

Jyväskylän yliopisto
Taloustieteiden tiedekunta ja
yhteiskuntatieteellinen tiedekunta

**”Sydämen ääni hiipii ahneuden valtakuntaan” –
Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu
Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla**

Meri Vehkaperä
Johtajuuden ja sosiologian pro gradu –työ
Ohjaajat Tuomo Takala ja Kaj Ilmonen
Tammikuu 2002

”Sydämen ääni hiipii ahneuden valtakuntaan” –

Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla

Meri Vehkaperä

Johtajuuden ja sosiologian pro gradu –työ

Tammikuu 2002

Jyväskylän yliopisto

93 sivua

Tutkimuksen tarkoitus on nostaa esiin diskursseja eli puhetapoja, joilla yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoitetaan yhdessä talouden alan julkaisussa, Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla. Lisäksi vastataan seuraaviin kysymyksiin: Millaiseksi diskursseissa määritellään eettinen toiminta liike-elämässä? Millaiseksi diskursseissa määritellään yrityksen yhteiskunnallinen vastuu? Mikä diskursseissa määritellään yrityksen tehtäväksi yhteiskunnassa? Mikä on diskurssien taustalla vaikuttava ideologia? Millaisia asioita ja arvoja diskursseissa nostetaan arvoiksi? Millaiseksi diskursseissa oletetaan lukija tai yleisö? Kuka on diskurssien vastuullinen subjekti?

Tutkimusaineisto koostuu kolmestakymmenestäkuudesta yritysetiikkaa ja yhteiskunnallista vastuuta käsittelevästä artikkelista. Tutkimus on aineistolähtöinen ja analyysimenetelminä on käytetty diskurssianalyysia ja retorista analyysia. Tutkimuksen tuloksena nostetaan esiin koko aineistossa esiintyvän luottamuksen metadiskurssi, jossa korostetaan eettisen toiminnan lisäävän luottamusta liike-elämässä, sekä neljä yhteiskunnallisen vastuun diskurssia, jotka ovat globaalin edun, kaikkien sidosryhmien edun, omistajan edun ja yrityksen edun diskurssit. Globaalin edun diskurssissa eettisesti toimitaan velvollisuudesta ja yritykseltä vaaditaan jopa taloudellisen voiton tavoittelun ylittävää yhteiskunnallista vastuuta. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa yritys ottaa laajaa yhteiskunnallista vastuuta ja toimii eettisesti, koska siitä seuraa taloudellista voittoa ja hyvinvointia koko yhteiskunnalle. Tämä diskurssi on aineistossa selvästi yleisin. Omistajan edun diskurssissa yrityksen ei tule ottaa yhteiskunnallista vastuuta, ellei se tuota voittoa osakkeenomistajalle. Viimeisessä yrityksen edun diskurssissa yrityksen ainoa tehtävä on voiton tavoittelu ja yrityksen voidaan ajatella jopa epäeettisesti, jos se ottaa tämän tehtävän ylittävää yhteiskunnallista vastuuta.

Avainsanat: yritysetiikka, yrityksen yhteiskunnallinen vastuu, diskurssi, sidosryhmät

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	2
2	TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA.....	4
2.1	MIKÄ IHMEEN YRITYSETIIKKA?.....	4
2.2	ETIIKAN TEORIAM YRITYSETIIKAN TAUSTALLA	6
2.3	ARVO, ITSEISARVO JA VÄLINEARVO	10
2.4	ONKO YRITYKSELLÄ YHTEISKUNNALLISTA VASTUUTA?	13
2.5	SIDOSRYHMÄT YHTEISKUNNALLISEN VASTUULLISUUDEN KOHTEENA JA VAATIJOINA	18
2.6	TUTKIMUSKYSYMYKSENI.....	21
3	TEKSTIT TUTKIMUSKOHTEENA	23
3.1	LÄHTÖKOHTANI TEKSTIEN TUTKIMISEEN	23
3.2	DISKURSSIANALYYSI METODINA	24
3.3	RETORIIKAN TUTKIMUKSESTA	28
3.4	TEKSTIEN TULKINNASTA	34
4	TEKSTEISTÄ KOHTI TULKINTAA.....	37
4.1	TUTKIMUSAINESTO JA SEN HANKKIMINEN.....	37
4.2	AINEISTON PARISSA	40
4.3	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUDESTA.....	41
5	YRITYSETIIKKA JA YHTEISKUNNALLINEN VASTUU TALOUSELÄMÄ-LEHDESSÄ 1990- LUVULLA	45
5.1	LUOTTAMUS METADISKURSSINA.....	45
5.2	YHTEISKUNNALLISEN VASTUUN DISKURSSIT	47
5.2.1	<i>Globaali etu – tavoitteena yhteiskunnan hyvinvoinnin lisääminen.....</i>	48
5.2.2	<i>Kaikkien sidosryhmien etu – vastuullisesta toiminnasta hyötyvät kaikki.....</i>	51
5.2.3	<i>Omistajan etu – toimitaan eettisesti vain jos omistajat hyötyvät.....</i>	54
5.2.4	<i>Yrityksen etu – yrityksen tehtävä on voiton maksimointi</i>	56
5.3	YHTEISKUNNALLISEN VASTUUN RETORIikka	58
5.3.1	<i>Globaali etu – yritys on yhteiskuntaa varten</i>	60
5.3.2	<i>Kaikkien sidosryhmien etu – vastuun välttämättömyysretoriikka.....</i>	64
5.3.3	<i>Omistajan etu – omistajan vastuu ja valta.....</i>	69
5.3.4	<i>Yrityksen etu – liberalismien puolustus</i>	73
5.4	YHTEENVETO TUTKIMUKSEN TULOKSISTA	76
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	81

LÄHTEET

1 JOHDANTO

Taloustieteiden opintojeni alkuvaiheessa keväällä 1999 eräs luennoitsija kysyi kiinnostuneena, kuinka moni meistä tulevista talouden vaikuttajista oli sitä mieltä, että liike-elämä kaipaa eettistä säännöstöä. Olin hämmästykseni ainoa, joka viittasi. Se ei kerro niinkään muista luennolla istujista kuin minusta: sosiologian pääaineopiskelijana talouden ja yhteiskunnan suhde kiinnosti minua jo silloin. Lisääntynyt keskustelu yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta ja yritysetiikasta kiinnitti huomioni todenteolla, kun vakuutusyhtiö Pohjola päätti irtisanoa syksyllä 1999 satoja työntekijöitä samaan aikaan, kun omistajille jaettiin harvinaisen suuria osinkoja. Tapaus nosti Suomessa melkoisen kohun ja lopulta Pohjola joutui perumaan irtisanomisensa. Samoihin aikoihin aloitin yritysstrategioiden cum laude –seminaarin ja Pohjolan tapauksesta innostuneena päätin ottaa aiheekseni yritysetiikan, vaikka en aiheesta juuri mitään tiennytäkään. Ja haukkasin tietämättäni aika ison palan – niin ison että sen pureskeleminen jatkuu edelleen.

Nyt käsillä oleva pro gradu –tutkielma on jatkoa yritysstrategioiden cum laude –seminaarityölleni. Matkan varrella tutkimuskohteekseni on tarkentunut se, miten yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta puhutaan liike-elämässä. Tutkimukseni tarkoituksena on diskurssianalyysin ja retorisen analyysin avulla nostaa esiin diskursseja eli puhetapoja, joilla yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoitetaan Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla. Miksi ihmeessä tutkin puhetta yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta, eikö niiden toteutuminen liike-elämässä ole kiinnostavampaa? Edellisessä kysymyksessä oletetaan kuitenkin kaikkien ymmärtävän yritysetiikan ja yrityksen yhteiskunnallisen vastuun samalla tavalla. Kuten tutkimuksestani käy ilmi, ei ole itsestään selvää, miten eettinen toiminta ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ymmärretään ja miten niitä määritellään. Esimerkiksi Talouselämä-lehdessä puhe on ristiriitaista ja siksi eettisen ja vastuullisen toiminnan perusteiden tutkiminen puhenäkökulmasta on tärkeää.

Vaikka yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoitetaan ja puhutaan nykyään paljon, ei käsitteiden sisällöstä ole päästy yksimielisyyteen. Yritysten on nykyään kuitenkin mahdotonta jättää keskustelu täysin huomiotta, sillä sidosryhmät vaativat yrityksiltä yhä vastuullisempaa toimintaa ja kuluttajat ovat valmiita vaikka boikotoimaan huonomaineista yritystä.

Carroll (1993, 260) huomautti jo 1980-luvun lopulla, että kuluttajaliikkeen herääminen yritysten sosiaalista vastuuttomuutta vastaan tuli shokkina osalle yritysjohtajia. Yhtäkkiä edistyksellisten hyödykkeiden tuottaminen ei enää riittänytkään, vaan valveutunut kuluttaja vaati yrityksiltä myös eettisesti hyväksyttävää toimintaa. Jotkut epäilivät kyseessä olevan vain ohimenevän trendin, mutta vielääkään merkkejä kuluttajaliikkeen laantumisesta ei ole. Keskustelu on laajentunut 1990-luvulla yrityksen ympäristövastuusta koskemaan yhä laajempaa sosiaalista ja yhteiskunnallista vastuuta. Keskustelun taustalla vaikuttavat monet tekijät, kuten liike-elämän sääntelyn purkaminen ja kansainvälisen kuluttajaliikkeen herääminen sekä erityisesti globalisaation ja yritysten koon kasvamisen myötä tapahtunut yritysten taloudellisen vallan kasvu suhteessa poliittiseen valtaan.

Vain harvat kyseenalaistavat yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta käytävän keskustelun merkityksen, vaikka monille keskustelun lähtökohdat ja tavoitteet ovat epäselviä ja vaikka yksimielisyyttä näyttää olevan vaikea saavuttaa. Eräs syy erimielisyyksiin on keskustelun moraalinen luonne, sillä kunkin keskustelijan arvot ja taustalla olevat ideologiat vaikuttavat heidän tavoitteisiinsa, samoin heidän käsityksensä hyvästä elämästä. Keskustelun moraalinen luonne tekee siitä myös erityisen kiehtovan, sillä yrityksen perinteisen tehtävän ja sidosryhmien uusien vaatimusten yhteensovittaminen voidaan nähdä myös etiikan arjen ristiriitana, tyypillisenä moraalifilosofian ongelmana (vrt. Kujala 2000, 185). Tämän tutkimuksen aineisto koostuu Talouselämä-lehdessä 1990-luvun aikana julkaistuista yritysetiikkaa ja yhteiskunnallista vastuuta koskevista artikkeleista. Aineisto antaa mahdollisuuden erilaisten näkökulmien tunnistamiselle liike-elämässä ja se tarjoaa empiirisen ja tuoreen näkökulman aiheesta käytyyn teoreettiseen keskusteluun.

Tutkimusraporttini rakentuu siten, että alun teoriaosassa määrittelen tutkimuksen kannalta keskeiset käsitteet ja esittelen tutkimuskysymykseni. Seuraavaksi käsittelen lähtökohtiani tekstin tulkitsemiseen ja esittelen käyttämäni tutkimusmenetelmät. Luvussa neljä esittelen tutkimusaineistoni ja pohdin tutkimuksen luotettavuuskysymyksiä. Viidennessä luvussa muodostan empiirisestä aineistosta neljä yhteiskunnallisen vastuun diskurssia ja vastaan tutkimuskysymyksiini. Tutkimuksen lopussa tiivistän keskeiset tulokset ja pohdin niitä aiemman teorian valossa. Lisäksi pohdin omaa tutkimusprosessiani ja tekemiäni valintojen onnistumista.

2 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN TAUSTA

2.1 Mikä ihmeen yritysetiikka?

Etiikka eli moraalifilosofia on filosofian haara, jossa pyritään yleiseltä kannalta selvittämään ihmisten toimien ja menettelytapojen hyväksyttävyyttä. Keskeisimpiä kysymyksiä ovat, mikä on arvokasta ja mikä on oikein. Etiikassa haetaan vastauksia käsitteellisen ja teoriapitoisen ajattelun avulla hylkäämättä silti tervettä järkeä, arkielämän kokemuksia ja ihmisten tunteita. Moraalilla puolestaan tarkoitetaan jonkun ihmisryhmän, yhteisön tai yksilön arvostuksia ja normeja, jotka ohjaavat käyttäytymistä etiikan periaatteiden mukaisesti. (Airaksinen 1987, 10.) Etiikassa eli moraalifilosofiassa siis tutkitaan moraalialia. Vaikka etiikan ja moraalin käsitteitä käytetään arkikielessä yleensä toistensa synonyymeina, on käsitteellinen ero hyvä pitää mielessä.

Etiikassa pyritään perustelemaan valintoja ja toimintaa sillä tavalla, että löydetään paras mahdollinen vaihtoehto. Tarkastelun kohteena ovat toisaalta valintoja ohjaavat periaatteet ja toisaalta niiden päämäärien joukko, joihin valinnoilla pyritään (Airaksinen 1991, 13). Moraalia määriteltäessä ajatellaan, että kun on löydetty tekojen ja valintojen tärkeimmät perusteet, ollaan etiikan maailmassa (Airaksisen 1987, 72). Tosin aina voidaan sanoa, että *jokaisella, joka tekee valintoja on jokin moraalialia*. Etiikan kannalta on kuitenkin aivan eri asia, onko sellainen moraalialia hyvää moraalialia ja/tai etiikan periaatteiden mukaista moraalialia. Kun pohditaan, onko yritysjohtajilla tai liike-elämän vaikuttajilla moraalialia, tarkoitetaan itse asiassa sitä, onko heillä *etiikkaan* perustuvia hyvän ja oikean periaatteita, jotka ohjaavat heidän toimintaansa. *Yritysetiikalla tarkoitan omassa tutkimuksessani etiikan näkökulmasta tapahtuvaa yritysten toimien, yrityksessä tapahtuvan päätöksenteon sekä liike-elämän moraalin tarkastelemista.*

Liiketoiminnan etiikan tutkimus voidaan jakaa normatiiviseen ja empiiriseen suuntaukseen. Normatiivisen suuntauksen taustalla on filosofia ja suuntauksessa ollaan kiinnostuneita siitä, miten asioiden tulisi olla, esimerkiksi miten yksilöiden ja yritysten tulisi liiketoiminnassa käyttäytyä, jotta ne toimisivat eettisesti. Sen sijaan empiirisen suuntauksen taustalla ovat lähinnä johtamistutkimus ja sosiaalitieteet ja siinä kiinnostuksen kohteena on, miten asiat ovat, esimerkiksi millaista liiketoiminnan moraalialia on. Jälkimmäistä kutsutaan usein myös deskriptiiviseksi tutkimukseksi.

(Rosenthal & Buchholz 2000, 399 Kujalan 2001 mukaan.) Deskriptiivisen etiikan tehtävä on Koskisen (1994, 39) mukaan kuvata ja analysoida, millaisia käsityksiä hyvästä ja pahasta, oikeasta ja väärästä, velvollisuuksista sekä siitä, mikä eri ihmisillä, ryhmillä tai yhteiskunnilla eri aikoina on tai on ollut kiellettyä. Eräs tärkeä tehtävä on myös ymmärtää ja selittää moraalisten käsitysten syntyä ja soveltamista. Määrittelen oman tutkimukseni deskriptiiviseksi etiikan tutkimukseksi, jossa korostuu erityisesti viimeksi mainittu pyrkimys tai tehtävä: moraalisten käsitysten syntymisen ja soveltamisen ymmärtäminen ja selittäminen.

Liike-elämän etiikkaa koskevassa kirjallisuudessa esiintyy neljä toisistaan eroavaa mielipidettä etiikan merkityksestä yrityselämälle. Ensimmäisen mukaan etiikasta ei ylipäättään kannata puhua liike-elämässä, koska yritysmaailma on toimii väistämättä epäeettisellä tavalla. Toisen näkökulman edustajat väittävät, että yritysmaailma on väistämättä ei-eettisen alueella, se on siis amoraalista. De George (1990, 3) huomauttaa, että nämä kaksi näkemystä on syytä erottaa toisistaan. Jälkimmäisessä ajatteluaan, että liike-elämässä on omat lakinsa, joita ei voida arvioida eettisillä perusteilla. Näkökulmassa olennaista on yrityksille asetettu ainoa päämäärä: kansalaisten tarpeiden tyydyttäminen mahdollisimman tehokkaasti. Tämän käsityksen mukaan yritysjohtaja on vastuussa ainoastaan osakkeenomistajille, jotka ovat riskiä vastaan sijoittaneet yritykseen.

Kolmannen, etiikan merkitystä liike-elämässä puolustavan mielipiteen mukaan ihminen tekee aina moraalisia valintoja. Ja koska yritysmaailma koostuu siinä toimivista ihmisistä, voidaan liike-elämässä puhua myös moraalisesti oikeasta ja väärästä toiminnasta (ks. esim. Kujala 2001). Olennaista käsityksessä on, ettei yrityksiä sinällään katsota moraaliseksi olennoiksi. Siksi liike-elämän eettiset ongelmat ja vastuu koskevat ainoastaan yrityksissä toimivia ihmisiä. Neljäs liike-elämän etiikkaa pohtiva näkökulma laajentaa edellistä käsitystä ja asettaa moraalisen vastuun koskemaan myös itse yritystä, koska sen nähdään olevan enemmän kuin työntekijöidensä summa (ks. esim. Carroll 1993). Käsityksen mukaan yrityksen toiminta voi olla eettisesti oikeaa tai väärää, vaikka työntekijät eivät kokonaisuudessaan niin toimitakaan. Yritysetiikka siis perustuu yksilöiden etiikkaan, koska moraalit on pelkästään ihmiselle kuuluva ominaisuus tai kyky. Ja koska yritys tai mikä tahansa muu organisaatio on ihmisten yhteenliittymä, toteutuu yrityksen etiikka siinä toimivien yksilöiden kautta. Tästä huolimatta yrityksellä kollektiivisena yhteisönä on vastuu tehdyistä päätöksistä. (Virtanen 1995, 30.)

Yritysetiikkaan liittyvät kysymykset voidaan jaotella kolmeen eri tasoon sijoitettavaksi. Ensimmäisellä, makrotasolla pohditaan esimerkiksi kokonaisten talousjärjestelmien eettistä oikeutusta tai puututaan ylipäättään asioihin, joilla voi olla mittavia yhteiskunnallisia ja taloudellisia vaikutuksia. Toisella tasolla, yritystasolla keskitytään yrityksen ja sen sidosryhmien välisiin toimintatapoihin ja valta-vastuusuhteisiin ja niissä syntyviin eettisiin ongelmiin. Kolmanneksi voidaan erottaa yksilö- tai mikrotaso, joka on lähimpänä perinteisen etiikan kysymyksenasettelua. (De George 1990, 16–17.) Tarkastelen tutkimuksessani lähinnä eettisiä kysymyksiä lähinnä yritystasolla, joskin aiheeni väistämättä sivuaa myös yksilötason kysymyksiä.

