoiden representaation mallin kanssa.

Seuraavilla tutkimuskysymyksillä selvitettiin, minkälaista lainattua puhetta esiintyi ja miten sitä käytettiin suomalaisten pörssiyhtiöiden vastuullisuusraportoinnissa: mitä tahoja vastuullisuusraporteissa referoitiin, miten referoituja tahoja representoitiin vastuullisuusraporteissa, millaisia eroavaisuuksia raportointimuodoissa esiintyi sekä millaisia strategioita lainatussa puheessa esiintyi.

Tutkimus toteutettiin käytännössä aineiston systemaattisella läpiluvulla. Aluksi määriteltiin, mistä lainatun puheen tunnistaa, jonka jälkeen vastuullisuusraporteista eroteltiin lainattu puhe. Lainattu puhe kerättiin suoraan tekstiaineistoksi erilliseen asiakirjaan, josta määriteltiin, mitä tahoja vastuullisuusraporteissa referoitiin. Lainattu puhe eroteltiin referoitujen tahojen perusteella joko johtoon tai muihin sidosryhmiin kuuluvaksi ja määriteltiin, mistä tunnistaa, onko kyseessä johdon vai sidosryhmien puhe ja millaisia eroavaisuuksia siinä esiintyi. Sen jälkeen lainatusta puheesta tehtiin havaintoja ja määriteltiin, mistä aiheista raporteissa puhutaan ja argumentoidaan, millaisia teemoja tai sisältöjä puheessa on ja kuinka usein ne esiintyivät tekstissä. Yleisen sisällön määrittämisen jälkeen tarkasteltiin sosiaalisen toimijan representaation mallin avulla, miten eri tahoja representoidaan tekstissä.

Tahojen representoimisen lisäksi tarkasteltiin, miten erilliset vastuullisuusraportit ja vuosikertomukseen integroidut vastuullisuusraportit erosivat toisistaan lainatun puheen osalta. Menetelmän ensimmäisten vaiheiden jälkeen lainatusta puheesta etsittiin diskursiiviset ja retoriset strategiat, joita tarkasteltiin yhdessä legitimaatiostrategioiden kanssa. Näiden vaiheiden (ks. Kuvio 1) perusteella saaduista havainnoista ja tuloksista voitiin määritellä, mitä tahoja vastuullisuusraporteissa referoidaan, miten niitä representoidaan, mitä eroavaisuuksia raportointimuodoissa ilmenee sekä millaisia strategioita lainatussa puheessa esiintyy.

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen avulla selvitettiin, mitä tahoja vastuullisuusraporteissa referoitiin, ja tulokset osoittavat, että pörssiyritysten johtoa ja henkilöstöä eli sisäisiä ääniä referoitiin kaikista eniten, yhteensä 62%, ja ulkoisia ääniä yhteensä 38% (ks. Kuvio 9). Lainattua puhetta esiintyi aineistossa yhteensä 114 kertaa. Tutkimuksen alkuolettamuksena oli, että yritysten sidosryhmistä erityisesti asiakkaita siteerattaisiin. Vastoin tutkimuksen alkuolettamusta vastuullisuusraporteissa päästettiin ääneen useampi järjestö, ja kaikista vähiten aineistossa esiintyi asiakkaiden ja valtion toimijoiden ääniä. Yllättävänä yksityiskohtana havaittiin, että siteeratut asiakkaat olivat pelkästään yritysasiakkaita. Vastuullisuusraporttien toimijoista 24% oli naisia ja 76% miehiä (ks. Kuvio 10). Sukupuolijakauman suuri ero oli myös toinen yllättävä yksityiskohta tutkimustuloksissa, vaikka ei alussa oletettukaan mitään tietynlaista jakaumaa.

Sisäisten ja ulkoisten tahojen ääniä käytettiin vastuullisuusraporteissa korostamaan ja arvioimaan pörssiyritysten sitoutumista ja suoriutumista yhteiskuntavastuun periaatteisiin ja käytäntöihin. Ulkoisten tahojen äänet olivat aineistossa huomattavasti sinfonisempia eli itsenäisempiä kuin henkilöstön ja johdon yrityksen ääneen integroidut monofoniset äänet. Ulkoisten sidosryhmien äänillä korostettiin ensisijaisesti myönteisiä yhteistyökokemuksia ja tyytyväisyyttä pörssiyritysten toimintatapoihin, ja pyrittiin selvästi vakuuttamaan pörssiyritysten toimivan juuri siten, kuten vastuullisuusraporteissa on kirjoitettu.



Toisen tutkimuskysymyksen avulla selvitettiin, miten referoituja tahoja representoitiin vastuullisuusraporteissa. Van Leeuwenin (2008) sosiaalisen toimijan representaation mallin avulla saatiin selville, että toimijat representoitiin spesifioituina ja määriteltyinä, nimettyinä yksilöinä. Poikkeuksena vastuullisuusraporteissa kuusi anonyymiä toimijaa representoitiin yleistettyinä ja määrittelemättöminä, sekä kaksi toimijoista representoitiin lisäksi kategorisoituina ryhminä. Representaatiotyypeistä spesifioiminen ja määritteleminen sekä yksilöllistäminen ja nimeäminen esiintyvät kaikissa tapauksissa yhdessä, yhteensä 100 toimijan representaatioissa. Kollektivoimista eikä tilastoimista esiintynyt toimijoiden representaatioissa ollenkaan.

Kolmannen tutkimuskysymyksen avulla selvitettiin, millaisia eroavaisuuksia vuosikertomukseen integroitujen vastuullisuusraporttien ja erillisten vastuullisuusraporttien välillä ilmeni lainatun puheen osalta. Raportointimuotoja vertailtaessa kävi ilmi, että vuosikertomukseen integroiduissa raporteissa esiintyi enemmän johdon kommentteja katsausten sijaan, ja kahdessa raportissa ei siteerattu lainkaan, ainoastaan sidosryhmiä. Vastaavasti erillisissä vastuullisuusraporteissa esiintyy aina johdon katsaus tai kommentit sidosryhmien kommenttien lisäksi. Sidoryhmien kommentteja esiintyi yhtäläillä molemmissa raportointimuodoissa.

Neljännän tutkimuskysymyksen avulla selvitettiin, millaisia strategioita lainatussa puheessa esiintyi. Diskursiivisista ja retorisisista strategioista esiintyi eniten, yhteensä 90 kertaa, vain yhden näkökulman esittämistä, toiseksi eniten eli 69 kertaa yrityksen statuksen ja tekojen esille tuomista, kolmantena suhtautuminen johonkin asiaan muuttumattomana totuutena 64 kertaa, jonkin asian korostaminen 47 kertaa, yhden totuuden julistaminen ylitse muiden 36 kertaa ja jonkin asian yhdistäminen toiseen 24 kertaa. Vain kolmessa kohtaa esiintyy epäonnistumisen myöntäminen, mutta ei anteeksipyyntöä, ja loppuja strategioita (ks. Taulukko 2) ei esiinny aineistossa ollenkaan. Käytetyt strategiat ilmenivät aineistossa erilaisina strategioiden yhdistelminä. Cheney ym. (2004) strategioiden lisäksi löytyi myös kaksi uutta strategiaa, yhteisöllisyyden korostaminen sekä myönteinen ja vakuuttava argumentointi. Kyseiset strategiat esiintyivät aineistossa 96 ja 58 kertaa.

Lainatun puheen diskursiivisten ja retoristen strategioiden yhteydessä käytettiin kaikkia Vaaran ym. (2006) legitimaatiostrategioita. Eniten aineistossa legitimoitiin rationalisoinnin eli hyötyihin tai etuihin vetoamisen argumentoinnilla, sekä moralisoinnin eli arvoihin vetoamisen argumentoinnilla. Narratisointia eli tarinoilla ja tunteilla argumentointia sekä moralisointia eli arvoihin vetoamista käytettiin erityisesti johdon katsauksissa, ja auktorisointia, eli auktoriteettiin vetoamista esiintyi etenkin ulkoisten äänien kohdalla siteerattaessa asiantuntijoita. Normalisointia eli toiminnan luonnollisuuteen vetoamista käytettiin kaikista vähiten.

Lainatulla puheella korostettiin yhteiskuntavastuun osa-alueita joko yhdessä tai erikseen. Yhteiskuntavastuun osa-alueista sitaateissa korostettiin eniten ympäristövastuuta, sekä sosiaalista vastuuta. Taloudellista vastuuta esiintyi vähemmän kuin ympäristö- ja sosiaalista vastuuta. Eniten lainattua puhetta, 16 ja 35 puhekokonaisuutta, esiintyi Stora Enson vuosikertomukseen integroidussa vastuullisuusraportissa ja Metsä Groupin erillisessä vastuullisuusraportissa. Metsäteollisuuden alalla toimivilla pörssiyrityksillä oli lainatun puheen esiintyvyyden osalta aineistossa selvä yllätyksellinen, ja siten erityisesti ympäristövastuu korostui metsäteollisuuteen olennaisesti kytköksissä olevana yhteiskuntavastuun osa-alueena.