2.2 Etiikan teoriat yritysetiikan taustalla

Erilaisten eettisten teorioiden avulla on etsitty vastausta siihen, mikä on hyvää ja mikä on oikein. Moraaliin liittyy keskeisesti preskriptiivisyys, joka on kehottamista ja käskemistä. Tällöin arvioidaan jonkun asian tai teon moraalista hyvyttä ja kehoitetaan ihmisiä tekemään eettisesti hyviä ja oikeita tekoja. Preskriptiivisyyteen liittyvät kysymykset esimerkiksi siitä, mikä teko arvioidaan hyväksi ja mistä voi tietää, että tämä arviointi on tehty oikeilla perusteilla. (Airaksinen 1987, 62–67.) Etiikan eri teoriat tarjoavatkin hieman erilaisia määritelmiä moraalisesti oikealle teolle. Etiikan teoriat voidaan jakaa teleologisiin ja deontologisiin teorioihin, joiden lisäksi puhutaan myös relativismista (esim. Airaksinen 1987; Velasquez 1988). Esittelen seuraavaksi lyhyesti teleologisten ja deontologisten etiikan teorioiden sekä relativistisen näkökulman käsityksiä moraalisesti oikeasta tai väärästä teosta. Lisäksi kerron lyhyesti myös altruismin ja egoismin käsitteistä.

Etiikan seurauseettisten eli teleologisten teorioiden mukaan toiminnan ja tekojen moraalisen arvon määräävät vain ja ainoastaan niiden seuraukset. Näiden teorioiden yhteydessä puhutaankin usein seurausetiikasta, sillä niissä tekojen seurausten arvo määrittelee tekojen moraalisen mitan. Teleologisen näkökulman tunnetuinta suuntausta kutsutaan utilitarismiksi eli hyötymoraaliksi. Siinä oletetaan, että mikä tahansa teko tai käytäntö on oikea, jos se johtaa mahdollisimman suureen tasapainoon hyvien ja huonojen seurausten osalta. (Takala 1993, 51.) Utilitaristi arvioi yrityksen päätöksiä ja toimintaa ainoastaan niiden yhteiskunnalle tuottamien hyötyjen ja kustannusten perusteella (Velasquez 1992, 60). Oikea toiminta maksimoi yhteiskunnallisen onnen, toisin sanoen

taloudellisen toiminnan ollessa kyseessä eettisestä toiminnasta seuraa taloudellista ja aineellista hyötyä mahdollisimman monelle.

De Georgen (1990, 44, 61) mukaan utilitarismi käy eettiseksi periaatteeksi rationaalisille ihmisille, jotka kykenevät arvioimaan tekojensa seurauksia ja valitsemaan eniten hyvää tuottavat teot. Utilitarismin periaatteiden mukainen toiminta edellyttää kuitenkin huolellista ja objektiivista seurausten arviointia. Utilitarismin arvostelijat ovatkin huomauttaneet hyödyn käsitteen suppeasta tulkinnasta, sillä liike-elämässä usein hyöty tulkitaan yksiselitteisesti rahaksi (Airaksinen 1987, 137). Ongelmallinen tämä näkökulma on Velasquezin (1988) mukaan erityisesti silloin, kun tarkastellaan ainoastaan taloudellisen hyödyn kokonaismäärää, eikä lainkaan sitä, miten hyöty jakautuu yhteiskunnassa jäsenten kesken.

Täysin päinvastainen on velvollisuuseettisten eli deontologisten etiikan teorioiden määritelmä eettiselle toiminnalle. Niissä korostetaan ensisijaisesti motiivia tekojen moraalisen arvon mittaajana: teko on moraalinen, kun se tehdään oikeista syistä. Tällaisia ovat esimerkiksi hyvä tahto, velvollisuus, vastuuntuntoisuus tai oikeudenmukaisuus. Deontologisissa teorioissa tärkeitä ovat siis tekoihin liittyvät velvollisuudet ja kiinnostuksen kohteena on, millaisiin periaatteisiin nojautuen teko on tehty (Airaksinen 1987; Takala 1993). Oikeudenmukaisuuden toteutumista pidetään yleensä tärkeämpänä kuin utilitaristisia näkökohtia (esim. Velasquez 1988). Rawls (1988, 29) huomauttaakin, että deontologiset teoriat määritellään teorioiksi, jotka *eivät* ole teleologisia teorioita. Niille *ei* siis ole ominaista olla huomioimatta seurauksia määritellessään instituutioiden ja tekojen oikeutta. Rawlsin mukaan kaikki huomion arvoiset eettiset opit ottavat seuraukset oikean arvioinnissa huomioon – oppi, joka sitä ei tekisi, olisi irrationaalinen. Olennaista on huomata, että deontologisissa teorioissa *ensisijainen* eettisen toiminnan peruste ei ole seurausten arvioiminen.

Tunnetuin deontologisen etiikan teorian eli velvollisuuseetiikan edustaja on Kant, jonka mukaan oikein toimiessaan ihmisen tahtoa ei motivoi muu kuin velvollisuus. Toisin sanoen ainoastaan silloin, kun toimitaan velvollisuuden motivoimana, on teoilla moraalista arvoa. Sen sijaan, kun toimitaan jonkin tunteen tai vietin pohjalta, ei teolla ole moraalista arvoa, vaikka seuraukset olisivat identtiset verrattuna velvollisuudesta tehtyyn tekoon. (Airaksinen 1987; Takala 1993.) Airaksisen (1987, 167) mukaan Kant haluaa, että henkilö tarkastelee oman toimintansa periaatteita, päättää

niiden pätevydestä ja hyväksyy jotkut niistä velvollisuuksikseen. Oikein toimiessaan hänen tahtoaan ei siis motivoi mikään muu kuin velvollisuus itse ja moraali on siinä mielessä täysin autonomista.

Miten yksilö kykenee valitsemaan nämä periaatteet ja erottamaan oikean väärästä? Kant (Airaksisen 1987, 167 mukaan) ajatteli, että ihmisellä on inhimillisenä olentona moraalityö, jonka avulla hän erottaa hyvän pahasta. Tämän moraalilain muotona on kategorinen imperatiivi: toimi niin, että toimintaperiaatteesi voi olla luonnonlaki ja että voit haluta toimintaperiaatteesi toteutuvan kaikissa samanlaisissa tilanteissa. Airaksisen (mt., 101) mukaan Kantia voidaan pitää moraaliväitteiden objektiivisen pätevyyden kannattajana, sillä hän väitti, että ratkaisujemme oikeellisuus voidaan todeta aina ja kaikkialla sellaisella tavalla, joka ei jätä sijaa vastaväitteille. Toisin sanoen toimimme oikein, jos universalisoimme periaattemme oikein ja noudatamme kategorista imperatiivia, kunnioitamme ihmisen itseisarvoa ja teemme kaiken velvollisuudentunnosta – siis ilman oman edun tavoittelua. Arvostelijoiden mielestä kantilaisen velvollisuusetiikan korostaminen liike-elämässä on kuitenkin epärealistista, sillä siinä ei pystytä tarjoamaan realistisia toimintamalleja päätöksenteon pohjaksi (Takala 2000, 14).

Toinen deontologisen etiikan teorioiden periaatteita kehittänyt teoreetikko on Ross, jota myös pidetään intuitionismiksi kutsutun suuntauksen edustajana (Rawls 1988, 34; Airaksinen 1987, 113). Rossin anti käytännölliselle etiikalle on Airaksisen (1987, 116) mukaan se, ettemme voi olettaa soveltavamme mitään moraaliteoriaa ongelmattomasti ja mekaanisesti todellisuuteen, vaan moraalisia ristiriitoja ja pulmia esiintyy jatkuvasti, koska mikään oikeus tai velvoite ei ole niin vahva, että se pätsisi tilanteessa kuin tilanteessa. Ross kirjoittaaakin prima facie –velvoitteista, jotka ovat ehdollisia siinä mielessä, että ne tulee toteuttaa, ellei jokin (intuitiivisesti) tärkeämpi velvoite tule väliin (Airaksinen 1987; Takala 1993; Rawls 1988). Koko käytännöllisen elämän kenttä muodostuu niistä päätöksistä, joilla ehdollisia velvoitteita sovitetaan yhteen oikeaan toimintaan ja tulokseen pääsemiseksi.

Relativistisen näkemyksen mukaan argumentin tai teon moraalisuus riippuu ensinnäkin siitä, kuka sen lausuu tai tekee ja toiseksi millaisessa yhteiskunnassa tai yhteisössä se on lausuttu tai tehty. Ensimmäinen kanta edustaa subjektivismia ja jälkimmäinen kulttuurirelativismia eli hegeliläistä

etiikkaa. Subjektivismissa kielletään kokonaan moraalisten arvostusten objektiivisuus, sillä subjektivismiin mukaan mitä tahansa voidaan pitää moraalisenä, jos yksilö niin ajattelee. Kulttuurisessa relativismissa taas katsotaan, että moraalisen määritelmät vaihtelevat kulttuurien ja historiallisten kontekstien välillä. (Airaksinen 1987, 99–105.) Näkemyksessä kyseenalaistuu moraaliin usein liitetty universalismin vaatimus, jolla tarkoitetaan, että on olemassa moraaliperiaatteita, jotka sitovat kaikkia. Relativismissa kaikki moraaliset uskomukset ja periaatteet ovat suhteellisia riippuen yksittäisestä toimijasta tai kulttuurista. Tekojen arviointi ei siis ole yhteydessä kehenkään henkilöön, vaan hyvästä ja pahasta sovitaan aina tietyssä kulttuurissa tai ihmisyhteisössä.

Relativismin juuret löytyvät myös Humen ajatuksesta, jonka mukaan moraalipohdiskelut pätevät vain normaalioloissa. Airaksinen (mt., 101) kuitenkin huomauttaa, että tämä viittaa moraaliperiaatteiden soveltuvuusalueen olennaiseen rajoittuneisuuteen. Moraali on luotu tiettyä tarkoitusta, yleistä hyvinvointiamme varten, ja ellei tästä tarkoituksesta voi olla toivoa, ei moraalikaan elä. Moraali siis muuttuu ihmisten ja yhteiskunnan mukaan ja siitä tulee pikemminkin väline kuin tarkoitus itsessään. Relativismi on oikeastaan vain kuvailevaa etiikkaa, josta ei voi johtaa preskriptiivisiä arvoja, oikeuksia tai velvollisuuksia. Toisaalta relativismi mahdollistaa kontekstien erilaisuuden huomioimisen: moraalisia ratkaisuja tehdään käytännön tilanteissa, jotka vaihtelevat suuresti ja joiden reunaehdot ovat usein monimutkaisia.

Lopuksi esittelen lyhyesti myös egoismin ja altruismin käsitteitä. Egoismi on oppi, jonka mukaan jokaisen ihmisen on huolehdittava vain omista eduistaan ja oikeuksistaan, eikä kenelläkään ole oikeutta puuttua asiaan. Sen sijaan altruismin kannattajat ovat toista mieltä väittäessään, että jokaisen ihmisen tulee huolehtia ensisijaisesti muiden eduista ja pitää omaansa toissijaisena. Altruismia voidaan jopa pitää liian ankarana kantana etiikan teoriaksi, koska siinä vaaditaan yksilöä aina uhrautumaan muiden puolesta. (mt., 118–127.) Rescher (1975 Airaksisen 1987, 126 mukaan) kuitenkin väittää, että altruistinen tunne on tärkeä elämää säilyttävä voima, sillä myötätunto johtaa elämän laadun paranemisen ja ihmisen kukoistamiseen eikä vain hyödyn maksimointiin. Sen sijaan altruismia ei voi esiintyä utilitarististen periaatteiden toimittaessa, sillä utilitarismissa lähdetään aina kunkin henkilön omista valinnoista ja arvostelmista, joten vaikka päätös tai teko tyydyttäisikin kaikkia asianosaisia, säilyy siinä egoistinen piirre.

Airaksinen (1987, 119–122) erottaa egoismissa kolme tyyppiä, jotka ovat psykologinen, subjektiivinen ja klassinen egoismi. Psykologisessa egoismissa on välttämätöntä ja luonnollista, että jokainen ihminen tavoittelee omaa hyvänsä. Eettinen egoismi jaetaan subjektiiviseen ja klassiseen teoriaan, jolloin subjektiivinen egoismi on hobbeslaista yksilön omien pyrkimysten ja subjektiivisten halujen toteuttamista vaativa kanta, jossa jokainen rajoitus nähdään sietämättömäksi yksilön kannalta. Tätä Airaksinen (mt.) väittää pahuudeksi, jota on paheksuttava. Klassisessa egoismissa ihmisen tulee toteuttaa omaa luonnettaan ja laatuaan, ja jokaisen ihmisen hyvä on hänen vapaata toimintaansa omien päämääriensä eteen. Ongelmana on aitojen tarpeiden ja itsensä toteuttamisen luonteva hahmottaminen. Airaksinen (mt.) huomauttaa kuitenkin, että sellainen kanta, joka vaatii jokaista ihmistä toteuttamaan omaa hyvänsä, ei oikeastaan ole egoismia vaan hyvin yleistä ja kaiken sallivaa liberalismia. Eettistä egoismia voidaankin oikeastaan pitää seurauseettisenä näkökulmana (Kujala 2001, 16).

2.3 Arvo, itseisarvo ja välinearvo

Arvon käsitettä käytetään laajassa ja suppeassa merkityksessä, jolloin laajassa mielessä sillä voidaan tarkoittaa kaikkea, mikä on tavoiteltua, haluttua, tarvittua ja arvostettua, samoin kuin vapauksia, oikeuksia ja hyveitä. Airaksinen (1987, 130–132) kuitenkin huomauttaa, että moraalifilosofiassa arvon käsitettä pitäisi käyttää suppeassa merkityksessä, etteivät etiikan tärkeät erottelut hämärtyisi. Arvo on aina subjektiivinen asia, koska se riippuu toimivasta subjektista eikä arvottamisen objektista. Arvo on toiminnan motiivina, päämääränä ja tarkoituksena. Suppeassa merkityksessä arvoja ovat vain ne asiat, jotka järkevä ja harkitseva ihminen tietojensa perusteella valitsee, jos hän ymmärtää myös tekojensa seuraukset. Arvot eivät määräydy siitä, mitä ihmiset todella valitsevat, vaan siitä, mitä he valitsisivat, jos he olisivat ihanteensa mukaisia. Tutkielmassani arvon käsitteen käyttäminen sen suppeassa merkityksessä on mahdotonta, sillä teksteissä arvoiksi määritellään hyvin monenlaisia asioita, jotka etiikan näkökulmasta eivät ole välttämättä arvoja ollenkaan. Tutkimuksen kannalta on hedelmällisempää pohtia, millaisia asioita ja arvoja diskursseissa arvoiksi nostetaan.

Jotta yhteiskunta voisi toimia, tarvitaan yhteisesti hyväksytyjä arvoja ja normeja. Normit lähtevät yhteiskunnan yhteiseltä moraaliperustalta ja osoittavat myös, mitä arvoja pidetään tavoiteltavina ja

millaisia sääntöjä elämässä pitäisi noudattaa. Kullekin aikakaudelle ja kulttuurille ovat luonteenomaisia jotkin tietyt, yleisesti hyväksytyt arvot. (Teollisuuden keskusliitto 1990, 8.) Moraalisten ja eettisten arvojen kokonaisuus eli arvomaailma on perusteiltaan ja oikeutukseltaan erilainen eri yksilöiden, ryhmien, kansojen ja ihmiskunnan keskuudessa. Arvot ovat sidoksissa ihanteisiin, tavoitteisiin, elämän voimaan ja määrään sekä valtaan, olosuhteisiin, aikaan ja paikkaan ja niinpä ne vaativat rinnalleen moraalin ja etiikan sekä vallankäytön ja vastuun (Heikkonen 1995, 36–37). Arvojen ilmeisestä kulttuurisidonnaisuudesta huolimatta usein yritetään etsiä ja määritellä universaaleja eli yleisiä arvoja, jotka eivät ole sidoksissa henkilöön tai aikaan ja paikkaan. Tällaisten arvojen löytämisen vaikeus on eräs seikka, johon kiinnitin huomiota tutkimusaineistossa: liike-elämässä näyttää olevan erityisen hankalaa löytää universaaleja arvoja, jotka kaikki hyväksyisivät.

Arvot ovat ihmisen toiminnan motiivina, päämääränä ja tarkoituksena. Arvot ovat järkevien ja tiedostavien valintojen kohteita. Arvosuuntaukset ja sosiaaliset arvot ovat yleisiä, opittuja, verrattain pysyviä tavoitteita koskevia valintataipumuksia. (Teollisuuden keskusliitto 1990, 8–10.) Kaikki arvot eivät kuitenkaan ole henkilökohtaisista mieltymyksistä riippuvaisia, sillä monet etiikan teoriat pitävät objektiivisina arvoina ensisijaisia tarpeita, joita ovat esimerkiksi riittävä ravinto, terveys, asunto, turvallisuus ja koulutus. Ne ovat ensisijaisia, koska hengissä pysyminen ja elämän edellytysten turvaaminen ovat niistä riippuvaisia. Lisäksi nämä tarpeet on tyydytettävä ensin, jotta ihminen voisi toteuttaa ja kehittää korkeammanasteisia tarpeitaan ja kykyjään. (Kakkuri-Knuuttila 2000b, 204.) Tällaisten ensisijaisten arvojen ja tarpeiden lisäksi joitakin arvoja pidetään keskeisenä tärkeinä perusarvoina, jotka muuttuvat hyvin hitaasti. Läntisissä teollisuusmaissa ihmisten perusarvoihin katsotaan kuuluvan ainakin ihmisyyden, demokratia sekä kansalaisvapaudet ja sosiaalieettisinä tavoitteina mainitaan usein vapaus, oikeudenmukaisuus, solidaarisuus, elinkelpoisuus ja elämän laatu. (Teollisuuden keskusliitto 1990, 8–10.) Toisaalta esimerkiksi kotiin, uskoon ja isänmaahan vetoavat arvot ovat Suomessakin 1960-luvulta lähtien korvautuneet hyödyllisyydellä ja yhteiskunnallisella merkityksellä (Setälä 1998, 25).

Liike-elämässä arvon käsitettä käytetään yleensä laajassa merkityksessä ja sillä voidaan tarkoittaa mitä tahansa tavoiteltua, haluttua, tarvittua ja arvostettua. Yritykset määrittelevät yhä useammin julkisesti arvot, joihin ne sitoutuvat toiminnassaan. Nämä arvot poikkeavat perinteisistä arvoista siinä mielessä, että ne ovat oikeastaan eräänlaisia päämääriä, joihin toiminnassa pyritään. Tällaisia

arvoja ovat esimerkiksi asiakashyöty, yhteistyö, tuloksellisuus, laatu tai vaikkapa edelläkävijyys. Tosin valitettavan usein nämä arvot ovat vain osa pintapuolista yrityskuvan parantamista tai jäävät ainoastaan juhlapuheisiin ja vuosikertomuksiin. Erityisen hankalia tilanteita voi syntyä, jos yrityksessä paljastuukin väärinkäytöksiä, jotka sotivat julkistettuja arvoja vastaan (Teollisuuden keskusliitto 1990, 25).