Kansainvälisestä näkökulmasta suomalaiset pörssiyritykset siteerasivat vastuullisuusraporteissaan eniten sisäisiä ääniä verrattuna Bondin ja Yun (2018) tutkimuksen italialaisiin, yhdysvaltalaisiin ja kiinalaisiin yrityksiin. Italialaisten ja yhdysvaltalaisien vastuullisuusraporttien tavoin sisäisiä ääniä siteerattiin suomalaisissa vastuullisuusraporteissa ulkoisia ääniä enemmän, ja sisäisistä äänistä on siteerattu eniten johdon ääntä, mistä voidaan päätellä kyseisen trendin olemassaolon länsimaisessa raportoinnissa. Ulkoisia ääniä suomalaisissa vastuullisuusraporteissa sen sijaan siteerattiin kaikista vähiten kiinalaisiin, yhdysvaltalaisiin ja italialaisiin raporteihin verrattuna. Johtopäätöksenä voidaan todeta suomalaisten pörssiyrityksien vastuullisuusraportoinnin nojaavan länsimaalaiseen raportointitrendiin, jossa siteerataan enemmän sisäisiä ääniä ja etenkin johdon ääntä. Tutkimuksen alkuolettamuksena oli, että

suomalaiset vastuullisuusraportit muistuttaisivat länsimaalaisten yritysten raportointia, mikä osoittautui oikeaksi.

Tutkimuksen tuloksena voidaan todeta, että suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusraporttien lainattu puhe on sävyltään myönteistä ja vakuuttavaa, sekä ympäristövastuuta ja yhteisöllisyyttä korostavaa. Vastuullisuusraporteissa referoitujen enemmistö on johtoon kuuluvia, nimettyjä miespuolisia puhujia. Lainattua puhetta käytetään vastuullisuusraporteissa pörssiyritysten toimialoista ja raportointimuodoista riippumatta sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien moniäänisyyttä korostavana retorisenä tehokeinona yhteiskuntavastuun legitimoinnissa. Lainattua puhetta käytetään myös keinona osallistaa sidosryhmiä pörssiyritysten vastuullisuusraportointiin.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että tämän tutkimuksen perusteella suomalaisten pörssiyritysten vastuullisuusviestinnässä käytetyssä lainatussa puheessa kuuluu liian yksipuolinen ääni. Yksipuolisuus ilmenee siinä, että vastuullisuusraporteissa siteerataan enemmän sisäisiä, yrityksen ääneen integroituja monofonisia ääniä, sekä ulkoisista äänistä siteeratuista asiakkaista pelkästään yritysasiakkaita, vaikka tosin erilaisten järjestöjen äänille on annettu tilaa raporteissa. Yksipuolisuus tulee esille myös siinä, ettei tavallisten kansalaisten ääniä siteerata tarpeeksi, eikä myöskään naispuolisten henkilöiden ääniä.

Yritysten kannalta on merkittävää, miten sidosryhmät suhtautuvat niiden toimintaan, kuten esimerkiksi vastuullisuusraportin sisältöön. Muuttuvassa maailmassa piittaamattomuus yhteiskuntavastuusta ja siitä miten sidosryhmät representoidaan, voi vaikuttaa yritysten maineeseen kielteisesti, ja sitä myötä niiden talouden heikentymiseen. Sidosryhmien silmissä vahvan maineen saavuttamiseksi monipuolisempi ja dialogisempi vuorovaikutus yritysten vastuullisuusviestinnässä on nykypäivää. Vastuullisuusviestintä tulisi ennen kaikkea tuoda lähelle ihmistä, oli se sitten työntekijä, asiakas, kuluttaja tai kansalainen, sillä yhteiskuntavastuu ja yritysten toiminta koskettaa meitä kaikkia joko suorasti tai epäsuorasti.

Tutkimuksen pörssiyrityksillä on vielä kehitettävää vastuullisuusraportoinnissaan, jos sidosryhmiä halutaan jatkossa osallistaa vielä enemmän mukaan, sekä tasapuolisemmin niitä ryhmiä, jotka ovat tällä hetkellä aliedustettuina. Kaikkien, myös aliedustettujen sidosryhmien entistä perusteellisempi osallistaminen vastuullisuusviestintään olisi enemmän nykypäivää, kuin tämänhetkinen näennäinen, yrityksen ääneen monofonisesti integroitu miespainotteinen johdon ääni. Tutkimuksen tulos suhteessa sidosryhmäajatteluun osoittaa, ettei todellisuudessa sidosryhmiä osallisteta aidosti vaan lähinnä teennäisesti ja monofonisesti. Helpon, matalan kynnyksen omaavan ja monikanavaistuneen sidosryhmädialogin mahdollistamiseksi olisi tärkeää huomioida kaikki sidosryhmät. Nykypäivää ovat läpinäkyvyys, monipuoliset sidosryhmät, avoimuus, kaksisuuntainen vuorovaikutus, virheiden myöntäminen ja anteeksipyyttäminen, mikä ei toteutunut kaikkien 18 pörssiyrityksien vastuullisuusraporttien osalta.