Arvon käsitettä voidaan siis määritellä hyvin monella tavalla. Tutkielmani kannalta keskeinen arvoteoreettinen erottelu tehdään *itseisarvojen* ja *välinearvojen* välillä. Itseisarvolla tarkoitetaan sellaista toiminnan hyvää päämäärää, jonka haluttavuus riippuu vain siitä itsestään. Sen sijaan välinearvolla on arvoa ainoastaan siksi, että sen avulla itseisarvo voidaan toteuttaa. Itseisarvot ovat sellaisia asioita ja päämääriä, jotka toteutuessaan tekevät maailmasta paremman. (Airaksinen 1987, 134–135.) Välineiden ja päämäärien suhde kuitenkin monimutkaistuu maailman muuttuessa. Voidaanko rahaa tai taloudellista voittoa pitää itseisarvona? Vai onko rahalla ainoastaan välinearvo, jonka avulla voidaan saavuttaa ja toteuttaa itsessään arvokkaita asioita, itseisarvoja? Setälä (1998, 27) väittää, että markkinatalouden päämäärä on taloudellinen menestyminen ja että markkinatalouden kertomus tarjoaa vain välinearvoja. Ihminen näyttäytyy vain taloudellisena toimijana eikä hänellä näytä olevan ihmisyyttä itseisarvoisesti.

Teksteissä esitettyjen arvojen huomioiminen on välttämätöntä, sillä koska argumentoinnin tavoitteena on päästä yhteistoimintaan, koskee yksimielisyyden tavoittelu usein sekä arvoja että tosiasioita (Kakkuri-Knuutila 2000b, 199). Subjektiiiviset näkökulmat ja arvot ovat taivuttelevan tekstin välttämätön ainesosa niin poliittisessa elämässä kuin tieteessäkin, sillä ne motivoivat yleisön toimimaan tekstin asettamien päämäärien puolesta ja synnyttävät niitä kohtaan intohimoja. Kielellistynyt sosiaalinen todellisuus rakentuu arvojen ja näkökulmien varaan, sillä kokeakseen tarinat ja tekstit kiinnostaviksi lukijan on koettava päämäärät ja tapahtumat jollakin tavalla arvokkaiksi. Arvojen tulkinta edellyttääkin puheessa esiintyvien subjektiiivisten näkökulmien tunnistamista. (Sulkunen & Törrönen 1997, 72.) Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ovat aiheita, joihin liittyy monenlaisia arvoja ja arvostuksia. Tarkoitukseni ei ole keskittyä yritysten julkistamiin arvoihin eikä eri ammattiryhmien arvoihin tai arvokoodeihin. Sen sijaan retorisen analyysin eräänä kohteena ovat asiat, jotka määritellään teksteissä arvoiksi. Tällaiset seikat voidaan nähdä arvokkaiksi joko itsessään tai ainoastaan välineenä jonkin toisen arvon tai asian

saavuttamiseksi. Kuten myöhemmin tutkimuksesta ilmenee, teksteissä esimerkiksi eettinen toiminta nähdään sekä itseisarvona että välinearvona.

2.4 Onko yrityksellä yhteiskunnallista vastuuta?

Voidaanko yritystä ylipäätään pitää vastuullisena toimijana? Tamminen (1994, 17) väittää, että mikäli yrityksillä tai organisaatioilla yleensä on eettisistä syistä velvollisuus raportoida tekemisistään, sen täytyy olla osa jonkinlaista yhteiskunnallista vastuuta, vastuuta tekemisistään yhteiskunnalle tai sen osille. Yhteiskunnallisen vastuun syntyminen voidaan nähdä tuloksena yhteiskuntaan kuuluvien ihmisten yksilöllisestä eettisestä vastuusta. Toisin sanoen, jos yksilöt ovat eettisesti vastuussa jollekin taholle tekemisistään, voi myös yksilöiden luomilla organisaatioilla olla vastuuta. Jos ihmiset (jotka ovat moraalisesti vastuullisia) luovat instituution (esim. yrityksen) ajaakseen omia tavoitteitaan (joiden siis tulee olla moraalisesti hyväksyttäviä), he luovat sen tavoitteidensa mukaiseksi, siis vastuulliseksi ja tavoitteiltaan hyväksyttäväksi. Kirjallisuudessa usein mainittu väite, että yritys on olemassa tuottaakseen voittoa omistajille eikä siis ole moraalisesti vastuussa, ontuu pahasti: myös omistajat ovat ihmisiä, jotka ovat vastuussa moraalisesti.

Mitä sitten vastuun käsite oikeastaan merkitsee? Vastuun käsite edellyttää ensiksikin, että on olemassa subjekti, joka voi tuntea ja ottaa vastuuta, sillä vastuu syntyy vain kokevan subjektin tietoisuuden myötä. Toiseksi on välttämätöntä, että on olemassa jotain, josta subjekti voi ottaa tai tuntea vastuuta. Yleensä vastuuta tunnetaan jostakin teosta tai toimesta, jolla on tiettyjä vaikutuksia reaali maailmaan. Kolmanneksi toimijan voidaan aina ajatella olevan vastuussa jollekin, joko itselleen tai jollekin muulle toimijalle tai instanssille. Edelleen aidon vastuunoton luonteeseen kuuluu vapaus, mikä tarkoittaa, ettei vastuu saa olla ulkoapäin pakolla määrätty. Lisäksi voidaan väittää, että kuviteltu maailma, jossa ei vallitsisi minkäänlaisia vastuusuhteita, osoittautuisi mahdottomaksi elää. (Takala 1987, 14.)

Vastuun tuntemisen perimmäinen lähde on ihmisen ”ihmisyys”. Tällä moraalifilosofit Takalan (mt., 14–18) mukaan tarkoittavat, että ihminen on moraalinen toimija, joka on syntynyt moraalin piiriin ja tiettyyn moraaliseen kulttuuriin. Kun vertaamme vastuullista toimijaa vastuuttomaan, pidämme tekemisistään täyden vastuun ottavaa ihmistä parempana kuin vastuuttomasti toimivaa. Eettisten

kysymysten analyysi johtaakin useimmiten kysymykseen vastuusta ja vapaudesta. Vastuun allokointi ihmiselle ei ole mahdollista, ellei kiistetä determinististä ihmiskuvaa. Perimän ja ympäristön vaikutuksista huolimatta ihminen voi ajattelevana ja refleктоivana olentona vapautua ja olla moraalisesti vastuullinen toisin kuin esimerkiksi eläimet.

Vastuun laajentaminen koskemaan organisaatiota tai yritystä vaatii kuitenkin hieman lisää perusteita. Miten organisaatiolla voi olla sellaista vastuuta, joka ei suoraan ole palautettavissa sen jäseniin? Viitteinä yleisestä käsityksestä Tamminen (1994, 17–18) toteaa, että yrityksellä on yleisesti hyväksytyjä ja lainsäädännölläkin vahvistettuja oikeuksia ja velvollisuuksia niin kuin yksilöilläkin, vaikka yritysten vastuu omistajiaan kohtaan on yleensä rajoitettu. Yritysten ikä on rajoittamaton, ne voivat haastaa tai tulla haastetuksi oikeuteen ja ne voivat tehdä sopimuksia aivan kuten kansalaisetkin. Tästä voidaan päätellä, että yrityksillä katsotaan olevan oikeuksia samalla tavalla kuin yksilöillä, jotka yleensä katsotaan moraalisesti vastuullisiksi toimijoiksi. Toisaalta yritys voidaan haluttaessa lopettaa ja yritykset saavat vapaasti kilpailla keskenään jopa toisen konkurssiin saakka. Niinpä yritysten asema ei näytä olevan aivan sama kuin yksilöiden. Joka tapauksessa voidaan ajatella, että oikeuksiensa vastapainona yrityksillä täytyy olla myös velvollisuuksia. Osa velvollisuuksista on helposti tunnistettavissa; etenkin velvollisuudet liikekumppaneita kohtaan ovat suhteellisen tarkasti tiedossa. Mutta toisaalta on epäselvää, kuinka pitkälle velvollisuuksien lista ulottuu.

Tamminen (mt., 17–18) huomauttaa, että organisaatioista yleensä ja erityisesti yrityksistä on tehokkuutensa ansiosta tullut merkittäviä instituutioita. Etiikan kannalta onkin kiinnostavaa, kuinka yritysten tai organisaatioiden eettinen käyttäytyminen tulisi järjestää. Järjestävätkö yritykset sen itse vai järjestävätkö sen ulkopuoliset? Kenellä on moraalinen vastuu organisaatiosta? Takalan (1993, 26) mukaan yrityksiltä on alettu vaatia yhä laajempaa sosiaalista vastuullisuutta. Koska yrityksellä on paljon valtaa ympäristöönsä nähden, sen täytyy myös kantaa sosiaalista vastuuta. Yritysjohdon on otettava päätöksenteon perustaksi koko sosiaalisen järjestelmän etu. Yritys on yhteiskuntaa varten, yhteiskunta ei ole yritystä varten.

Oikeastaan yrityksen sosiaalisesta vastuusta voidaan Takalan (1994, 31–33) mukaan puhua vasta silloin, kun lakien noudattaminen ja minimin täyttäminen eivät motivoi yritysten toimintaa. Vasta

lakien ylitse menevä vastuun kantaminen on oikeata yrityksen sosiaalista vastuuta. Takala pohtii, pyrkivätkö yritykset oma-aloitteisesti ottamaan Suomessa 1980-luvulla entistä laajempaa sosiaalista vastuuta vai oliko vastuun laajentaminen pelkästään alistumista tosiasioiden edessä. Hänen mukaansa on todennäköistä, että vapaaehtoisuuteen perustuvaa vastuun kantamista ilmeni vain harvoin, sillä yrityksissä ei nähty vapaaehtoisen laajan ympäristövastuun toteuttamisen olevan mahdollista. Silti liike-elämässä oli tarpeen osoittaa olevansa vastuullinen, mikä tapahtui viestinnän eli organisatorisen puheen tasolla. Yrityksissä koetaan sosiaalisen vastuun olevan sama asia kuin voiton tuottaminen eli kannattavaan toimintaan pyrkiminen. Takala näkeekin vastuullisen toiminnan olevan mahdollista, jos yritykset huomaavat kestäväen kehityksen ja ympäristön suojelemisen kilpailuetuna, jolla voidaan tehdä lisää voittoa.

Sosiaalisesti vastuullisena yrityksen toimintaa voidaan pitää silloin, kun yritys pyrkii ajamaan omaa etuaan, mutta ottaa huomioon myös yleisen edun. Nykyisessä markkinataloudessa toimivalle yritykselle ”valistunut itsekkyyys” on realistinen toimintaperiaate, sillä sitä epätsekkäämpi toiminnan motiivipohja on Takalan (2000, 9) mukaan epärealistinen. ”Valistunut itsekkyyys” ja ”yritys kansalaisen roolissa” –periaatteet pitävät sisällään mahdollisuuden toimia sosiaalisesti vastuullisella tavalla, vaikka yrityksen toiminta lähtee ensisijaisesti oman edun ajamisesta. Yrityksen sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan Takalan mukaan sitä, että yrityksen tulisi kantaa vastuuta ympäristöstään ja ainakin lähiyhteisöstään. Nämä yhteiskunnallisen vastuun kantamisen vaatimukset riippuvat eri sidosryhmien yritykseen kohdistamista odotuksista, joiden keskeisimpien näkökulmien ja erojen pohjalta Takala (mt., 9–15) esittelee kolme yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiaa (Taulukko 1). Jaottelun taustalla on ajatus siitä, että yrityksen yhteiskunnallinen vastuu voidaan käsittää hyvin kapeasta vastuunotosta erittäin laajaan, koko universumin huomioon ottavaan vastuuseen.

Taulukko 1. Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ideologiat

	Omistajalähtöinen näkemys <i>"The business of business is business"</i>	Sidosryhmälähtöinen näkemys <i>'The quality of life does not necessarily equal to the quality of life'</i>	Laajan vastuun näkemys <i>'To do well is to do good'</i>
Yrityksen tehtävät	Vastata markkinoilla esiintyviin kulutustarpeisiin hoitamalla tuotantoa ja jakelua mahdollisimman tehokkaasti	Samoin kuin omistajalähtöisessä näkemyksessä, mutta kuitenkin niin, että yrityksen toiminnasta aiheutuvat yhteiskunnalliset haitat eivät saa ylittää saavutettuja taloudellisia hyötyjä	Yrityksen tehtävä on edistää yhteiskunnan hyvinvointia ja elämänlaatua. Pitkällä tähtäyksellä vain kannattava yritys pystyy tähän
Yrityksen taloudellinen päämäärä	Omistajan voiton maksimointi	Voiton optimointi vastuullisen toiminnan rajoitteiden puitteissa	Liikeriskin kattamiseksi tarvittavan voiton saavuttaminen. Voitto ei ole päämäärä vaan rajoite ja eräs päätöksenteon kriteereistä
Toiminnan legitimiisyyden lähde	Toiminnan laillisuus, markkinasopimusmallin ehtojen noudattaminen	Yrityksen taloudellisen funktion hoitaminen yhteiskunnallisen kokonaissysteemin hyväksymällä tavalla	Yrityksen yhteiskunnallisen funktion hoitaminen moraalisesti hyväksyttävällä tavalla
Toiminnan ohjaava normisto	Markkinasopimusmallien ehdot, liike-elämän 'pelisäännöt', egoismi	Valistunut itsekkyyys, 'moraalinen minimi'	Yrityksen oma eettinen koodisto, joka pohjautuu lähinnä velvollisuuseettisiin näkemyksiin etiikasta
Yritys-ihminen	Yritys on tavoitteiden saavuttamiseksi ohjelmoitu kone ja yksilöt tämän koneen vaihdettavissa olevia osia. Yritystoiminta kokonaisuudessaan on moraalisen arvostelun ulkopuolella. Yksilöiden toimintaa markkinoilla ohjaavat ainoastaan taloudelliset arvot	Yritys on jäsentensä summa, mutta ei näistä riippuvainen. Yritys on eräs osajärjestelmä yhteiskunnallisessa kokonaissysteemissä. Yritys on moraalinen toimija, ja sille voidaan osoittaa moraalista vastuuta	Yritys on keino jäsentensä tavoitteiden saavuttamiselle. Yritys on eräs sosiaalisen yhteistyön muoto, ja yhteistyö on välttämätöntä yksilöiden tavoitteiden saavuttamiseksi. Moraalinen vastuu yritys-toiminnassa on ihmisen vastuuta
Yritys-yhteiskunta	Yhteiskunta muodostuu 'atomistisista', toisistaan riippumattomista saarekkeista	Yhteiskunta on autonomisten, mutta toisistaan riippuvaisten osapuolten muodostama systeemi	Yhteiskunta on yksilöiden paremman hyvinvoinnin saavuttamiseksi sopimuksella perusteltu yhteistyön muoto
Kuinka hyvinvointi saavutetaan	Yhteiskunnallinen hyvinvointi on tehokkaan talousprosessin sivutuote	Yhteiskunnallisten osajärjestelmien yhteistyö ja osajärjestelmien sisäinen tehokkuus	Yhteiskunnan eri sektoreiden tehokas, vastuullinen ja moraalinen toiminta

Omistajalähtöisen ideologian peruslähtökohtana on avoimeen ja vapaaseen kilpailuun perustuva markkinatalousmalli, jonka mukaan jokainen yhteiskunnan yksikkö tekee ikään kuin sopimuksen muiden yhteiskunnan osapuolten kanssa. Yritys sitoutuu tuottamaan palveluja ja tuotteita muille yhteiskunnan jäsenille siten, että kukin sopimusosapuoli saa parhaan mahdollisen hyödyn vaihdannan kautta. Yrityksen ainoana yhteiskunnallisena tehtävänä nähdään tuotannosta huolehtiminen ja voiton maksimoiminen – muu yhteiskunnallisesti vastuullinen toiminta ei kuulu yrityksen tehtäviin. Voiton maksimointi takaa myös muiden markkinaosapuolten hyvinvoinnin pitkällä aikavälillä. Tällaista ajattelutapaa on myös kutsuttu *voittoetiikaksi*, ja taustalla nähdään Milton Friedmanin ajattelu, jossa korostuu käsitys voiton maksimoinnista yrityksen ainoana sosiaalisena vastuuna. (Takala 2000, 10.) Tämä näkökulma ei kuitenkaan sulje pois sellaista sosiaalista osallistumista, joka täysin varmasti hyödyttää osakkeenomistajia.

Sidosryhmälähtöisessä näkemyksessä korostetaan yrityksen ja yhteiskunnan välisen sidoksen merkitystä, sillä yritys ei toimi pelkästään taloudellisena instituutiona ja tarpeiden tyydyttäjänä, vaan on myös tarpeiden luoja ja vaikuttaa omalla käyttäytymisellään markkinoihin – yrityksellä on siis valtaa myös markkinamekanismien ulkopuolella ja siitä seuraa väistämättä vastuuta ja velvoitteita. Yritystoimintaa voidaan arvioida myös eettisin kriteerein ja yrityksen ensisijaisena tehtävänä on omistajien voiton maksimoinnin sijaan tuottojen pitkän tähtäyksen optimointi, kasvu ja jatkuvuuden turvaaminen. Vastuullisen yrityksen velvollisuus on huolehtia, etteivät sen toiminnan yhteiskunnalle aiheuttamat haitat ole suurempia kuin taloudellisesta toiminnasta saatavat hyödyt. Näkemyksessä korostuvat ”valistunut itsekkyyks” ja ”yritys kansalaisen roolissa” –periaatteet, jotka perustuvat rajoitettuun egoismiin. Kun yritys ajaa omaa etuaan ottamalla huomioon myös yleisen edun, sen toiminta on sosiaalisesti vastuullista. (mt., 12.) Sosiaalista vastuullisuutta käytetään kuitenkin vain yhtenä kilpailukeinona, se ei ole päämäärä itsessään.

Laajan sosiaalisen vastuun ideologia on Takalan (mt., 13) mukaan edellisiä vaikeammin hahmotettavissa yhdeksi kokonaisuudeksi, mikä johtuu hänen mielestään osittain ideologian uutuudesta ja osittain sen taustalla olevista useista eettisistä näkemyksistä. Vastuullisen ideologian perustana on vahva näkemys siitä, että pelkästään tuottoa ja kannattavuutta hakevien yritysten asema heikkenee tulevaisuudessa. Yritysten on otettava toiminnassaan huomioon ympäröivän maailman arvojen ja olosuhteiden muutokset, vaikka se merkitsisi voittojen hetkellistä pienenemistä. Vastuu

nähdään sekä rajoitteena että mahdollisuutena: vaikka vastuu rajoittaa yrityksen toiminta-, keino- ja päämäärävaihtoehtoja, se on myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien lähde. Yrityksen perustavoite on koko yhteiskunnan hyvinvointi ja laadun ylläpitäminen ja voiton tuottamisella on vain välinearvo tämän päämäärän saavuttamiseksi. Olennaista on, että eettiset periaatteet konkretisoituvat ja yhteiskunnallinen vastuu on kiinteä osa yrityksen toimintastrategiaa.

2.5 Sidosryhmät yhteiskunnallisen vastuullisuuden kohteena ja vaatijoina

Yritysten toimintaympäristöön on kohdistunut monenlaisia muutoksia viimeisten vuosikymmenten aikana. Uudet haasteet, etenkin kansainvälistyminen ja ympäristöongelmat pakottavat yritykset mukautumaan, muuttumaan ja vastaamaan paremmin lisääntyvään kilpailuun. Entistä useammat erilaiset toimijat, *sidosryhmät* vaikuttavat yrityksen toimintaan ja päinvastoin. Yritykset nähdään yhä selvemmin yhteiskunnallisina toimijoina, jotka myös ovat vastuussa teoistaan ja toimintojensa seurauksista (ks. edellinen alaluku). Lisäksi ihmiset sekä organisaatioissa että sen ulkopuolella ovat entistä tietoisempia yrityksen ja yhteiskunnan välisistä sidoksista ja suhteista. Niinpä tarkastellessani yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta Talouselämä-lehdessä, nousivat sidosryhmät merkittävään asemaan: yrityksiltä odotetaan eettistä toimintaa ja vastuullisuutta juuri sidosryhmiään kohtaan.

Sidosryhmäajattelussa yritystä ja sen toimintaa tarkastellaan sidosryhmäkäsitteistön avulla ja sidosryhmien ajatellaan mahdollistavan yrityksen toiminnan vuorovaikutuksellaan yrityksen kanssa. Vaikka käsitteenä sidosryhmä on esiintynyt kirjallisuudessa jo 1960-luvulla, on sen suosio kasvanut vasta 1980-luvulla. Freeman julkaisi vuonna 1984 teoksensa ”Strategic Management: A Stakeholder Approach”, jossa hän esitti sidosryhmänäkökulman strategisen johtamisen peruselementtinä. Tämän jälkeen sidosryhmäajattelu nousi nopeasti suosituksi näkökulmaksi. Carroll liitti sidosryhmänäkökulman yritys ja yhteiskunta –problematiikkaan 1989, minkä seurauksena muun muassa arvoista, etiikasta ja sosiaalisesta vastuusta tuli oleellinen osa sidosryhmäajattelua. (Näsi 1995, 19–21.)

Mitä sidosryhmät ovat? Käsitettä on määritelty eri yhteyksissä eri tavoin, mutta määrittelyerot ovat liittyneet lähinnä käsitteen laajuuteen ja normatiiviseen velvoittavuuteen (ks. Carroll 1993).

Freemanin (1984, 46) mukaan sidosryhmiä ovat kaikki sellaiset ryhmät tai yksilöt, jotka voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan tai joihin yritys vaikuttaa pyrkiessään tavoitteisiinsa. Carrollin (1993, 60) edellistä hieman laajemman määritelmän mukaan sidosryhmä on mikä tahansa ryhmä tai yksilö, jolla on mielestään yksi tai useampia sidoksia yrityksen toimintaan. Yritys voi vaikuttaa sidosryhmiin tavoitteillaan, toiminnallaan, päätöksillään, politiikallaan tai käytännöillään, mutta toisaalta nämä voivat vaikuttaa myös yrityksen tavoitteisiin, toimintaan, päätöksiin, politiikkaan tai käytäntöihin. Yrityksellä ja sidosryhmillä on siis mahdollinen kaksisuuntainen vuorovaikutussuhde.

Näsi (1995, 20) kuitenkin huomauttaa, että vaikka sidosryhmäajattelu ei saanut kovinkaan paljon huomiota muualla maailmassa ennen Freemania, oli sillä jo vankka perusta Pohjoismaissa. Näsin (mt.) mukaan ruotsalaiset, ensin Rhenman (1964) yksin ja myöhemmin yhdessä Stymnen kanssa (1965) loivat oman sidosryhmäteoriansa, joka levisi pian myös Suomeen ja Norjaan. Rhenman määrittelee organisaation *intresenteiksi* ne yksilöt ja ryhmät, jotka riippuvat yrityksestä pyrkiessään saavuttamaan henkilökohtaisia tavoitteitaan ja joista yrityksen olemassaolo riippuu. Yhdessä Stymnen kanssa Rhenman täsmentää käsitettä ja liittää mukaan ajatuksen vastavuoroisesta vaihdannasta: intresetit avustavat yrityksen toimintaa panoksillaan ja vaativat vastikkeita korvauksena avustaan. (Näsi 1995, 20.)

Yrityksen ja sidosryhmien välisen vuorovaikutuksen ja vaihdannan todellisuus on monimutkainen. Jokaisen sidosryhmän sidokset, eli panokset ja vastikevaatimukset vaihtelevat tilanteittain. Toisaalta ne voivat olla hyvin konkreettisia ja taloudellisia mutta toisaalta ne voivat olla epämääräisempiä, esimerkiksi mielikuvia tai tehostunutta vaikuttamista. (Carroll 1993.) Eräs syy sidosryhmänäkökulman lisääntyneeseen suosioon 1990-luvulta alkaen on varmasti ollut se, että yritykset ovat kokeneet eri ryhmien esittämien vaatimusten lisääntyneen ja monimutkaistuneen sekä vaatimusintensiiviteetin kasvaneen.

Sidosryhmiä on jaoteltu monella tavalla (ks. esim. Freeman 1984; Carroll 1993). Eräs tapa on jakaa sidosryhmät primaarisiin sidosryhmiin, joilla on formaalit, viralliset tai sopimukselliset suhteet yritykseen, ja sekundaarisiin sidosryhmiin, joita ovat muut ryhmät, joilla on sidoksia tai intressejä yritykseen. Edelleen sidosryhmät voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin koalitioihin, joista edelliset eroavat jälkimmäisistä siinä, että niillä on omistussuhde tai joku muu pysyvä suhde yritykseen.

(Näsi 1995, 22–23.) Primaarisiin sidosryhmiin kuuluvat omistajat, henkilöstö, asiakkaat ja tavarantoimittajat. Sekundaarisia sidosryhmiä ovat esimerkiksi yhteiskunta, ympäristö, media, ympäristöjärjestöt, kuluttajat ja muut intressiryhmät, joihin yritys voi toiminnallaan vaikuttaa tai jotka voivat vaikuttaa yrityksen toimintaan. (Carroll 1993, 60–67.) Tutkimuksessani tarkoitan sidosryhmillä sekä primaarisia että sekundaarisia sidosryhmiä.

Sidosryhmäajattelun edetessä on yrityksen sidosryhmiin katsottu kuuluvan yhä useampia ryhmiä. Omistajien, tavarantoimittajien ja asiakkaiden rinnalle nostettiin ensin työntekijät ja yrityksen johto ja vasta myöhemmin kilpailijat, rahoittajat, paikallinen yhteisö ja julkisen vallan edustajat (ks. esim. Freeman 1984; Carroll 1993). Yrityksestä, toimialasta ja tilanteesta riippuen ovat perinteisten ryhmien lisäksi korostuneet ainakin media, yleisö, työmarkkinajärjestöt ja ympäristöjärjestöt. Mielestäni sidosryhmäajattelun vahvuus ja samalla heikkous on juuri tässä: relevanttien sidosryhmien määrittäminen on aina tilannesidonnaista ja siihen vaikuttavat monet seikat. Ennalta lukkoon lyödyn ja jäykän teorian sijaan se tarjoaakin monipuolisen ja joustavan viitekehyksen niin tieteelliseen tutkimukseen kuin esimerkiksi yritysjohtajan toimintaympäristön tarkasteluun.

Tutkimukseeni sidosryhmäajattelu tarjoaa näkökulman, jossa keskustelua yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta tarkastellaan suhteessa sidosryhmiin. Olennaista on, miten yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta määritellään. Onko yrityksen otettava toiminnassaan huomioon ensisijaisesti omistajan vai kaikkien sidosryhmien edut? Erityisen tärkeä tämä kysymys on silloin, kun yritys menestyy. Ketä menestyksestä pitäisi palkita ja mihin taloudellinen voitto jakaa? Näsi (1995, 24) nostaa esiin tutkimuksenikin kannalta tärkeän pointin: yritys on olemassa vain vuorovaikutuksessa sen sidosryhmien kanssa ja että menestyäkseen pitkällä tähtäimellä yrityksen sidosryhmien on pysyttävä tyytyväisenä asettamiensa panosten ja saavuttamiensa vastikkeiden suhteen. Myös Kujala (2001) näkee sidosryhmänäkemyksen liiketoiminnan ja moraalin yhdistäväksi lähestymistavaksi. Oletankin, että yritys pyrkii – ei ainoastaan toimillaan vaan myös viestinnällään – pitämään sidosryhmänsä mahdollisimman tyytyväisenä.

2.6 Tutkimuskysymykseni

Tutkielmani tavoitteena on diskurssianalyysin ja retorisen analyysin avulla nostaa esiin *diskursseja eli puhetapoja, joilla yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoitetaan yhdessä talouden alan julkaisussa, Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla*. Päättökysymyksen lisäksi olen asettanut itselleni seitsemän alakysymystä:

1. *Millaiseksi diskursseissa määritellään eettinen toiminta liike-elämässä?*
2. *Millaiseksi diskursseissa määritellään yrityksen yhteiskunnallinen vastuu?*
3. *Mikä diskursseissa määritellään yrityksen tehtäväksi yhteiskunnassa?*
4. *Mikä on diskurssien taustalla vaikuttava ideologia?*
5. *Millaisia asioita ja arvoja diskursseissa nostetaan arvoiksi?*
6. *Millaiseksi diskursseissa oletetaan lukija tai yleisö?*
7. *Kuka on diskurssien vastuullinen subjekti?*

Kriittinen lukija luultavasti kysyy ensimmäiseksi: Miksi tutkia sitä, miten yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta puhutaan? Eikö ole järkevämpää tutkia yritysetiikkaa ja sen ilmenemismuotoja tai yrityksen yhteiskunnallisen vastuun toteutumista, eikä puhetta niistä? Edellinen kysymys kuitenkin sisältää oletuksen, että kaikki ymmärtävät esimerkiksi yritysetiikan samalla tavalla kuin kritiikin esittäjä (vrt. Sulkunen 1997, 16). Käytännössä näin ei kuitenkaan ole, kuten tutkimuksesta myöhemmin ilmenee. Suhtautuminen näyttää olevan erittäin ristiriitaista niin eettisen toiminnan perusteiden kuin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun laajuudenkin suhteen. Myös Takala (1994, 31–32) huomauttaa, että yritysten yhteiskunnallisen vastuun tutkimuksessa puhenäkökulman käyttö on relevanttia, kun liike-elämän toimijoiden on tarpeen osoittaa olevansa vastuullisia viestinnän eli organisatorisen puheen tasolla.

Tavoitteenani on erilaisten yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta määrittelevien diskurssien tunnistaminen, kuvaaminen ja nimeäminen diskurssianalyysin avulla. Nämä diskurssit voivat olla keskenään kilpailevia, rinnakkaisia ja osittain päällekkäisiä. Pyrin myös tarkastelemaan yritysetiikan teorioita ja sidosryhmänäkökulmaa tulkinnan rinnalla ja saamaan aikaan vuoropuhelua teorian ja aineiston välillä. Teoriat käsittelen etsimieni diskurssien tapaan kilpailevina tieteellisinä

diskursseina, toisin sanoen eräänlaisina ideologisina ja retorisisina puheenvuoroina keskustelussa todellisuuden ja totuuden luonteesta. Retorisen analyysin avulla pyrin löytämään diskurssien keskeiset argumentit ja kielelliset tehokeinot, joilla pyritään muuttamaan tai vahvistamaan lukijan käsityksiä yritysetiikan ja yhteiskunnallisen vastuun sisällöistä ja tarpeellisuudesta. Päättökysymyksen lisäksi vastaan alatutkimuskysymyksiin, kunkin diskurssin osalta erikseen. Valitsemani esitystavan tarkoituksena on kiinnittää huomiota diskursseissa tehtyihin erilaisiin valintoihin ja taustalla vaikuttaviin ideologioihin. Retorisen analyysin tarkoituksena on sekä syventää diskurssien analyysia ja keskeisten erojen esittelemistä että vastata kolmeen viimeiseen alatutkimuskysymykseen.

3 TEKSTIT TUTKIMUSKOHTENA

3.1 Lähtökohtani tekstien tutkimiseen

Edellisessä luvussa asetin tavoitteekseni tutkia puhetta yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta diskurssianalyysin ja retorisen luennan avulla. Niin ikään väitin, että sekä erilainen puhe yritysetiikasta ja yhteiskunnallisesta vastuusta että yritysetiikan teoritkin voidaan nähdä osaksi keskustelua todellisuuden ja totuuden luonteesta. Diskurssianalyysin ymmärtämiseksi onkin Eskolan ja Suorannan (1998, 195) mukaan hyvä erottaa kaksi erilaista käsitystä kielestä: sitä voidaan pitää joko *todellisuuden kuvana* tai sen *rakentamisena*. Sosiaalisessa konstruktionismissa painotetaan jälkimmäistä. Kieli ei ole väline todellisuuden tavoittamiseen, sillä kuvatessaan, rakentaessaan ja merkityksellistäessään todellisuutta se on samalla myös osa sitä. Tekstien tulkinnassa ollaan kiinnostuneita teksteistä sinällään, tekstien avulla ei pyritä tavoittamaan niiden takana mahdollisesti olevaa ”objektiivista todellisuutta”.

Sosiaalisessa konstruktionismissa kielen ajatellaan merkityksellistävän sekä samalla järjestävän ja rakentavan, uusintavan ja muuttavan sitä sosiaalista todellisuutta, jossa elämme (Jokinen ym. 1993, 18–19). Käyttäessämme kieltä me itse asiassa merkityksellistämme kohteet, joista puhumme tai kirjoitamme. Oman kulttuurimme jäsenenä meidän on kuitenkin hyvin vaikeata havaita sanojen konstruktiivisuutta, sillä neutraaleimmaltakin tuntuvassa kuvauksessa käyttämämme sanat lataavat kohteisiinsa piileviä odotuksia siitä, mikä on luonnollista ja mikä ei (Jokinen ym. 1993, 18–19). Sosiaalisen konstruktionismin näkökulmasta sosiaaliset ilmiöt ovat kielellisiä konstruktioita, jotka eivät ole olemassa kielen ulkopuolella. Nämä sosiaaliset ilmiöt tuotetaan yksilöiden välisessä arkipäiväisessä vuorovaikutuksessa, ja ne ovat olemassa vain sikäli kuin niitä ylläpidetään sosiaalisessa vuorovaikutuksessa.

Tutkielmani teoreettiset lähtökohdat löytyvät siis sosiaalisen konstruktionismin käsityksistä sosiaalisen todellisuuden rakentumisesta. Tarkastelen kielenkäyttöä tekemisenä, sosiaalisena toimintana, joka tuottaa ja jäsentää todellisuutta. Tarkoitukseni ei ole tavoittaa tekstien takana mahdollisesti olevaa objektiivista todellisuutta mutta ei toisaalta kiistääkään objektiivisen todellisuuden olemassaoloa. Olen kiinnostunut ensisijaisesti sosiaalisesta todellisuudesta, jonka

maailmaan astumme, kun käytämme kieltä. Sillä hetkellä, kun ilmaisemme kielen keinoin, mitä on, mitä tapahtuu tai miten asiat ovat, olemme siirtyneet sosiaalisen todellisuuden ja diskurssien maailmaan. Ja viimeistään silloin, kun kerromme, mitä pitäisi olla ja miksi, olemme astuneet suostuttelun ja argumentaation eli retoriikan valtakuntaan. Diskurssianalyysi ja retorinen lähestymistapa liittyvätkin läheisesti toisiinsa. Jokisen (1999, 30) mukaan diskurssianalyysissä kategorioita, kuten faktojakin, tarkastellaan ikään kuin neuvottelukysymyksinä, jotka syntyvät inhimillisen toiminnan seurauksena. Todellisuus ei tietenkään itse kategorisoi itseään, vaan ihmiset ”paketoivat” todellisuutta erilaisiin ”paketteihin”, joita sitten yrittävät kaupitella toisilleen. Tässä prosessissa retorilla keinoilla on olennainen merkitys.

3.2 Diskurssianalyysi metodina

Koska diskurssianalyysi on uusi asia monella tieteenalalla, on sen alle luettu hyvinkin erilaisia asioita. Laajimmillaan sillä viitataan kaikkeen kielen sosiaaliseen ja kognitiiviseen tutkimukseen, esimerkiksi siihen, että tekstiä ja puhetta tai kielen käyttöä tutkitaan kaikista mahdollisista näkökulmista. Perinteisen metodin sijasta diskurssianalyysia voidaan myös pitää väljänä teoreettisena ja metodologisena viitekehyksenä, jonka mukaan on mahdollisuus tehdä hyvin monenlaista tutkimusta. (Eskola & Suoranta 1998, 195.) Kaikelle diskurssianalyysille on kuitenkin yhteistä puhutun tai kirjoitetun kielenkäytön piirteiden tarkastelu. Diskurssianalyysin keskeinen tehtävä on diskurssin sisäisen rakenteen tarkasteleminen, sillä tutkija ei tarkastele diskurssia viestijöiden vaan ulkopuolisen näkökulmasta ja analysoi vuorovaikutusta kokonaisuutena, diskurssina (Leiwo & Pietikäinen 1998).

Jokinen ym. (1993, 9–10) määrittelevät diskurssianalyysin sellaiseksi kielen käytön ja muun merkitysvälitteisen toiminnan tutkimukseksi, jossa analysoidaan yksityiskohtaisesti sitä, miten sosiaalista todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. Mielestäni tämä sinällään käyttökelpoinen määritelmä kaipaa vielä tekstin sisäisten ja ulkoisten kontekstien mukaan ottamista. Esimerkiksi Eskola ja Suoranta (1998, 196) muistuttavat, että diskurssianalyysissa on otettava huomioon myös se, että teksti ja puhe nousevat aina jostakin tilanteesta ja kontekstista, jota ne myös osaltaan luovat. Puhuttua ja kirjoitettua kieltä ei saa irrottaa yhteydestään vaan sitä on tarkasteltava siinä kontekstissa, missä puhe on tuotettu, sillä merkitykset määrittyvät aina tietyissä tilanteissa

tietynlaisiksi. Aikaan ja paikkaan sekä tiettyihin lukijoihin kytkeytyvinä merkitykset eivät synny ennen tekstien lukemista, vaan muodostuvat tekstejä luettaessa (Lehtonen 1996, 187).

Konteksteihin kuuluvat kaikki sellaiset tekijät, joita kirjoittajat ja lukijat tuovat merkityksenmuodostamisprosessiin. Merkitysten muodostumiseen osallistuvina, niin ei-tekstuaalisina kuin tekstuaalisina seikkoina konteksteja voi ajatella vaihtelevina ja erityisinä kulttuurisina resursseina, joiden avulla lukijat tuottavat teksteihin merkityksiä. Lisäksi voidaan erottaa tekstin ulkoisia kulttuurisia ja ideologisia seikkoja, jotka ovat mukana merkitysten muodostumisessa. Tekstit muuttavat merkityksiä sen mukaan, mikä asema niiden käyttäjillä on, sillä lukija ei lue tekstiä yksin, vaan osana tiettyä yleisöä, jolla on tietyt odotukset. Teksteissä ei voida etukäteen määrätä niihin kohdistuvia luentoja vaan tekstejä voidaan lukea myös ”vastahankaan”, (mt., 164–171.) Kirjoittajalle kontekstit ovat ongelmallisia, sillä vaikka yleisön tai lukijan tuntisikin etukäteen, ei lukijan merkityksellistämisen prosessia voi etukäteen määrätä. Lisäksi kirjoittaja harvoin tietää ja tuntee yleisönsä ja lukijansa hyvin. Talouselämä-lehdessä kirjoittavat tietävät esimerkiksi, että lehteä lukevat suomalaiset liike-elämän toimijat ja taloudesta kiinnostuneet henkilöt. Heillä on yhteisiä historiallisia kokemuksia, kuten 1990-luvun alun taloudellinen lama ja sitä seurannut noususuhdanne. Kirjoittajat eivät kuitenkaan voi tietää, millaisiin ideologioihin lukija on sitoutunut, millainen on hänen käsityksensä yrityksen tehtävästä yhteiskunnassa tai sattuuco hän olemaan optiomiljonääri.