Tutkimustulos kertoo raportointia ohjaavien sääntöjen toteutumisesta vastuullisuusraporteissa, mutta myös siitä, että säännöt eivät aina päde lainattuun puheeseen, koska sen määrä ja sisältö vaihtelee huomattavasti kummassakin raportointimuodossa. Raportointiohjeistoilla ei siis tässä tapauksessa ole suurta merkitystä siihen, minkälaista lainattua puhetta raporteissa esiintyy. Ohjeiden vaikutus raporttien samankaltaisuuteen tulee kuitenkin selvästi esiin, esimerkiksi johdon katsauksen osalta. Vuosikertomukseen integroidut ja erilliset vastuullisuusraportit eivät lopulta eronneet toisistaan merkittävästi, kuin vain johdon katsauksen osalta siten, että integroiduissa esiintyi katsausten sijaan enemmän johdon kommentteja.

Moniäänisyyden näkökulmasta sinfonia jää vastuullisuusraporteissa vähemmälle, ja yrityksen johtavan ääneen integroitu monofonisuus korostuu. Moniäänisyys jää siten lähinnä pintapuoliseksi retoriseksi tehokeinoksi. Moniäänisyydellä voisi aidosti osallistaa sidosryhmiä vuorovaikutukseen lainatun puheen kautta ottamalla aliedustettuja ja sinfonisia ryhmiä mukaan. Aito moniäänisyys voisi tarjota myös konkreettisuutta ja erilaisia näkökulmia pörssiyrityksien yhteiskuntavastuusta. Sidosryhmien osallistamisessa ja moniäänisyyden lisäämisessä olisi siis selkeästi parantamisen varaa.

Yhteiskuntavastuu, siitä viestiminen ja sidosryhmien osallistaminen voisi olla muutakin kuin retoriikkaa, tehokeinoja ja pelkkiä sanoja.

Cheneyn ym. (2004) diskursiivisten ja retoristen strategioiden luokittelun erilainen jäsentäminen voisi toimia jatkossa, jos esimerkiksi tiettyjä luokkia jätettäisiin pois tai niitä yhdisteltäisiin erilaisin perustein kuin tässä tutkimuksessa. Tämän tutkimuksen kannalta olisi voinut riittää vähemmänkin valmiiksi määriteltyjä strategioita, jolloin useammille aineistolähtöisten strategioiden etsinnälle olisi avautunut enemmän tilaa. Jatkossa olisi mielenkiintoista tutkia, miksi lainattua puhetta ei käytetä kaikissa vastuullisuusraporteissa ja esimerkiksi vertailla laajemmalla skaalalla kansainvälisiä vastuullisuusraportteja. Kiinnostavaa olisi myös tutkia, kuinka sanatarkasti puhujia vastuullisuusraporteissa siteerataan ja millä tavoin sitä olisi mahdollista selvittää. Lisäksi kiinnostavaa voisi olla selvittää sidosryhmien näkökulmaa siitä, vetoavatko nimettyjen yksilöiden sitaatit vastuullisuusraporttien lukijoihin tehokkaammin kuin anonyymit sitaatit, joiden aitoudesta ei ole varmuutta.