Tekstiä ja kontekstia onkin käytännössä mahdotonta erottaa toisistaan. Diskurssit ovat tulkintakehikkoina keskeisimpiä kontekstuaalisia tekijöitä merkitysten muodostumisessa ja ne toimivat eräänlaisina kulttuurisina resurssijoukkoina, joiden rajoissa lukijat tuottavat teksteistä merkityksiä. Diskurssit asettavat rajoja, ei ainoastaan sille, mitä voidaan sanoa, vaan myös sille, kuinka sanottu voidaan ymmärtää. Tekstit ovat siis aina myös diskurssien realisoitumia, mikä kyseenalaistaa tekstin ja kontekstin erottamisen toisistaan ikään kuin sisä- ja ulkopuolena. Jos teksti ja konteksti erotettaisiin, diskurssit kuuluisivat tekstin ulkopuolelle, mutta määrittäessään sanomisen ja ymmärtämisen mahdollisuuksia ne ovat selvästi tekstin sisällä. Tekstit ovat siis aina joidenkin kontekstien tuottamia, vaikka ne toisaalta samalla muovaavat ja järjestävät uudelleen kontekstejaan. (mt., 165–166.) Yhteiskunnallisen vastuun diskursseissa esimerkiksi tuodaan teksteihin tiettyjä

arvoja ja ideologioita, joita ei välttämättä tuoda eksplisiittisesti esille mutta jotka ohjaavat lukijaa ymmärtämään kirjoitettu tietyllä tavalla.

Diskurssianalyttisessä tutkimusotteessa tutkijalla ei ole valmiita sisällöllisiä jäsennyksiä, vaan teoreettinen peruskäsitteistö rakennetaan tutkimusaineistosta käsin. Käytännössä tästä vaatimuksesta joudutaan tietenkin joustamaan. Kyseessä on aineistolähtöinen tutkimustapa, jossa tutkija nostaa aineistosta esiin jotakin sellaista, mikä ei sieltä automaattisesti nouse esiin. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että aikaisempi tutkimus ja selittävät teoriat unohdettaisiin, vaan niihin syvennytään alustavien käsitteiden ja kategorioiden hahmottelemisen jälkeen. (Eskola & Suoranta 1998, 197.) Metodioppaat eivät kuitenkaan anna mitään yksiselitteistä ohjetta edellä kuvatun toteuttamiseksi. Yleisin ohje on aineiston kanssa seurusteleminen ja siihen syventyminen. Käytännössä diskurssien löytäminen ja määrittäminen saattaa olla hyvinkin vaikeaa puhumattakaan vuoropuhelun synnyttämisestä aineiston ja teorian välille.

Diskurssi on käsitteenä hieman ongelmallinen, sillä sitä ja eräitä rinnakkaiskäsitteitä käytetään kirjallisuudessa ja tutkimuksissa hyvin kirjavasti. De Saussurelta peräisin olevaa merkityssystemin käsitettä voisi pitää eräänlaisena kattokäsitteenä, joka viittaa sanojen merkitysten rakentumiseen suhteessa ja erotuksena toisiinsa. Toisinaan tällaisia merkityssystemejä kutsutaan diskursseiksi, toisinaan tulkintarepertuaareiksi. (Jokinen & Juhila 1999, 67.) Vaikka käsitteitä käytetään usein synonyymisesti, erottavat Jokinen ym. (1993, 27–28) niiden käytössä tiettyjä painotuseroja. Diskurssin käsite sopii paremmin tutkimuksiin, joissa tarkastelun kohteena on ilmiöiden historiallisuus, valtasuhteiden analyysi tai institutionaaliset käytännöt. Tulkintarepertuaareista puhuminen sopii puolestaan arkisen kielenkäytön vaihtelevuuden yksityiskohtaiseen tarkasteluun ja yksittäisten keskustelujen tarkkaan analyysiin. Tutkimuksessani olen päätenyt käyttämään diskurssin käsitettä, koska aineisto on olemassa minusta riippumatta ja koska tutkittavien tekstien tarkoituksena on mielestäni tuottaa tietynlaista toimintaa. Näin ollen teksteissä käytetään myös valtaa ja pyritään institutionalisoimaan tiettyjä käsityksiä yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta.

Tutkimuksessani määrittelen diskurssin ryhmäksi lausumia, jotka tarjoavat kielen sitä varten, että voitaisiin puhua tietynlaisesta jotakin aihetta koskevasta tiedosta – toisin sanoen representoida tätä

tietoa. Kun lausumia jostakin aiheesta esitetään jonkin erityisen diskurssin sisällä, diskurssi mahdollistaa aiheen näkemisen jollakin tietyllä tavalla. Se myös rajoittaa muita tapoja, joilla aihe voitaisiin esittää. (Hall 1992, 291.) Diskurssi toisin sanoen vaikuttaa sekä siihen, mitä lausutaan ja kirjoitetaan että siihen, miten lausuttu ja kirjoitettu voidaan ymmärtää. Lehtosen (1996, 67–69) mukaan diskurssi koostuu useista lausumista, joista rakentuu yhdessä "diskursiivinen muodostelma". Diskurssin muodostavia ilmauksia säätelee tietty diskursiivinen käytäntö, joka synnyttää joukon pakottavia lausumattomia historiallisia sääntöjä. Nämä säännöt puolestaan määrittävät tietyllä sosiaalisella, taloudellisella, maantieteellisellä tai kielellisellä alueella sen, mitä ja kuinka voidaan sanoa, sekä kuka voi puhua, missä ja minkä ehtojen vallitessa. Diskurssin käsite sisältää ajatuksen siitä, etteivät merkitykset ole koskaan abstrakteja, eivätkä ne perustu vain abstrakteihin eroihin kielijärjestelmässä, vaan että ne tuotetaan diskursseissa, jotka ovat sosiaalisia, historiallisia ja institutionaalisia. Diskursiivinen käytäntö valvoo tiedon jakautumista ja hierarkisoi tietyt puhettavat. Tärkeitä kysymyksiä ovat: Miksi tietyt merkitykset koetaan tiettyinä aikoina oikeiksi ja toiset vääriksi? Miten nämä oikeina pidetyt merkitykset syntyvät ja kuinka niistä tulee vallitsevia?

Foucault (1981, 48–52) liittää diskurssit ja vallankäytön toisiinsa. Diskursseissa käytetään valtaa valitsemalla, sulkemalla pois ja dominoimalla tiettyjä ilmaisutapoja ja merkityksiä. Jokainen kielenkäyttötapa, diskurssi, on täynnä valintoja siitä, mitä kerrotaan, mitä ei kerrota ja miten kerrotaan. Näkökulma kyseenalaistaa perinteisen käsityksen esimerkiksi uutisoinnista objektiivisena tiedonvälittämisenä. Lähtökohtana tutkielmassani on, että keskustelu yleensä yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta on eräänlaista valtataistelua erilaisten näkemysten ja kilpailevien merkityssysteemien eli diskurssien välillä. Viimeisen kahden vuosikymmenen aikana on perinteinen liberalistinen käsitys liike-elämästä omana itsenäisenä saarekkeenaan kyseenalaistunut, minkä seurauksena se on saanut rinnalleen arvostelua ja kilpailevia näkökulmia. Sekä yritysetiikka että yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ovat käsitteitä, joiden olemassaolon oikeutusta on perusteltava yhä uudelleen ja uudelleen, samaan tapaan kuin niiden vastustajat kiistävät niiden tarpeellisuuden kerta toisensa jälkeen.

Käsitykseni mukaan *Talouselämä*-lehti on tärkeä liike-elämän foorumi keskustelulle ja kamppailulle yritysetiikan ja yrityksen yhteiskunnallisen vastuun sisällöistä ja merkityksistä – sekä ylipäättään niiden tarpeellisuudesta liike-elämässä. Tämä keskustelu heijastaa myös yhteiskunnallista ja

taloudellista tilannetta ja todellisuutta, jossa kulloinkin eletään. Talouselämä-lehdessä, kuten missä tahansa muussakin tiedotusvälineessä, käytetään valtaa sekä tehdään tietoisia ja tiedostamattomia valintoja, jotka vaikuttavat liike-elämän toimijoiden käsityksiin taloudesta ja liike-elämästä (vrt. Lämsä & Tiensuu 2000, 13). Tiedotusvälineissäkään ei kielen avulla vain passiivisesti välitetä tai kuvata asioita, vaan myös aktiivisesti tuotetaan mielikuvia ja merkityksiä: niissä otetaan kantaa asioihin, valitaan näkökulmia, korostetaan toisia seikkoja toisten kustannuksella ja osallistutaan keskusteluun todellisuuden luonteesta. Koska tiedotusvälineillä on valtaa (erityisesti ammattilehdillä kuten Talouselämä-lehti) on mielestäni tärkeää pohtia, miten yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta puhutaan Talouselämä-lehdessä. Oletan, että teksteistä on mahdollista tunnistaa systemaattisen tarkastelun avulla erilaisia diskursseja, keskenään kilpailevia merkityssysteemejä, joissa määritellään yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta eri tavalla.

3.3 Retoriikan tutkimuksesta

Moraalifilosofian eli modernin etiikan ongelmat kuuluvat Airaksisen (1987, 11) mukaan myös retoriikan alaan, sillä eettisistä ongelmista keskusteleminen on aina myös suostuttelua ja toisen ihmisen mielipiteisiin vaikuttamista tavalla, joka ei ole vain logiikkaa tai empiiristä tiedettä. Perelmanin (1996, 8) mukaan Aristoteles erotti kaksi päättelyn lajia, analyyttisen ja dialektisen. Kun analyyttiset päätelmät ovat todistusluonteisia ja yleispäteviä, on dialektisen päättelyn kohdalla toisin: Aristoteleen mukaan päättelyä voidaan pitää dialektisena, kun sen premisseinä on yleisesti hyväksytyjä mielipiteitä. Dialektisessa päättelyssä haetaan yleisesti tunnustetun nojalla hyväksyntää väitteille, jotka ovat tai voivat olla kiistanalaisia. Tällöin esitetään argumentteja, jotka voivat olla enemmän tai vähemmän vahvoja mutta eivät koskaan puhtaan muodollisia, kuten analyyttisessä päättelyssä.

Summan (1998) mukaan retoriikka voidaan jakaa kolmeen eri luokkaan sen mukaan, mihin kielenkäytön tasoon huomio suunnataan: puheiden tai esitysten retoriikkaan, argumentoinnin retoriikkaan sekä trooppien tai mielikuvien retoriikkaan. Tutkielmani kannalta tärkein on argumentoinnin retoriikka, koska argumentointi suuntaa huomion esityksen niihin aspekteihin, joilla pyritään muuttamaan tai vahvistamaan yleisön käsityksiä asioista. Modernin, argumentointia

painottavan retoriikkatutkimuksen käynnistäjinä voidaan Palosen ja Summan (1998, 10–11) mukaan pitää Perelmania ja Toulminia. Summan (1998, 64) mukaan Perelman kumosi retoriikan pelkkään kaunopuheisuuteen rajoittuvan merkityksen tuomalla sen takaisin klassiseen yhteyteensä päättelyn ja vakuuttamisen taidoksi. Argumentaation tutkiminen elävässä elämässä pureutuu tietämisen ja tahtomisen leikkauskohtiin ja niiden ilmenemiseen kielenkäytössä; se ei siis vedä rajaa järjen ja tunteen välille, vaan vetoaa molempiin. Oma retorinen analyysini perustuu uuteen retoriikkaan ja erityisesti Perelmanin retoriikkateoriaan, jonka ohella käytän Kakkuri-Knuutilan toimittamaa argumentaation, väittelyn ja retoriikan oppikirjaa *Argumentti ja Kritiikki* (2000).

Summan (1998, 63) mukaan Perelman otaksuu, että arvo- ja tosiasiapäätelmien vastakkainasettelu ja asettelu keskinäiseen arvojärjestykseen (jossa tosiasiat ovat aina ensisijaisia) kieltää arvopäätelmiltä rationaalisen perustan. Yhteiskunnallisten instituutioiden, myös talouden, legitimiisyys perustuu käsitykseen, että myös tällaisista kysymyksistä voidaan tehdä järkeen pohjautuvia ratkaisuja. Yhteisymmärrys syntyy argumentoinnin kautta ja siksi luonnollista argumentaatiota on tutkittava todellisissa tilanteissa. Summan (1989, 93–94) mukaan *Perelman väittää, että kaikki inhimillinen päättely etenee retorisesti, koskipa se sitten arvoja, mielipiteitä, päätöksiä tai uskomuksia*. Tästä seuraa, ettei retorinen vakuuttaminen ole petollista tai pinnallista sanoilla vaikuttamista, vaan 'normaalialla' järjellisen inhimillisen ajattelun ja vuorovaikutuksen tekniikkaa.

Modernissa retoriikassa on korostettu retoriikan ja retorisen argumentoinnin yhteyttä toimintaan ja maailman muuttamiseen: Bitzerin mukaan retorisessa tilanteessa ihmisten välinen keskustelu voi synnyttää tilannetta olennaisesti muuttavaa toimintaa. Myös Perelman korostaa retoriikan ja toiminnan välistä yhteyttä; hänelle ero 'vain järkeen' vetoavan *vakuuttamisen* ja toimintaa tuottavan *vaikuttamisen* välillä on ainoastaan näennäinen. (Summa 1989, 93–94.) Kakkuri-Knuutilan ja Halosen (2000, 86) mukaan eräs hyödyllinen argumentaatiota koskeva jaottelu onkin teoreettisen ja käytännöllisen argumentoinnin erottaminen toisistaan. Käytännöllinen argumentointi liittyy läheisesti toimintaan, jolloin väite ilmaisee aikomuksen, toimintakehotuksen, suosituksen, arvon tai normin. Teoreettinen argumentointi ei sen sijaan liity suoraan toimintaan vaan koskee kuvauksia siitä, miten asiat ovat. Keskustelu yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta perustuu käytännölliseen argumentointiin, koska siinä pyritään tuottamaan tietty käsitys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta ja kehoitetaan ihmisiä tai yrityksiä toimimaan jollakin tietyllä tavalla.

Käytännöllinen argumentointi laajassa merkityksessään sisältää myös moraalisen argumentoinnin. Hallamaa (2000, 226–228) huomauttaa, että vaikka ero käytännöllisen ja moraalisen argumentoinnin välillä ei ole suuri, on se silti tärkeä ottaa huomioon. Molemmat sisältävät arvoja ja normeja (arvojen varaan rakentuvia, käyttäytymistä ohjaavia sääntöjä), mutta moraalinen argumentointi liittyy perustavanlaatuisiin kysymyksiin siitä, mitä on hyvä inhimillinen elämä ja kuinka ihmisten tulisi toimia toisiaan kohtaan, jotta he menettelisivät oikein. Hallamaan (mt.) mukaan oikeudenmukaisuus, vapaus, tasa-arvo ja itsemääräämisoikeus ovat esimerkkejä eettisistä arvoista, kun taas taloudellisuus, tehokkuus ja toimivuus ovat käytännöllisiä arvoja, joskin jonkin käytännöllisen arvon edistäminen saattaa edistää tai heikentää jonkin eettisen arvon toteutumista. Tarkastelemissani teksteissä eettiset ja käytännölliset arvot kietoutuvat läheisesti toisiinsa, joten niiden erottelu on mahdotonta. Tutkielmassani analyysin kohteena on käytännöllinen argumentointi laajassa määritelmässään, jolloin se sisältää myös moraalisen argumentoinnin.

Moraalisia argumentteja esitetään silloin, kun halutaan muuttaa vallitsevia oloja tai kun yritetään estää asioiden muuttuminen ja *perusteluissa nojataan hyvää elämää koskeviin käsityksiin*. Moraalisessa argumentaatiossa vedotaan tosiasioihin, arvoihin ja normeihin sekä tukeudutaan taustaoletuksiin kuten käytännöllisessäkin argumentaatiossa, mutta edellisessä arvojen, normien ja taustaoletusten voidaan katsoa sisältävän moraalisen aspektin tai olevan moraalisia. Vaikka tosiasiaväitteitä käytetään moraalikeskustelussa samaan tapaan kuin muussakin argumentoinnissa, heijastavat argumentoijan esittämät tosiasiat toisinaan hänen moraalista näkökulmaansa. Koska moraalinen argumentaatio liittyy tavoitteelliseen toimintaan, asioiden muuttamiseen, viitataan argumenteissa usein tulevaisuuteen, vielä toteutumattomiin asiointiloihin. Moraalisessa argumentoinnissa siis vedotaan tulevaisuutta koskeviin ehtolauseisiin, jotka väittävät, että toimimalla tietyllä tavalla todellisuus muuttuu haluttuun suuntaan. (Hallamaa 2000, 226–227.)

Perelmanin (1996, 16–27) mukaan argumentaation tavoitteena on hankkia tai lisätä esitettyjen väitteiden kannatusta. Tämä tavoite edellyttää aina yleisön olemassaoloa – jonkinlaista kohtaamista ja yhteisymmärrystä yleisön kanssa, joka ääritapauksessa on puhuja itse. Yleisö ei kuitenkaan aina koostu siitä joukosta tai henkilöstä, jolle puhuja sanansa osoittaa, vaan niistä kaikista, joihin puhuja haluaa argumenteillaan vaikuttaa. Yleisön koostumus ja etenkin koko voi siis vaihdella tuntuvasti;

universaalilla yleisöllä tarkoitetaan koko ihmiskuntaa tai ainakin sen päteviä ja järjellisiä jäseniä. Universaaliyleisön vastakohta on erityisyleisö, jonka koostumus tiedetään ennalta ja näin ollen pyritään vetoamaan sen erityisiin odotuksiin ja vaatimuksiin. (mt., 16–27.) Koska Talouselämä-lehti on liike-elämän ammattilehti, määrittelen sen lukijat *erityisyleisöksi*. Tämä yleisö koostuu kaikista niistä, jotka lukevat lehteä säännöllisesti tai satunnaisesti. Yleisöstä on kuitenkin olemassa melko tarkkojakin tietoja, sillä lehden toimituksella on käytössään tutkimusten perusteella muodostettu lukijaprofiili, joskin myös muut kirjoittajat tietävät kirjoittavansa liike-elämän toimijoille ja taloudesta kiinnostuneille.