## LÄHTEET

- Bahtin, Mihail (1991). *Dostojevskin poetiikan ongelmia*. (suom.). Paula Nieminen ja Tapani Laine. Helsinki: Orient Express.
- Bahtin, Mihail (1986). The problem of speech genres. Teoksessa: Caryl Emerson & Michael Holquist (toim.). *Speech genres and other late essays*. Austin: University of Texas Press, 60–102.
- Bansal, Pratima & Kendall Roth (2000). Why companies go green: a model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal* 43: 4, 717–736. [Lainattu 10.4.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.2307/1556363
- Bondi, Marina & Danni Yu (2018). Textual voices in corporate reporting: a cross-cultural analysis of Chinese, Italian, and American CSR reports. *Internal Journal of Business Communication* 56: 2, 1–25. [Lainattu 10.11.2018]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.1177/2329488418784690
- Carrington, Michal & Benjamin Neville (2015). CSR and the Consumer. Teoksessa: Esben Rahbek & Gjerdrum Pedersen (toim.). *Corporate Social Responsibility*. London: SAGE Publications Ltd, 166–204.
- Castelló, Itziar, Mette Morsing & Friederike Schultz (2013). Communicative dynamics and the polyphony of corporate social responsibility in the network society. *Journal of Business Ethics* 118: 4, 683–694. [Lainattu 10.4.2019]. DOI: 10.1007/s10551-013-1954-1
- Castelló, Itziar & Josep M. Lozano (2011). Searching for New Forms of Legitimacy Through Corporate Responsibility Rhetoric. *Journal of Business Ethics* 100: 11–29. [Lainattu 12.7.2019]. DOI: 10.1007/s10551-011-0770-8
- Cheney, George, Lars Thøger Christensen, Charles Conrad & Daniel J. Lair (2004). Corporate rhetoric as organizational discourse. Teoksessa: David Grant, Cynthia Hardy, Cliff Oswick & Linda Putnam (toim.). *The SAGE handbook of organizational discourse*. London: SAGE Publications Ltd, 79–103.
- Christensen, Lars Thøger, Mette Morsing & Ole Thyssen (2011). The polyphony of corporate social responsibility: Deconstructing accountability and transparency in the context of identity and hypocrisy. Teoksessa: George Cheney, Steve May & Debashish Munshi (toim.). *The Handbook of Communication Ethics*. New York: Routledge, 457–474.
- Christensen, Lars Thøger, Mette Morsing & Ole Thyssen (2013). CSR as aspirational talk. *Organization* 20: 3, 372–393. [Lainattu 20.5.2019]. DOI: 10.1177/1350508413478310

- Clift, Rebecca (2007). Getting there first: non-narrative reported speech in interaction. Teoksessa: Elizabeth Holt & Rebecca Clift (toim.). *Reporting talk. Reported speech in interaction*. Cambridge: Cambridge University Press. 120–149.
- Couper-Kuhlen, Elizabeth (2007). Assessing and accounting. Teoksessa: Elizabeth Holt & Rebecca Clift (toim.). *Reporting talk. Reported speech in interaction*. Cambridge: Cambridge University Press. 81–119.
- Crawford, Elise Perrault & Cynthia Clark Williams (2014). Communicating corporate social responsibility through nonfinancial reports. Teoksessa: Ihlen, Øyvind, Jennifer L. Bartlett & Steve May (toim.). *The handbook of communication and corporate social responsibility*. Chichester: John Wiley & Sons cop, 338–357.
- Erkama, Niina & Eero Vaara (2010). Struggles over legitimacy in global organizational restructuring: a rhetorical perspective on legitimation strategies and dynamics in a shutdown case. *Organizational Studies* 31: 7, 813–839. [Lainattu 9.5.2019]. DOI: 10.1177/0170840609346924
- Freeman, Edward (2004). The stakeholder approach revisited. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik* 5: 3, 228–241. [Lainattu 20.4.2019]. DOI: 10.5771/1439-880X-2004-3-228
- Gee, James Paul (2011). *An Introduction to Discourse Analysis. Theory and method*. New York: Routledge.
- Golob, Ursa & Klement Podnar (2014) Corporate social responsibility communication and dialogue. Teoksessa: Ihlen, Øyvind, Jennifer L. Bartlett & Steve May (toim.). *The handbook of communication and corporate social responsibility*. Chichester: John Wiley & Sons cop, 231–251.
- Global Reporting Initiative -verkkosivut (2019). *GSSB work program and standards review*. [Lainattu 20.7.2019]. <https://www.globalreporting.org/standards/work-program-and-standards-review/>
- Gössling, Tobias (2011). *Corporate Social Responsibility and Business Performance. Theories and Evidence about Organizational Responsibility*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- Haakana, Markku & Laura Visapää (2005). Tuttu tv:stä – Fakta homman äänet keskustelun keinona. Teoksessa: Markku Haakana & Jyrki Kalliokoski (toim.). *Referointi ja moniäänisyys*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 429–469.
- Halme, Minna & Maria Joutsenvirta (2011). Yritysten vastuuviestintä. Teoksessa: Maria Joutsenvirta, Minna Halme, Mikko Jalas & Jukka Mäkinen (toim.).

*Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa.* Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 251–266.

- Ihlen, Øyvind, Jennifer L. Bartlett & Steve May (2014). Corporate social responsibility and communication. Teoksessa: Ihlen, Øyvind, Jennifer L. Bartlett & Steve May (toim.). *The handbook of communication and corporate social responsibility.* Chichester: John Wiley & Sons cop, 3–22.
- Ihlen, Øyvind (2014). Rhetoric and corporate social responsibility. Teoksessa: Ihlen, Øyvind, Jennifer L. Bartlett & Steve May (toim.). *The handbook of communication and corporate social responsibility.* Chichester: John Wiley & Sons cop, 147–166.
- Jokinen, Arja, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (2016). *Diskurssianalyysi. Teoria, peruskäsitteet ja käyttö.* Tampere: Vastapaino.
- Joutsenvirta, Maria, Minna Halme, Mikko Jalas & Jukka Mäkinen (2011). *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa.* Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Joutsenvirta, Maria & Eero Vaara (2009). Discursive (de)legitimation of a contested Finnish greenfield investment project in Latin America. *Scandinavian Journal of Management* 25: 85–96. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.1016/j.scaman.2008.11.002
- Juutinen, Sirpa & Maj-Lis Steiner (2010). *Strateginen yritysvastuu.* Helsinki: WSOYpro Oy.
- Kalliokoski, Jyrki (2005). Referointi ja moniäänisyys kielenkäytön ilmiöinä. Teoksessa: Markku Haakana & Jyrki Kalliokoski (toim.). *Referointi ja moniäänisyys.* Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 9–42.
- Koipijärvi, Terhi & Sari Kuvaja (2017). *Yritysvastuu. Johtamisen uusi normaali.* Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Kotimaisten kielten keskus, Kielitoimiston ohjepankki -verkkosivut (2015a). *Lainausmerkit ja suora lainaus.* [Lainattu 13.11.2018]. <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/ohje/58>
- Kotimaisten kielten keskus, Kielitoimiston ohjepankki -verkkosivut (2015b). *Lainausmerkit ja vuorosanaviiva.* [Lainattu 13.11.2018] <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/ohje/138>
- Kotimaisten kielten tutkimuskeskus, Iso suomen kielioppi -verkkosivut VISK (2008). *Mitä on referointi?* [Lainattu 13.11.2018]. <http://scripta.kotus.fi/visk/sisallys.php?p=1457>



- Kotonen, Ulla (2009). Formal corporate social responsibility reporting in Finnish listed companies. *Journal of Applied Accounting Research* 10: 3, 176–207. [Lainattu 20.4.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 09675420911006406
- Kuiri, Kaija (2006). *Referoinnin uusi aika*. Virittäjä 4/2006: 637-645. [Lainattu 22.3.2019]. <https://journal.fi/virittaja/article/view/40537/9963>
- Kuisma, Mika & Armi Temmes (2011). Yritysten vastuuraportointi. Teoksessa: Maria Joutsenvirta, Minna Halme, Mikko Jalas & Jukka Mäkinen (toim.). *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press, 267–282.
- Leppiniemi, Jarmo & Marjatta Virtanen (2003). *Vuosikertomus. Miten tehdään? Miten luetaan?* Helsinki: WSOY.
- Minilex-verkkosivut (2019). *Mikä on pörssiyhtiö?* [Lainattu 12.4.2019]. <https://www.minilex.fi/a/mik%C3%A4-on-p%C3%B6rssiyhti%C3%B6>
- Moilanen, Liisa & Ari Haapanen (2006). *Yhteiskuntavastuun sosiaalinen ulottuvuus. Hyvät käytännöt yrityksen arjessa*. Työministeriö, Helsinki: Hakapaino Oy.
- Myllylä, Susanna (2015). *Terrains of struggle: the Finnish forest industry cluster and corporate community responsibility to Indigenous Peoples in Brazil*. Väitöskirja. Jyväskylä: Jyväskylä studies in business and economics 2015. [Lainattu 20.5.2019]. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/46643>
- Mäntynen, Anne (2005). Referointi tekstilajipiirteenä. Esimerkkinä kielijutut. Teoksessa: Markku Haakana & Jyrki Kalliokoski (toim.). *Referointi ja moniäänisyys*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 258–281.
- Niskala, Mikael, Tomi Pajunen & Kaisa Tarna-Mani (2009). *Yhteiskuntavastuun raportointi. Raportointi ja laskentaperiaatteet*. Helsinki: KHT-Media Oy.
- Panwar, Rajat, Tomi Rinne, Eric Hansen & Heikki Juslin (2006). Corporate responsibility. *Forest Products Journal* 56: 2, 4–12. [Lainattu 18.4.2019].
- Peltonen, Tuomo (2007). *Johtaminen ja organisointi*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Pietikäinen, Sari & Anne Mäntynen (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Porttikivi, Merja (2016). *Organisaatioiden diskursiivinen legitimaatio kiistelevässä verkkojulkisuudessa*. Väitöskirja. Helsinki: Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu 2016. [Lainattu 9.5.2019]. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/20129/isbn9789526066950.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rahtu, Toini (2005). Vilin pilkka. Erään haastattelun ääniä. Teoksessa: Markku Haakana & Jyrki Kalliokoski (toim.). *Referointi ja moniäänisyys*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 282–335.
- Raupp, Juliana (2014). The concept of stakeholders and its relevance for corporate social responsibility communication. Teoksessa: Ihlen, Øyvind, Jennifer L. Bartlett & Steve May (toim.). *The handbook of communication and corporate social responsibility*. Chichester: John Wiley & Sons cop, 276–294.
- Remes, Matti (2017). *Pakollinen vastuullisuusraportointi – pakkopullaa vai apu riskien hallintaan?* Tilisanomat: 4. [Lainattu 14.2.2019] <https://tilisanomat.fi/yritysjuridiikka/pakollinen-vastuullisuusraportointi-pakkopullaa-vai-apu-riskien-hallintaan>
- Reyes, Antonio (2011). Strategies of legitimization in political discourse: From words to actions. *Discourse and Society* 22: 6, 781–807. [Lainattu 10.5.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.1177/0957926511419927
- Savijärvi, Marjo (2010). *Referoitua puhetta vuorovaikutuksessa*. Virittäjä 1/2010: 139–145. [Lainattu 22.3.2019]. <https://journal.fi/virittaja/article/view/4323/4037?acceptCookies=1>
- Siltaoja, Marjo (2009). On the discursive construction of a socially responsible organization. *Scandinavian Journal of Management* 25: 2, 191–202. [Lainattu 9.5.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.1016/j.scaman.2009.02.004
- Siltaoja, Marjo & Meri Vehkaperä (2010). Constructing illegitimacy? Cartels and cartel agreements in Finnish business media from critical discursive perspective. *Journal of Business Ethics* 92: 4, 493–511. [Lainattu 8.5.2019]. DOI: 10.1007/s10551-009-0169-y
- Smirnova, Alla Vitaljevna (2009). Reported speech as an element of argumentative newspaper discourse. *Discourse and Communication* 3: 1, 79–103. [Lainattu 10.4.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 1750481308098765
- Suddaby, Roy & Royston Greenwood (2005). Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative Science Quarterly* 50: 35–67. [Lainattu 9.5.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 0001-8392/05/5001-0035/\$3.00.
- Swift, Tracey (2001). Trust, reputation and corporate accountability to stakeholders. *Business Ethics: A European Review* 10: 1, 16–26. [Lainattu 10.4.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 1467-8608.00208
- Takala, Tuomo (2000). *Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat v. 2000 - suomalainen yritys globalisoituvassa maailmassa*. Liiketaloudellinen