Argumentaation onnistumisen edellytys on sen sovittaminen yleisön mukaan. Tästä seuraa, että puhujan on lähdettävä liikkeelle premisseistä, joilla jo on yleisön hyväksyntä ja kyettävä siirtämään tämä hyväksyntä johtopäätökselle. Jos puhuja jättää yleisön hyväksynnän varmistamatta, hän syyllistyy vakavaan virheeseen, joka tunnetaan nimellä *petitio principii* eli luvaton ennakkopäätelmä. On muistettava erottaa toisistaan tietyn väitteen totuus ja sille osoitettu hyväksyntä; kiistanalaisen väitteen olettaminen hyväksytyksi, vaikka se olisikin tosi, syyllistää puhujan luvattomaan ennakkopäätelmään. Ellei premissejä varauksetta hyväksytä, on puhujan aloitettava suostuttelunsa niiden vahvistamisella kaikin mahdollisin keinoin, koska hyväksynnän siirto premisseistä johtopäätöksiin edellyttää tietynlaisen sidoksen luomista premissien ja lanseerattavien väitteiden välille. On tietenkin mahdollista, että tarjottu johtopäätös on vastoin kuulijan vakaumusta, jolloin on helpompaa luopua siitä ennemmin kuin hyväksyä se. Argumentoinnin lähtökohdista voidaan erottaa *todellisuutta koskevat seikat ja toivottavat asiaintilat*. (Perelman 1996, 28–30.) Suhde (oletettuun) yleisöön tekee argumentaatiosta monipolvisen ja yllätyksellisen tapahtuman, koska argumentin vakuuttavuus rakentuu viime kädessä vasta sen vastaanotossa (Jokinen 1999, 128–129).

Arkiajattelussa ja kielessä ‘totuudet’ ja ‘tosiasiat’ mielletään objektiivisiksi totuuksiksi, mutta argumentaation analysoija ei voi jättää huomiotta yleisön asennoitumista niihin – muutoin hän syyllistyy luvattomaan ennakkopäätelmään (Perelman 1996, 30). Faktan aseman voi siis saavuttaa argumentoinnissa vain sellainen tosiasiapäätelmä, jonka universaaliyleisö voisi hyväksyä (Summa 1998, 70). Jos yksikin kuulijoista kiistää totuuden tai tosiasian, puhuja ei voi sitä enää käyttää osoittamatta kritiikkiä pätemättömäksi. Näin totuuden tai tosiasian status ei ole ehdoton, vaan se voidaan aina kyseenalaistaa, joskin yleisesti hyväksytyyn totuuden kieltäminen ilman riittäviä

perusteita voi saattaa puhujan naurunalaiseksi. Tehokkain keino tietyn totuuden tai tosiasian pätevyyden kumoamiseksi on osoittaa sen yhteensopimattomuus muiden, mahdollisimman monien varmempien totuuksien kanssa. (Perelman 1996, 30–31.)

Totuuksien ja tosiasioiden lisäksi argumentaatiossa tukeudutaan myös oletuksiin tai otaksumiin. Vaikka ne eivät olekaan niin varmoja kuin totuudet ja tosiasiat, antavat ne usein riittävän perustan vakuuttamiselle. Yleensä otaksumat koskevat sitä, mitä normaalisti tapahtuisi, mutta ne voivat kuitenkin joutua ristiriitaan tosiasioiden kanssa. Otaksuman välittömin seuraus on todistamisen vaatimuksen siirtyminen vastustajalle. (Perelman 1996, 32.) Vaikka otaksuman tai oletuksen seurauksena ei ole tietyn kannan todistaminen oikeaksi, siirtyy todistustaakka aina vastustajalle. Tämän seurauksena oma näkemys jää vallitsevaksi perustaksi, kunnes taas toisin todistetaan. Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun diskursseissa käytetään sekä tosiasioita että otaksumia oman kannan argumentoinnissa. Tosiasiaväitteidenkin taustalla tosin heijastuu kirjoittajan moraalinen näkökulma asiaan (ks. Hallamaa 2000, 227).

Vaikka argumentaatiossa tarvitaan sekä abstrakteja (kauneus, oikeus) että konkreettisia *arvoja* (isänmaa, kirkko), Perelmanin (1996, 36) mielestä abstraktit sopivat paremmin yhteiskunnallisen kritiikin lähtökohdiksi, koska ne voivat tarjota perustaa muutosvaatimuksille ja jopa vallankumoukselliselle hengelle. Yleispätevillä arvoilla on tärkeä rooli argumentaatiossa, sillä niitä voidaan käyttää suostuttelukeinoina, eräänlaisina "mentaalisisinä työkaluina", joilla ei välttämättä ole mitään tekemistä argumentoitavan väitteen kanssa. Arvojen ohella argumentaatiossa turvaudutaan *hierarkioihin*, jotka voidaan jakaa konkreettisiin ja abstrakteihin sekä homogeenisiin ja heterogeenisiin. Heterogeenisissä hierarkioissa rinnastetaan toisiinsa erilaisia arvoja, kun taas homogeeniset perustuvat määrään. Aristoteleen määrään liittyvän päättelysäännön mukaan on pidettävä parempana sitä, mikä hyödyttää monia kuin sitä, mikä hyödyttää vain harvoja. (mt., 34–36) Etenkin tällaisesta monien edun asettamisesta (utilitaristinen näkemys) harvojen edun edelle aineistosta löytyy useita esimerkkejä.

Retorisen analyysin kohteena on itse teksti ja tekstissä käytetyt vaikuttamisen keinot. Retorisen analyysin tekijältä edellytetään Kakkuri-Knuutilan (2000a, 234–235) mukaan empiiristä tietoa tekstin käsittelemästä asiasta, tekstin tuottamisen tavoitteista ja menettelytavoista, samoin kuin

erilaisista aiotuista ja mahdollisista yleisöistä. Lisäksi tutkijalta edellytetään kohteena olevan alan kielen ja siihen sisältyvien argumenttitapojen tuntemusta. Asiasisällön lisäksi retorisessa analyysissä ollaan kiinnostuneita ilmiöiden tunnelatauksista sekä puhujan ja kuulijan suhdetta osoittavista ilmauksista sekä tekstin laajemmasta sosiaalisesta yhteydestä. Kakkuri-Knuutila (mt., 236) huomauttaa myös, että retorinen analyysi tuo oman lisänsä tekstin kokonaisuuden tarkasteluun, jolloin kiinnitetään huomiota erityisesti *tekstin tyyliin, tekstin osien keskinäisiin painotuksiin ja järjestykseen* sekä *toistoon*. Toisto on yksi tavanomaisimpia retorisia vaikutuskeinoja, mutta paljon käytettynä sen vaikutus voi kääntyä päinvastaiseksi, mikä tosin pätee myös muihin retorisiin tehokeinoihin. Toistoa käytetään joskus myös vastaanottajan harhauttamiseksi, jolloin epäoleennaisia tai vähäpätöisiä seikkoja korostamalla saadaan yleisön huomio pois itselle ikävistä pääasioista.

Billig (1987, 94–95 Vihisen 1998, 222 mukaan) korostaa, että retoriikkaan liittyy avoimuus, sillä retorisessa kontekstissa on mahdollista esittää samasta asiasta keskenään ristiriitaisia, mutta arvosteltavissa ja perusteltavissa olevia väitteitä. Tällöin on mahdotonta löytää ainoastaan yhtä oikeaa ratkaisua, kuten loogisen päättelyn säännöt edellyttävät. Tämä vaihtoehtoisten näkemysten mahdollisuus on luonteenomaista juuri poliittisille, eettisille ja juridisille kysymyksille. Epäilemättä myös yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta koskevassa keskustelussa on erittäin vaikeaa löytää yhtä oikeaksi katsottavaa näkökulmaa. Erimielisiä ollaan niin yritysetiikan sisällöstä, yhteiskunnallisen vastuun laajuudesta kuin yrityksen tehtävästäkin yhteiskunnassa.

Määrittelen kaikki analysoinnin kohteena olleet yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta koskevat artikkelit retoriikaksi nimenomaan käsitteen positiivisessa tai ainakin toiminnallisessa merkityksessä. Niiden tarkoitus on *vakuuttaa*, vahvistaa tai muuttaa mielipiteitä, mutta selvästi myös *vaikuttaa*, tuottaa toimintaa. Analysoin aineistoani kokonaisuuden näkökulmasta (ks. Kakkuri-Knuutila 2000a, 238–240), sillä keskityn yksittäisen tekstin argumentaation lisäksi tekstin tyyliin, tekstin osien keskinäisiin painotuksiin ja järjestykseen sekä toistoon ja muihin kielellisiin tehokeinoihin tekstin kokonaisuuden kannalta. Tarkoitukseni on retorisen analyysin avulla täydentää diskurssianalyttistä tulkintaani esittelemällä ja arvioimalla diskursseissa tehtyjä valintoja sekä niissä käytettyjä kielellisiä tehokeinoja ja argumentaatiota. Erityisesti pyrin retorisen analyysin avulla vastaamaan alaluvussa 2.6 asettamiini kolmeen viimeiseen alatutkimuskysymykseen. Tavoitteenani on siis tunnistaa ensinnäkin diskursseissa käytettyjä ja tuotettuja arvoja, toiseksi

kiinnittää huomiota siihen, kuka teksteissä määritellään vastuulliseksi subjektiksi ja kolmanneksi tunnistaa diskursseissa oletettu lukijakuva eli yleisö.

3.4 Tekstien tulkinnasta

Tulkitseminen on asioiden näkemistä uudella tavalla, ulkopuolisen näkökulmasta. Se on myös interventiota, asioihin puuttumista, sillä siinä todellisuutta tehdään ymmärrettäväksi ja sillä on myös moraalisia vaikutuksia. (Sulkunen 1997, 19.) Mikä sitten erottaa arkitiedon ja tieteen nimissä tehdyt tulkinnat toisistaan? Sulkusen (mt., 21) mukaan voidaan ajatella, että jotkut tulkinnat ovat kiinnostavampia kuin toiset, vaikka mikään tulkinta ei ole ainoa oikea ja vaikka kaikki tulkinnat ovat aina uusien tulkintojen kohteena. Sosiaalisen todellisuuden kiinnostava tulkinta edellyttää tulkittavan aineiston rajojen ylittämistä, sillä tulkinta tuo sosiaalisesta todellisuudesta esiin jotakin sellaista, joka muuten jää huomaamatta. Tulkinnan ja tulkittavan kohteen välillä vallitsee siis epäsymmetria, minkä saa aikaan teoria: teoria todellisuuden ymmärrettävyydestä ja toisaalta historiallinen taustateoria siitä yhteiskunnasta ja kulttuurista, johon tulkittava ilmiö kuuluu.

Laadulliseen analyysiin ja tulkintojen tekemiseen on olemassa kaksi periaatteellista lähestymistapaa. Ensimmäisessä pitäydytään tiukasti aineistossa ja tulkinnat rakennetaan tiukasti aineistosta käsin, kun taas jälkimmäisessä aineisto toimii tutkijan teoreettisen ajattelun lähtökohtana, apuvälineenä tai tulkintojen lähtökohtana (Eskola & Suoranta 1998, 146). Olen käyttänyt tutkimuksen edetessä molempia tapoja: aloitin tutkimukseni täysin aineistolähtöisenä ja rakensin ensimmäiset käsitteelliset välineeni pelkästään aineistosta käsin. Koska tutkimukseni kuitenkin eteni vaiheittain pienemmästä kokonaisuudesta suurempaan, olen toisessa vaiheessa väistämättä käyttänyt aineistoa myös oman teoreettisen ajatteluni lähtökohtana. Vaikka tutkimusraportissani tutkimus näyttää etenevän teoriasta empiriaan, käytännössä lähdin liikkeelle aineistosta, johon olen palannut tutkimuksen kaikissa vaiheissa yhä uudelleen ja uudelleen.

Ennen varsinaista tulkintaa aineistoa on käsiteltävä, eli siitä on karsittava kaikki turha ja saatava se sellaiseen muotoon, että siitä voidaan löytää vastauksia sille asetettuihin kysymyksiin (Ehnröth 1990, 37). Aluksi pyrin pääsemään arkiajattelua abstraktimmalle tasolle ryhmittelemällä valitsemiani artikkeleita ensin aiheen, sitten kirjoittajan näkökulman, mielipiteiden ja lopulta

puhetavan mukaan. Aineistoon on otettu mukaan hyvin erityyppisiä tekstejä, esimerkiksi pääkirjoituksia, kolumneja, artikkeleja ja uutisia, mikä tekee jaottelun artikkelien tai kirjoittajien perusteella vaikeaksi. Lisäksi aineisto sisältää erittäin ristiriitaista ja moninaista materiaalia, minkä vuoksi alkuvaiheissa epäilin minkäänlaisen jäsennellyn tulkinnan tekemisen olevan jopa mahdotonta. Miten ikinä pystyisin luomaan oman tulkintakehyksen ja vielä perustelemaan sen niin, että lukija ymmärtäisi lähtökohtani ja tulkintakehykseni?

Tulkintaa ja ymmärtämistä tutkitaan hermeneutiikassa, joka on eräs filosofian osa-alue. Kakkuri-Knuuttilan ja Ylikosken (2000, 30) mukaan tulkinnassa on pidettävä mielessä kolme hermeneutiikan periaatetta, jotka ovat esiymmärrys, hermeneuttinen kehä ja ilmeisyys. Esiymmärryksellä tarkoitetaan kaikkia niitä ennakkokäsityksiä, joita tutkijalla on tulkittavasta asiasta ja jonka pohjalta siis hän siis aloittaa tulkintansa. Tulkinnassa tutkija hiljalleen korjaa käsityksiään, jotka siis toimivat ymmärryksen lähtökohtana, mutta eivät saa määrätä tutkimuksen lopputulosta. Ilmeisyyden periaatteella tarkoitetaan puolestaan tulkinnan ja tekstin välistä sopusointua. Tulkinnan tavoitteena on paljastaa tulkittavan tekstin merkityssisältö ja tulkinnan voidaan sanoa olevan tyydyttävä, kun tekstin kaikkien osien merkitykset sopivat yhteen, eikä tärkeitä osia jää selityksettä esitetyn tulkinnan ulkopuolelle. Omiin ennako-oletuksiini sekä tulkintani ilmeisyyden toteutumiseen palaan vielä tutkimuksen luotettavuuden pohtimisen yhteydessä luvussa 4.3.

Hermeneuttisessa kehässä tekstin osan merkitys liittyy tekstin kokonaisuuteen, sillä siinä kokonaisuus pyritään ymmärtämään osien kautta ja osia vuorostaan kokonaisuuden kautta: prosessi kulkee kehämäisesti ilmauksesta sen merkitysyhteyteen ja takaisin (Kakkuri-Knuuttila 2000b, 30). Tutkija käy dialogia aineistonsa kanssa, kunnes vähitellen lähestyy perusteltua tulkintaa. Tulkintahypoteesien keksimiseen ei ole vankkaa menetelmää, minkä vuoksi aikaisempi tutkimus ja tutkijan oma intuitio ovat keskeisiä. Ensimmäisten tulkintojen oikeellisuudella ei ole suurtakaan merkitystä, sillä hermeneuttisen kehän edetessä niitä voidaan korjata oletusten ja niiden koettelu vuorovetona. Lopulta päädytään tulkintaan, joka saa tukea. Itse asiassa vain ensimmäinen hypoteesi perustuu aineistosta riippumattomaan intuitioon ja viimeinen onkin lopulta jo tulkinta (Ehrnrooth 1990, 36–37.) Tähän tapaan etenin myös omassa analyysissäni ja tulkinnassani, joskin tutkimusraportista olen jättänyt pois ne monet yritykset ja erehdykset, joita tutkimuksen edetessä

olen tehnyt. Seuraavissa luvuissa pyrin esittelemään tutkimusaineistoni, analyysivaiheeni sekä tulkintani mahdollisimman perusteellisesti ja yksityiskohtaisesti.

4 TEKSTEISTÄ KOHTI TULKINTAA

4.1 Tutkimusaineisto ja sen hankkiminen

Tutkimusaineistoksi olen rajannut *Talouselämä*-lehdessä 1990-luvulla julkaistut yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallistas vastuuta koskevat artikkelit. *Talouselämä*-lehti on 1990-luvulla ollut keskeisin ammattilehti liike-elämässä, ja se tulee automaattisesti esimerkiksi jokaiselle ekonomiliittoon kuuluvalla. Siten lehdessä käyty keskustelu antaa viitteitä yleisemminkin liike-elämässä vallitsevista käsityksistä yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta. Tarkastelun kohteeksi olen ottanut 1990-luvun, koska yritysetiikkakeskustelua herätetty henkiin 1980-luvun lopulta alkaen. Ciullan (1991, 68–84 Kangasojan 1994, 23 mukaan) mielestä keskeisimmät syyt 1990-luvun kansainväliseen yritysetiikkakeskusteluun löytyvät poliittisesta konservatismista, liike-elämää koskevan sääntelyn purkamisesta, eettisestä pluralismista ja kansainvälistymiskehityksestä. Yritykset ovat myös entistä suurempia ja niillä on yhä enemmän valtaa, mistä voidaan ajatella seuraavan myös vastuuta (Laurila 1995; Tamminen 1994). Lisäksi kasvanut ekologinen kiinnostus ja maailman luonnonvarojen niukkuus ovat lisänneet mielenkiintoa etiikkaan, samoin kuin paljon julkisuutta saaneet liike-elämän skandaalit (Kangasoja 1994, 23). Yritystoiminnalle on nähdäkseni ryhdytty etsimään uusia normeja, kun perinteiset ovat käyneet riittämättömiksi kehityksen mukanaan tuomien haasteiden ja riskien hallitsemiseen. Tämän seurauksena etenkin kuluttajat ovat alkaneet vaatia yrityksiltä entistä eettisempää toimintaa.

Oletustani tukee Beckin (1990, 104) ajatus riskiyhteiskunnasta, jossa talous on näennäisen riippumaton tuottamistaan vaaroista luovuttaessaan ne ympäristöön, missä niitä ei lueta kenenkään syyksi. Samalla se luo omassa piirissään monenlaisia ristiriitoja: esimerkiksi toinen teollisuudenhaara (esim. matkailuteollisuus) myy tai tarjoaa sellaista palvelua, jota toinen (esim. kemianteollisuus) saastuttaa. Toisella puolella ovat siis yritykset, joiden elämä perustuu kokonaan toisten saastuttamaan ympäristöön ja toisella taas ne, jotka samanaikaisesti tuottavat sekä saastuttavaa ja saastumista ehkäisevää teknologiaa (Beck 1990, 206). Seurauksena voi olla julkinen taistelu, jossa median avulla luodaan mielikuvia syyllisistä ja syyttömistä, vastuullisista ja vastuuttomista yrityksistä. Lisäksi kiistää käydään eettisen toiminnan sisällöstä ja perusteluista sekä voitonjaon oikeudenmukaisuudesta.

Aineistoa kerätessä olen käynyt läpi kaikki Talouselämä-lehdet vuoden 1990 alusta vuoden 1999 loppuun saakka. Artikkelien löytäminen oli melko työlästä, sillä uudemmissa Talouselämä-lehdissä sisällysluettelosta ei voinut päätellä kovinkaan paljon etenkään pääkirjoitusten, kolumnien ja mielipidekirjoitusten sisällöstä. Käytännössä olenkin selannut lehdet kannesta kanteen ja kiinnittänyt erityistä huomiota sanoihin, jotka läheisesti liittyvät tutkimusaiheeseeni. Tällaisia ovat esimerkiksi yritysetiikka, etiikka, moraali, arvot, vastuu ja yhteiskunnallinen vastuu. Joitakin artikkeleita olisin tietenkin voinut ottaa mukaan, vaikka niissä ei käytettykään moraalin tai etiikan tai niihin läheisesti liittyviä käsitteitä, sillä niissä on voitu kirjoittaa asioista, joita voidaan pitää moraalisisina. Olen kuitenkin rajannut ne tutkimukseni ulkopuolelle kahdesta syystä: ensinnäkin siksi, että aineiston kerääminen kohtuullisessa ajassa oli ylipäänsä mahdollista ja toiseksi siksi, että tarkoitus oli tarkastella sitä, miten nimenomaan yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoitetaan.

Tarkasteltavana ajankohtana löysin yhteensä noin seitsemänkymmentä jollakin tavalla yritysetiikkaan ja moraaliin, yrityksen yhteiskunnalliseen vastuuseen tai yrityksen arvoihin liittyvää artikkelia. Valitut artikkelit on mahdollista erotella ensinnäkin pohdiskeleviin kirjoituksiin, joihin luen niin pääkirjoitukset, kolumnit, mielipidekirjoitukset kuin niin sanotut asiantuntijoidenkin kirjoitukset esimerkiksi Johtoaihe- ja Kaksi sivua -palstoilla. Toisena ryhmänä erottuivat yritysetiikkaan liittyvät haastattelut, artikkelit ja raportit. Aineistoon syvennyttyäni kuitenkin havaitsin, etteivät kaikki niistä olleet hedelmällisiä tutkimuskysymykseni kannalta. Osassa käsiteltiin moraalialta tai arvoja pelkästään yhteiskunnallisella tasolla, esimerkiksi politiikan moraalialta tai puhuttiin ainoastaan yksilön eettisestä toiminnasta liittämättä sitä talouselämään. Toinen selkeä poissuljettava ryhmä olivat yritysten arvoja tai arvokoodia käsittelevät lyhyet uutisoinnit. Lopullisen analyysin kohteeksi olen jättänyt kolmekymmentäviisi selvimmän yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta – niiden tarpeellisuutta, merkitystä ja sisältöä – pohtivaa ja käsittelevää artikkelia.

Määrällisten arvioiden tekeminen yritysetiikkaa käsittelevien artikkelien lukumäärästä Talouselämä-lehdessä eri ajankohtina on eräs mahdollinen tapa tulkita yritysetiikan asemaa talouden alalla. Ylipäänsä aiheesta on kirjoitettu lehdessä melko vähän, mutta aiheen käsittely on lisääntynyt

tasaisesti koko 1990-luvun ajan. Tutkimusajankohta, 1990-luku, on erityisen mielenkiintoinen, koska vuosikymmenen alkupuolella Suomea ravisteli ankara taloudellinen lama, jolloin kokonaistuotanto romahti, valuutta devalvoitui, valtio velkaantui, korot nousivat ja työttömyys kasvoi puoleen miljoonaan. Lama oli syvimmillään vuonna 1993, mutta suomalainen yhteiskunta toipui siitä yllättävänkin nopeasti ja keskeiset talouden mittarit osoittivat kasvua jo vuonna 1995, jolloin myös inflaatio taittui hyvin alhaiseksi (Melin 1999, 16). Lama näkyy Talouselämä-lehden sivuilla yritysetiikkaan ja yrityksen yhteiskunnalliseen vastuuseen liittyvän keskustelun vähäisyytenä tai jopa puuttumisena. Mielenkiintoista on, että määrällisesti keskustelu yritysetiikasta Talouselämä-lehdessä liittyy kiinteästi taloudelliseen nousukauteen – näyttää siis siltä, että etiikasta puhutaan vasta kun siihen on varaa. Samaan tulokseen on päätenyt Kujala (2001; ks. myös Laurila 1995) tutkiessaan yritysjohtajien käsityksiä yritysetiikasta. Tutkimuksen mukaan yritysjohtajien mielestä moraalikysymyksiin on varaa paneutua vasta sitten, kun taloudellinen tilanne on vakaa. Kujalan tutkimuksesta selviää myös, että yritysjohtajat pitivät muista huolehtimista tärkeämpänä arvona vuonna 1999 kuin 1994.

Vuonna 1990 Talouselämä-lehdessä julkaistiin yhteensä viisi artikkelia, jotka käsitelivät etiikkaa ja sen suhdetta liike-elämään ja talouteen. Mielenkiintoista on, että kaikki artikkelit olivat niin sanottujen akateemisten kirjoittajien tekemiä, joko Kaksi sivua tai Johtoaihe-palstalla. Talouselämä-lehden omat toimittajat eivät olleet kirjoittaneet aiheesta lainkaan. Myös vuosina 1991–1994 aiheesta kirjoitettiin vähän, vain 3–6 kertaa vuodessa. Teemoina olivat muun muassa vastuu, johtajien etiikka, luottamus ja arvot. Vieraillevien kirjoittajien rinnalle tulivat haastattelut ja lyhyet artikkelit sekä uutisoinnit aiheesta. Ensimmäinen 1990-luvun laajempi artikkeli ympäristöjohtamisesta ja ympäristöarvojen kaupallistamisesta kirjoitettiin Talouselämässä vuonna 1995. Muita teemoja olivat arvot ja moraalit sekä osakevälittäjien moraalit. Ympäristöjohtamisen lisäksi lehdessä julkaistiin samaisena vuonna laaja artikkeli eettisestä kuluttajasta, joka paikannettiin uudeksi markkinavoimaksi. Seuraavana vuonna kirjoitettiin geeniruuasta ja arvoista useita kertoja, yhteensä noin kuusi artikkelia. Vuonna 1997 kirjoitettiin johtajan vastuusta ja etiikasta, arvoista, uskonnollisista vaikuttajista ja etiikan puolesta puhujista sekä yksi mielipidekirjoitus yleensä talouselämän ja yhteiskunnan moraalista pankkikriisiä selvitettäessä.

Vuosi 1998 oli yritysetiikan ja yhteiskunnallisen vastuun vuosi *Talouselämä*-lehdessä. Yli viisitoista artikkelia käsitteli tutkimusongelmaani liittyviä asioita eli muun muassa arvoja, moraalialueita, eettistä vastuuta ja yrityskansalaisuutta. Artikkeleissa esiteltiin kaksi yritystä, jotka olivat kunnostautuneet yrityskansalaisina, toinen omasta tahdostaan, toinen pakosta. Lisäksi kirjoitettiin optioista sekä puolesta että vastaan. Tarkasteluajankohdan viimeisenä vuonna, 1999, käsiteltiin etiikkaa ja yhteiskunnallista vastuuta myös melko usein. Aiheesta julkaistiin noin kymmenen artikkelia, joissa kirjoitettiin arvoista, sijoittamisen etiikasta, optioista ja yrityksen sosiaalisesta vastuusta ja omistajavastuusta.

4.2 Aineiston parissa

Luin aineiston ensimmäiset kerrat tehdessäni cum laude –seminaarityötä syksyllä 1999 ja keväällä 2000, jolloin tarkoitukseni oli tarkastella diskurssianalyysin avulla sitä, miten yritysetiikasta kirjoitetaan. Ensimmäisen tulkintani mukaan tapaan, jolla yritysetiikasta puhutaan, vaikutti eniten puhujan positio. Ensisilmäyksellä näytti siltä, että kirkon edustajat ja filosofit olivat selvimminkin vaatimassa yritysetiikkaa osaksi liike-elämää, kun taas yritysmaailman edustajat suhtautuivat siihen varauksellisesti. Ratkaisu osoittautui kuitenkin kestävämmäksi, sillä ryhmittelyn tulos oli väkinäinen, enkä saanut eriteltyä selkeitä diskursiivisia muodostumia sen perusteella. Eräs ongelma on se, että artikkelien tekstien *puhujat voivat olla eri tahoja kuin kirjoittajat*. En voinut tietää kaikkien kirjoittajien ja puhujien taustoja ja motiiveja ja lisäksi artikkeleissa oli ristiriitaisuuksia, joita mekaaninen jako kirjoittajan positioon perustuen ei kyennyt tavoittamaan. Tämän jälkeen palasin artikkeleihin yhä uudelleen ja uudelleen tarkoitukseni löytää niitä yhdistäviä tai erottelevia seikkoja.

Viimein päädyin irrottautumaan kokonaan kirjoittajasta ja pyrin lukemaan artikkeleita teksteinä, joissa keskeistä oli yritysetiikka ja sen määrittäminen. Tutkimuskysymykseksi hahmottui tuolloin yritysetiikka ja se, miten siitä kirjoitetaan. Huomasin, että eettistä toimintaa perusteltiin hieman eri tavalla eri yhteyksissä ja jopa samassakin artikkelissa. Olennaista näytti olevan suhtautuminen yritysetiikkaan ja eettisen toiminnan perusteluun: toisissa teksteissä taloudellinen voitto näyttäytyi eettisen toiminnan motiivina ja perusteluna, kun taas toisissa kiellettiin toiminnan eettisyys, jos niin oli toimittu ainoastaan voiton tavoittelun vuoksi. Tässä kohtaa paneuduin yritysetiikkakirjallisuuteen

ja huomasin, että edellä kuvattu kahtiajako näkyi myös perinteisissä etiikan teorioissa. Toisissa teorioissa eettisen toiminnan perusteena olivat motiivit ja halu toimia eettisesti, kun taas toisissa seuraukset näyttivät ratkaisevan.

Palasin aineistooni seuraavan kerran keväällä 2001 ja taas uudelleen syksyllä 2001 tavoitteenani pro gradu –työn kirjoittaminen ja valmistuminen. Luettuani aineiston läpi jälleen useaan kertaan vahvistui alkuperäinen tulkintani yritysetiikan ja eettisen toiminnan ristiriitaisesta määrittelystä. Tällä kertaa huomasin kuitenkin myös muita ristiriitoja, joista tärkeimmäksi nostin suhtautumisen yrityksen yhteiskunnalliseen vastuuseen. Havaitsin, että teksteissä määriteltiin yrityksen yhteiskunnallista vastuuta monella tapaa, jos sellaista ylipäättään ajateltiin olevan olemassa. Tämän jälkeen aloin lukea aineistoa myös toisesta näkökulmasta: miten yrityksen yhteiskunnallinen vastuu teksteissä määritellään. Lopulta asetin itselleni päätutkimuskysymyksen eli määrittelin tavoitteekseni nostaa esiin diskurssianalyysin ja retorisen analyysin avulla diskursseja eli puhetapoja, joilla yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoitetaan yhdessä talouden alan julkaisussa, *Talouselämä*-lehdessä 1990-luvulla. Päätutkimuskysymyksen lisäksi asetin seitsemän alakysymystä, jotka liittyvät eettisen toiminnan, yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ja yrityksen tehtävän määrittelyyn, taustalla vaikuttaviin ideologioihin, vastuullisen subjektin paikantamiseen, keskeisimpiin arvoihin, sekä tekstissä tuotettuun lukijakuvaan. Näihin kysymyksiin vastaan diskurssianalyysin ja retorisen analyysin avulla pääluvussa 5.

4.3 Tutkimuksen luotettavuudesta

Olisiko teksteistä voinut tehdä toisenlaisen tulkinnan? Tämän alaluvun tarkoituksena on pohtia laadullisen tutkimuksen luotettavuuden kriteereitä ja niiden toteutumista omassa tutkimuksessani. Diskurssianalyttisen tutkimuksen luotettavuuden tärkein kriteeri on diskurssien rakentumisesta esitettyjen tulkintojen perusteltavuus. Tutkimusraportissa onkin tarkoituksena esitellä asiat siten, että lukija voi seurata tulkintaprosessia ja tehdä omat tulkintansa (Eskola & Suoranta 1998, 199-200). Tärkeintä on tehtyjen tulkintojen huolellinen argumentointi, jolla Juhila ja Suoninen (1999, 251) tarkoittavat mahdollisimman hyvin perusteltujen tulkintojen esittämistä sosiaalisen todellisuuden rakentumisesta. Perusteltu argumentointi on heidän mielestään ainoa tapa tuottaa relevantteja tutkimustuloksia. Pyrin perustelemaan tekemäni valinnat tutkimuksen edetessä mahdollisimman

hyvin, jotta lukija voi seurata analyysini ja tulkintani etenemistä sekä arvioida tehtyjen ratkaisujen onnistumista.

Usein laadullisen tutkimuksen yhteydessä puhutaan myös refleksiivisyydestä, jolla tarkoitetaan tutkijan kykyä pohtia omaa esiyymmärrystään, oletuksiaan ja tehtyjä tulkintoja. Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on Eskolan ja Suorannan (1998, 211) mukaan tutkijan avoin subjektiviteetti ja sen myöntäminen, että tutkija on tutkimuksensa keskeinen tutkimusväline. Tällä he haluavat korostaa tutkijan olevan pääasiallisin luotettavuuden kriteeri, minkä seurauksena luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia. Varto (1992, 112–113) korostaa, että tutkimusraportissa pitää esittää erittely tutkijan perusteista lähteä tutkimaan juuri tiettyä valitsemaansa kohdetta, jotta lukija ymmärtäisi mahdollisimman paljon tutkijan esiyymmärryksestä tutkimukseen ryhtyttäessä. Raportissa on myös tuotava esiin tapa, jolla tutkija oli tulkinut tutkimuskohteensa, sen merkitysyhteydet ja tärkeyden tutkimuksen alussa. Oma kiinnostukseni aiheeseen on herännyt sattumalta törmätessäni yritysetiikan käsitteeseen taloustieteiden opintojeni alkuvaiheessa ja luettuani vakuutusyhtiö Pohjolan kyseenalaista huomiota herättäneistä toimintatavoista syksyllä 1999. Esiymmärrystä tutkimuskohteestani erittelen lyhyesti tämän alaluvun lopussa ja tutkimusprosessini kulkua ja refleksiivisyyttä pohdin tutkielmani viimeisessä luvussa, johtopäätöksissä.

Laadullisessa tutkimuksessa tähdätään sellaiseen teorianmuodostukseen, jossa pyrkimyksenä on saada yksittäisistä tutkimustuloksista aikaan yleistys, joka mahdollistaa myös muiden kuin tutkimuksessa esiintyneiden ilmiöiden tunnistamisen, selittämisen, ymmärtämisen ja ehkä myös ennakoimisen. Vaikka kysymyksessä ovat ainutkertaiset historialliset tapahtumat, ihmiset, elämismailma ja sen ilmiöt, ovat niissä esiintyvät laadut kuitenkin sellaisia, että ne esiintyvät aina uudelleen uusissa yhteyksissä. Yleistyksen on siis saatava sellaiseen muotoon, että ne samalla johdattavat huomion sekä jokaisen kohteen ainutlaatuisuuteen että tämän käsitteelliseen yleisyyteen. (Varto 1992, 101.) Tähän pyrin tutkimukseni alaluvussa 5.3, jossa esitän tutkimustulokset ensinnäkin käsitteellisellä tasolla tiivistettynä nelikenttään, jossa yritysetiikka muodostaa yhden ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu toisen ulottuvuuden. Lisäksi tiivistän diskurssien keskeisimmät piirteet ja erot taulukkoon.

Tutkimuksen pätevyydellä tarkoitetaan sitä kokonaisuutta, jossa tutkimuksen tulos vastaa hyvin tutkimukselle asetettuja päämääriä ja tutkimuskohdetta, toisin sanoen vastaako tutkimus asetettuihin kysymyksiin ja tavoitteisiin (mt., 103). Olen asettanut tutkimuksessani päätutkimuskysymyksen ja seitsemän alakysymystä, joihin vastaan mahdollisimman kattavasti pääluvussa viisi. Laadullisessa tutkimuksessa pätevyys on keskeinen piirre, sillä yleistyksen, joita tutkimuksessa tehdään ja esitetään tutkimustuloksina, edellyttävät, että tutkimuksen kulku ja siinä saadut päätelmät syntyvät vain tematisoidusta kokonaisuudesta, eivät mistään muualta. Tutkimus, joka ei täytä pätevyyden vaatimusta, on vaarallista, koska se muuttaa elämismailmaa tavalla, jonka perusteista ei ole selkoa. (mt., 103.) Tämä asettaa tutkijalle melkoisen vastuun: koska hän tutkii sosiaalista todellisuutta ja siis samalla myös tuottaa sitä tuomalla yhden puheenvuoron, ei ole yhdentekevää, millaisin motiivein ja millaisin periaattein tutkimus on tehty. Siksi kuvaan tutkimusprosessiani mahdollisimman rehellisesti, samoin kuin tulkintojeni perusteita.

Eskolan ja Suorannan (1998, 220–222) mukaan eräs tapa arvioida tutkimuksen luotettavuutta on tarkastella tutkimusraporttia tekstinä. Tekstin voidaan ajatella luovan omalakisena tekstuaalisen todellisuutensa, jolloin se ei ainoastaan heijasta tutkimuksen kohteena olevaa todellisuutta vaan on itse todellisuus, joka luo merkityksiä ja jolla on voimaa osallistua tähän tai tuohon yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tekstuaalisuudella tarkoitetaan tällöin ajattelutapaa, jossa tutkimustekstin ei katsota viittaavan itsensä ulkopuolelle, johonkin todelliseen. Tutkimusteksti toimii arvioinnin mittana ja tarjoaa kontekstin, jossa sanat saavat merkityksensä. Tällaisessa näkemyksessä korostetaan sosiaalisen todellisuuden kielellistä rakentumista ja pidetään tutkimukseen kuuluvia käytäntöjä tiedetekstin keinoina vakuuttaa arvioijat tutkimuksen oikeellisuudesta.

Kakkuri-Knuutilan ja Ylikosken (2000, 31) mukaan tulkinta on tyydyttävä, kun tekstin kaikkien osien merkitykset sopivat yhteen, eikä tärkeitä osia jää selityksettä esitetyn tulkinnan ulkopuolelle. Tätä kutsutaan ilmeisyyden periaatteeksi. On kuitenkin muistettava, että samaa tekstiä voidaan tarkastella monesta eri näkökulmasta ja sille voidaan esittää useita mahdollisia tulkintoja. Tällöin sopusointua kilpailevien tulkintojen välille on etsittävä laajentamalla tulkinnan kontekstia ja toisaalta menemällä syvemmälle tulkittavaan tekstiin. Joskus eri tulkintojen lähtökohdat ja tavoitteet ovat kuitenkin niin erilaiset, että tulkintojen voidaan ajatella täydentävän toisiaan. Laadullinen

tutkimus on aina, yleisyysasteestaan riippumatta rajallinen yritys ymmärtää ihmisen kokemista ja siitä syntyneitä merkityksiä näiden merkitysten keskellä ja niitä muuttaen (Varto 1992, 116). Tutkijan on otettava huomioon, missä määrin tulee huomaamattaankin uusintaneeksi olemassa olevaa käsitteistöä, vanhoja kategorioita ja dikotomioita. Onhan tutkijakin sen kulttuurin jäsen ja sen sosiaalisen todellisuuden sisällä, jota tutkii. Lisäksi hän kirjoittaa tutkimuksen kielellä, jonka rakenteisiin ja funktioihin hän pyrkii pureutumaan. Tämän vuoksi tutkijalta edellytetään reflektiokykyä, sen pohtimista, missä määrin on mahdollista kuvata asioita, ilmiöitä, tekoja ja toimintaa ilman, että tulee konstruoineeksi ne huomaamattaan totutulla tavalla. (Jokinen ym. 1993, 23–24.)