- aikakauskirja 4/2000: 589–601. [Lainattu 27.11.2018].  
[http://lta.lib.aalto.fi/2000/4/lta\\_2000\\_04\\_s8.pdf](http://lta.lib.aalto.fi/2000/4/lta_2000_04_s8.pdf)
- Työ- ja elinkeinoministeriö. *Vastuullisuusraportointi. Vastuullisuusraportointi velvoittavaksi - mitä vaaditaan ja keneltä?* [Lainattu 14.11.2018].  
<https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>
- Vaara, Eero, Janne Tienari & Juha Laurila (2006). Pulp and paper fiction: on the discursive legitimation of global industrial restructuring. *Organization Studies* 27: 6, 789–813. [Lainattu 9.5.2019].  
 DOI: 10.1177/0170840606061071
- Vaara, Eero & Janne Tienari (2008). A discursive perspective on legitimation strategies in multinational corporations. *Academy of Management Review* 33: 4, 985–993. [Lainattu 9.5.2019]. DOI: 10.5465/AMR.2008.34422019
- Van Leeuwen, Theo & Ruth Wodak (1999). Legitimizing immigration – a discourse-historical analysis. *Discourse Studies* 1: 1, 83–119.  
 DOI: 10.1177/1461445699001001005
- Van Leeuwen, Theo (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse and Communication* 1: 1, 91–112. [Lainattu 20.5.2019].  
 DOI: 10.1177/1750481307071986
- Van Leeuwen, Theo (2008). *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Virtanen, Aila (2010). Women on the board of listed companies: Evidence from Finland. *Journal of Management & Governance* 16: 4, 571–593. [Lainattu 20.5.2019]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.1007/s10997-010-9164-z
- Weber, Rose-Marie (2008). The shape of direct quotation. *Reading Teacher* 61: 7, 558-564. [Lainattu 13.11.2018]. Saatavilla rajoitetusti. DOI: 10.1598/RT.61.7.5

## AINEISTO

Alma Median vuosikertomus (2017). Saatavilla: [https://www.almamedia.fi/docs/default-source/investors/financial-reporting/fi/2017/alma\\_media\\_vuosikertomus\\_2017.pdf?sfvrsn=3cb01eed\\_4](https://www.almamedia.fi/docs/default-source/investors/financial-reporting/fi/2017/alma_media_vuosikertomus_2017.pdf?sfvrsn=3cb01eed_4)

Atria Oyj:n yritys vastuuraportti (2017). Saatavilla: [https://www.atria.fi/contentassets/1740f051b2664d548f0916c1f8f2d796/atria\\_yritysvastuuraaportti\\_2017\\_final.pdf](https://www.atria.fi/contentassets/1740f051b2664d548f0916c1f8f2d796/atria_yritysvastuuraaportti_2017_final.pdf)

Cargotecin vuosikertomus (2017). Saatavilla: [https://www.cargotec.com/globalassets/files/investors/reports/2017/cargotec\\_vuosikatsaus\\_2017.pdf](https://www.cargotec.com/globalassets/files/investors/reports/2017/cargotec_vuosikatsaus_2017.pdf)

Cityconin vuosikertomus (2017). Saatavilla: <https://www.citycon.com/fi/vastuullisuus/vastuullisuusraportit>

Fiskars sustainability report (2017). Saatavilla: [https://www.fiskarsgroup.com/sites/default/files/FiskarsGroup\\_AR17\\_web.pdf](https://www.fiskarsgroup.com/sites/default/files/FiskarsGroup_AR17_web.pdf)

Keskon vuosiraportti (2017). Saatavilla: [https://kesko-ar-2017.studio.crasman.fi/file/dl/i/mqCbQg/JwFVMF3HqilZ1WB0rm13Pg/Kesko\\_Vuosiraportti\\_2017.pdf](https://kesko-ar-2017.studio.crasman.fi/file/dl/i/mqCbQg/JwFVMF3HqilZ1WB0rm13Pg/Kesko_Vuosiraportti_2017.pdf)

Koneen yritys vastuuraportti (2017). Saatavilla: [https://www.kone.com/fi/Images/KONE\\_Yritysvastuuraportti\\_2017\\_tcm18-72959.pdf](https://www.kone.com/fi/Images/KONE_Yritysvastuuraportti_2017_tcm18-72959.pdf)

Konecranesin vuosikertomus (2017). Saatavilla: [https://www.konecranes.com/sites/default/files/investor/konecranes\\_vuosikertomus\\_2017\\_0.pdf](https://www.konecranes.com/sites/default/files/investor/konecranes_vuosikertomus_2017_0.pdf)

Martelan vastuullisuusraportti (2017). Saatavilla: [https://www.martela.fi/files/martela\\_vastuullisuusraportti\\_2017.pdf](https://www.martela.fi/files/martela_vastuullisuusraportti_2017.pdf)

Metson vastuullisuusraportti (2017). Saatavilla: [https://www.metso.com/siteassets/documents/2018/english/metso2017\\_gri.pdf](https://www.metso.com/siteassets/documents/2018/english/metso2017_gri.pdf)

Metsä Group sustainability report (2017). Saatavilla: <https://www.metsagroup.com/en/Documents/Publications/Metsa-Group-sustainability-report-2017.pdf>

Nesteen vastuullisuusraportti (2017). Saatavilla: <https://www.neste.com/fi/konserni/vastuullisuus>

Nokia people and planet report (2017). Saatavilla: [https://www.nokia.com/sites/default/files/nokia\\_people\\_and\\_planet\\_report\\_2017.pdf](https://www.nokia.com/sites/default/files/nokia_people_and_planet_report_2017.pdf)

Stora Enso sustainability report (2017). Saatavilla: [https://www.storaenso.com/-/media/Documents/Download-center/Documents/Annual-reports/2017/STORAENSO\\_Sustainability\\_2017.ashx](https://www.storaenso.com/-/media/Documents/Download-center/Documents/Annual-reports/2017/STORAENSO_Sustainability_2017.ashx)

Orion Sustainability Report (2017). Saatavilla: <https://www.orion.fi/globalassets/documents/orion-group/sustainability/orion-sustainability-report-2017.pdf>

Outotec Sustainability Report (2017). Saatavilla: [http://www.outotec.com/globalassets/sustainability-report/2017/outotec\\_sr\\_2017\\_final\\_23032018.pdf](http://www.outotec.com/globalassets/sustainability-report/2017/outotec_sr_2017_final_23032018.pdf)

Tokmanni vastuullisuusraportti (2017). Saatavilla: [https://ir.tokmanni.fi/~/\\_media/Files/T/Tokmanni/reports-and-presentations/vastuullisuusraportti-2017.pdf](https://ir.tokmanni.fi/~/_media/Files/T/Tokmanni/reports-and-presentations/vastuullisuusraportti-2017.pdf)

Valmetin vuosikatsaus (2017). Saatavilla: <https://www.valmet.com/globalassets/investors/reports--presentations/annual-reports/2017/valmet-vuosikatsaus-2017.pdf>