Myös Kakkuri-Knuuttila ja Ylikoski (2000, 30) korostavat esiymmärryksen merkitystä tulkintaprosessissa. Tulkinnan aloittaessaan tutkija käyttää hyväkseen aikaisempia uskomuksiaan ja ennako-olettamuksiaan tutkimuskohteestaan. Asiansa osaava tutkija ei kuitenkaan jää niiden vangiksi, sillä tulkinnan edetessä tutkija korjaa ennakkokäsityksiään, eikä anna niiden määrätä tutkimuksen lopputulosta ennalta. Epäilemättä tämä on eräs tutkimukseni luotettavuuteen vaikuttavista seikoista. Laudatur-seminaarissa syksyllä 2000 eräs läsnäolijoista epäili etiikan teorioiden ohjanneen minua löytämään juuri ne tietyt diskurssit, jotka esitän tutkimustuloksena. Niinpä jouduin pohtimaan omaa esiymmärrystäni ja ennakkotietojani eettisesti oikeasta toiminnasta, etiikan teorioista ja moraalisen toiminnan luonteesta yhtä lailla kuin käsitystäni yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta. Toisaalta en ollut koskaan opiskellut moraalifilosofiaa enkä tuntenut etiikan teorioita entuudestaan. Esiymmärrykseni siis perustui arkitietoon oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta, jonka olen omaksunut tietyn kulttuurin ja historiallisen yhteisön jäsenenä. Tällaiset käsitykset voivat olla julkilausuttuja tai –lausumattomia, mutta yhteisössä jaettuina käsityksinä ne tuovat sekä kirjoitus- että lukuprosessiin merkityksiä (vrt. Lehtonen 1996, 164–171). En voi väittää, etteivätkö etiikan teoriat olisi vaikuttaneet käsitysteni taustalla, *mutta aineistoni tekstien kirjoittajat ovat myös näiden samojen ennako-oletusten, etiikan teorioiden ja kulttuuristen käsitysten ”uhreja”*. Teorian ja empirian vuoropuhelu on siis alkanut jo paljon ennen kuin olin tarkoittanutkaan, niin omassa tutkimuksessani kuin Talouselämä-lehden sivuillakin.

5 YRITYSETIikka JA YHTEISKUNNALLINEN VASTUU TALOUSELÄMÄ-LEHDESSÄ 1990-LUVULLA

5.1 Luottamus metadiskurssina

Lukiessani aineistoa kerta toisensa jälkeen törmäsin yhä uudelleen koko aineiston taustalla kulkevaan ajatukseen, jonka mukaan *eettinen ja vastuullinen toiminta lisää luottamusta liike-elämän toimijoiden välillä ja tuo sitä kautta myös säännönmukaisuutta ja ennustettavuutta talouselämään*. Vaikka käsitys eettisestä ja vastuullisesta toiminnasta vaihtelee teksteissä, voi tekstien taustalta lukea ajatuksen siitä, että sääntöjen noudattaminen ja rehellisesti toimiminen lisää luottamusta toimijoiden välillä liike-elämässä. Tämän aineistoa yleisesti kuvaavan ominaisuuden olen nimennyt *luottamuksen metadiskurssiksi*, koska sen voi nähdä koko aineistossa vaikuttavana uskomuksena tai toteamuksena. Esimerkiksi eräässä Talouselämä-lehden pääkirjoituksessa otettiin kantaa eettisen toiminnan puolesta, sillä se tuo käytöstapoja, pelisääntöjä ja ennustettavuutta yritysten toimintaan. Tulkitsen tällaisen ennustettavuuden perustuvan luottamukseen, sillä luottamus ilmaisee yleensä optimistisia odotuksia toiminnan seurauksia tai toisen käyttäytymistä kohtaan (vrt. Hosmer 1995).

”Yrityksen on viisasta erottaa oikea väärästä, toimia eettisesti oikein. Korkea yritysetiikka on nimittäin yritykselle itselleen pitkällä aikavälillä hyödyllistä. Liiketoiminnan etiikkahan merkitsee käytöstapoja, pelisääntöjä, jotka tuovat yritysten käyttäytymiseen ennustettavuutta.” (Pääkirjoitus, Talouselämä 34/1991.)

Luottamusta on tutkittu eri tieteenaloilla ja eri näkökulmista. Luottamuksen tutkimisessa voidaan erottaa kolme eri näkökulmaa: luottamus yksilön ominaisuutena ja valmiutena (lähinnä persoonallisuusteoria), luottamus sosiaalisissa suhteissa ja vuorovaikutuksessa (sosiaalipsykologia) sekä luottamus institutionaalisenä ilmiönä (sosiologia ja taloustiede) (Lewicki ja Bunker 1996, 115–116). Eettisen toiminnan oheistuotteena syntyvää luottamusta voisi tutkia sekä sosiaalisissa suhteissa syntyvänä että institutionaalisenä ilmiönä. Talouselämä-lehdessä tuotetaan käsitystä, jonka mukaan luottamus lisääntyy eettisen toiminnan seurauksena ja jonka mukaan luottamus on tavoiteltava ja edistettävä ilmiö sosiaalisessa ja taloudellisessa toiminnassa.

Hosmerin (1995, 379–404) mukaan luottamuksen merkitys ihmisten välisessä kanssakäymisessä on laajalti tunnustettu mutta sen määrittelystä ei ole saavutettu yksimielisyyttä. Hän mainitsee viisi

seikkaa tai ominaisuutta, jotka ovat yhteisiä useille määritelmille ja teorioille. Luottamus ensinnäkin ilmaisee yleensä optimistisia odotuksia toiminnan seurauksia tai toisen käyttäytymistä kohtaan, joskin talouden ja sosiaalisten rakenteiden näkökulmasta tarkasteltuna epäluottamus on usein vallitseva asenne. Toiseksi luottamus ilmenee olosuhteissa, joissa ihminen on riippuvainen toisista ihmisistä tai toimijoista ja heidän toiminnastaan ja jossa hän ei voi tietää eikä hallita luottamuksen menettämisen todennäköisyyttä. Kolmanneksi luottamus yleensä liitetään tahtomiseen ja yhteistyöhön, jonka avulla pyritään hallitsemaan kompleksisuutta ja epävarmuutta. Neljäntenä yleisesti luottamusta kuvaavana seikkana Hosmer (mt.) mainitsee luottamuksen olevan vaikeaa saavuttaa, minkä vuoksi sen puutetta pyritään esimerkiksi liike-elämässä korvaamaan erilaisin sopimuksin ja valvonnan avulla. Viidenneksi luottamukseen liitetään usein oletus tunnustetusta tai hyväksytystä velvollisuudesta suojella tai ainakin olla loukkaamatta toisten oikeuksia ja etuja. Hosmer (mt.) huomauttaakin useimpien erilaisten luottamusta koskevien määritelmien sisältävän *implisiittisen oletuksen moraalisesta velvollisuudesta*, joka luottamuksen kohteella on häneen luottavia kohtaan.

Edellä mainitut luottamukselle usein määritellyt ominaisuudet sopivat hyvin kuvaamaan luottamukselle tyypillisiä piirteitä myös liike-elämässä ja selittävät, miksi luottamus näyttäytyy niin merkittävässä roolissa yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta puhuttaessa Talouselämä-lehdessä. Luottamuksen syntyminen ja ylläpitäminen eri toimijoiden välillä säästää sekä taloudellisia että psyykkisiä resursseja, joskin sen rakentaminen on erittäin vaikeaa. Liike-elämän toimijat, niin yritykset kuin yksilötkin, ovat riippuvaisia useista sidosryhmistä ja toimijoista, minkä vuoksi luottamus helpottaa yhteistyötä ja mahdollistaa tehokkaan ja taloudellisen toiminnan. Viimeksi mainittu luottamukselle tyypillinen piirre eli implisiittinen oletus moraalisesta velvollisuudesta on varmasti ongelmallisin liike-elämän ollessa kyseessä, sillä perinteinen liberalistinen ajattelu kehottaa toimimaan täysin itsekkäästi. Toisaalta tällainen erittäin egoistinenkin lähtökohta yleensä olettaa, että toimitaan rehellisesti ja sääntöjen mukaan omaa etua tavoiteltaessa. Muun muassa luottamukseen sisältyvän velvollisuuden laajuuden ja sitovuuden määrittelemisestä on mielestäni kysymys Talouselämä-lehden sivuilla, kun pohditaan esimerkiksi yrityksen yhteiskunnallista vastuun laajuutta ja sitä, onko yrityksellä ylipäätään muuta vastuuta kuin taloudellisen voiton tuottaminen.

5.2 Yhteiskunnallisen vastuun diskurssit

Diskurssianalyttisen tarkastelun avulla olen nostanut esiin neljä yrityksen yhteiskunnallisen vastuun diskurssia: *globaalin edun, kaikkien sidosryhmien edun, omistajan edun sekä yrityksen edun diskurssit*. Ensimmäinen keskeinen aineistoa erotteleva tekijä on käsitys yritysetiikasta tai ylipäätään eettisestä toiminnasta. Useissa artikkeleissa palataan jollakin tasolla etiikan teorioiden vedenjakajaan, eli kysymykseen siitä, milloin toiminta on eettistä ja milloin ei. Olen edellä lyhyesti esitellyt etiikan teorioiden pääsuuntauksia (luku 2.2), erityisesti teleologista eli seurauseettistä, deontologista eli velvollisuuseettistä ja relativistista käsitystä etiikasta. Teleologisten teorioiden mukaan toiminnan ja tekojen moraalisen arvon määräävät vain ja ainoastaan niiden seuraukset. Oikea toiminta maksimoi yhteiskunnallisen onnen eli taloudellisen toiminnan ja yritysetiikan ollessa kyseessä oikeasta toiminnasta on seurauksena taloudellista ja aineellista hyvää mahdollisimman monelle. Edellisestä poiketen deontologiset etiikan teoriat korostavat tekojen motiivia niiden moraalisen arvon mittaajana, eivätkä tekojen seuraukset määritä tekojen moraalista arvoa lainkaan. Toisin sanoen teko ei ole eettinen, jos se on tehty vääristä motiiveista, vaikka seuraukset olisivat kuinka hyvät. Eettiseltä näyttävä toiminta ei ole eettistä velvollisuuseetiikan käsityksen mukaan, jos se on tehty ainoastaan voiton tavoittelemiseksi.

Toinen keskeinen ero diskurssien välillä on käsitys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta: sen tarpeellisuudesta ja laajuudesta. Käsitteet teksteissä vaihtelevat äärimmäisen liberalistisesta käsityksestä ja suppean yhteiskunnallisen vastuun käsityksestä erittäin laajan vastuun vaatimukseen. Tämän keskustelun eräänä aspektina voi myös pohtia käsitystä luottamuksen käsitteen sisällöstä: millainen toiminta on hyväksyttyä ja siis luottamuksen syntymistä tukevaa liike-elämässä. Voidaan ajatella, että laajinta vastuuta vaativat myös edellyttävät luottamuksen syntymiseen paljon enemmän kuin suppeaa vastuuta vaativat, joille riittää, ettei toista osapuolta tarkoituksella vahingoiteta tai riistetä ja että toimitaan lakien ja sääntöjen mukaan.

Yritysetiikan ja yrityksen yhteiskunnallisen vastuun määritelmien lisäksi pohdin, millaiseksi diskurssissa kuvataan yrityksen ensisijainen tehtävä yhteiskunnassa sekä millaiset ideologiat diskurssien taustalla vaikuttavat. Seuraavissa alaluvuissa tarkoitukseni on *esitellä tarkemmin yrityksen yhteiskunnallisen vastuun diskurssit* ja havainnollistaa niitä esimerkeillä sekä *vastata*

neljään ensimmäiseen alatutkimuskysymyksen, jotka ovat seuraavat: Millaiseksi diskursseissa määritellään eettinen toiminta liike-elämässä? Millaiseksi diskursseissa määritellään yrityksen yhteiskunnallinen vastuu? Mikä diskursseissa määritellään yrityksen tehtäväksi yhteiskunnassa? Mikä on diskurssien taustalla vaikuttava ideologia? Vastauksiani näihin kysymyksiin täydennän vielä retorisen analyysin avulla alaluvussa 5.3. Sitaattien avulla haluan kiinnittää huomiota diskursseille tyypillisiin ominaisuuksiin ja keskeisimpiin eroihin, joiden perusteella erottelen tekstit osaksi kilpailevia merkityssysteemejä. Eräs tärkeä huomio on, että diskurssit saavat osan voimastaan ja ilmaisustaan toistensa kritiikistä. Tämä onkin keskustelun syntymisen kannalta olennaista, sillä muutoinhan yrityseettinen kirjoittelu ja argumentointi jäisivät vain yksittäisiksi mielipiteen ilmauksiksi.

5.2.1 Globaali etu – tavoitteena yhteiskunnan hyvinvoinnin lisääminen

Ensimmäisessä, *globaalin edun diskurssissa*, painottuu velvollisuuseettinen eli deontologisten etiikan teorioiden mukainen käsitys yritysetiikasta, sillä siinä korostetaan motiivia tekojen moraalisen arvon mittaajana. Teko on moraalinen, kun se tehdään oikeista syistä ilman oman edun tavoittelua, eivätkä seuraukset määritä tekojen moraalista arvoa. Oikean toiminnan syitä ja motiiveja ovat esimerkiksi hyvä tahto, velvollisuus, vastuuntuntoisuus tai oikeudenmukaisuus, eivät lain minimivaatimukset tai taloudellisen voiton tavoittelu. Seuraavassa esimerkissä syytetään metsäyhtiötä epäeettisestä toiminnasta, sillä vastuullisen toiminnan taustalla ovat väärät syyt, lain asettamat vaatimukset, toiveet myynnin kasvusta tai yrityskuvan parantumisesta:

”Yhteiskunnallisesti vastuuntuntoisten markkinointitoimenpiteiden motiivina ei kuitenkaan ole moraalinen tai hyvä tahto: taustalla ovat lain asettamat vaatimukset, toiveet myynnin kasvusta tai yrityskuvan parantumisesta. Selvä ero on siinä, valitaanko yhteiskunnallisesti vastuuntuntoinen markkinoinnin tavoite vapaaehtoisesti ja oma-aloitteisesti vai lain pakottamana: edellinen osoittaa moraalisuutta, jälkimmäinen lainkuuliaisuutta.” (Kuvaja, *Talouselämä* 22/1990.)

Globaalin edun diskurssissa yritysetiikka kuvataan tärkeänä osana taloudellista toimintaa, sillä moraalinen määritellään ihmisen ”luonnolliseksi” ominaisuudeksi niin liike-elämässä kuin muussakin sosiaalisessa toiminnassa. Eettisestä toiminnasta puhuttaessa huomautetaan, ettei ole itsestään selvää, mikä on oikein ja mikä väärin, koska ei ole olemassa universaaleja moraalisaantöjä. Diskurssissa korostetaankin ihmisen kykyä erottaa oikea väärästä ja hyvä pahasta. Sen mukaan

ihmisellä itsellään on *sisäinen tietous oikeasta ja väärästä*. Tämän tietoisuuden herättäminen mahdollistaa eettisen toiminnan, jonka seurauksena niin asiakas, työntekijä kuin omistajakin voivat hyvin:

”Ihmisen sisäinen tietous, mikä on oikein, mikä väärin, pitää herättää. Ei se sen kummempaa ole.” (Hirvikorpi, Talouselämä 36/1997.)

Näkemyks vastaa Kantin ajatusta ihmisestä, jolla on luonnostaan moraalitaju, jonka avulla hän erottaa oikean väärästä. Airaksisen (1987, 167) mukaan Kant haluaa, että henkilö tarkastelee oman toimintansa periaatteita, päättää niiden pätevyydestä ja hyväksyy jotkut niistä velvollisuuksikseen. Oikein toimiessaan hänen tahtoaan ei siis motivoi mikään muu kuin velvollisuus itse ja moraalit on siinä mielessä täysin autonomista. Globaalin edun diskurssissa odotetaan ihmiseltä kykyä ja halua moraaliseen pohdiskeluun ja päätöksentekoon. Diskurssissa korostetaan eettisen koulutuksen tärkeyttä etenkin johtajakoulutuksessa, sillä vaikka moraalit on yksilön luonnollinen ominaisuus, voi moraalista päätöksentekoa myös opetella ja opettaa.

Eettinen toiminta kuvataan globaalin edun diskurssissa yritykselle hyödyllisenä, sillä se tuo liiketoimintaan ennustettavuutta, palvelee yhteiskuntaa ja lopulta myös tuottaa taloudellista voittoa. Globaalin edun diskurssissa vaaditaan liike-elämään kuitenkin *sääntöjä ja vastuuta, jotka selvästi ylittävät lain minimivaatimukset*. Takala (1993, 11) huomauttaa, että legaalinen normi tyytyy määrittelemään vain minimiehdot sille, että rangaistuksen uhalla sosiaalinen elämä saadaan mahdolliseksi. Hänen mielestään olennaista on, että moraalisen vastuun ottaminen menee pitkälti niiden vaatimusten ylitse, joita asetetaan legaalisen vastuun ottamiselle. Yrityselämässä pelkkä lakien noudattaminen ei vielä takaa sitä, että yrityksen toiminta olisi myös eettisten periaatteiden mukaan hyväksyttävää. On olemassa moraalista vastuuta, jota ei voida palauttaa juridiseen vastuuseen. Globaalin edun diskurssissa määritellään yritykselle erittäin laaja, *jopa voiton tavoittelun ylittävä yhteiskunnallinen vastuu*. Näin laajan vastuun vaatimuksessa kyseenalaistuvat yrityksen perinteiset tehtävät, voiton maksimoiminen ja kasvun turvaaminen. Yrityksiltä on viime vuosikymmenellä alettu vaatia yhä laajempaa sosiaalista vastuullisuutta: koska yrityksellä on paljon valtaa ympäristöönsä nähden, sen täytyy myös omaksua sosiaalista vastuullisuutta (esim. Takala 1993, 26; Kujala 2000, 185). Tällaisessa, hyvin *idealistisessa näkemyksessä* vaaditaan, että yritysjohton on otettava päätöksenteon perustaksi koko sosiaalisen järjestelmän etu, sillä yritys on

yhteiskuntaa varten eikä päinvastoin. Yrityksen pääasialliseksi tavoitteeksi asetetaan koko yhteiskunnan hyvinvointi ja elämänlaadun ylläpitäminen.

Voiton tuottaminen kuvataan globaalin edun diskurssissa eettisen toiminnan sivutuotteeksi, tai sillä on vain mahdollinen välinearvo yhteiskunnallisen hyvinvoinnin tavoittelemisessa ja saavuttamisessa. Voitosta puhuttaessa mielessäni kuitenkin heräsi epäily: jos yritys kuitenkin saa voittoa eettisen toiminnan seurauksena, eikö toimintaa voi pitää jopa utilitaristisena. Miten taloudellista toimintaa voi ylipäättään pitää eettisenä velvollisuusetiikan näkökulmasta? Puhetavassa korostetaan kuitenkin yritysten yhteiskunnallista tehtävää, josta voitto on vain palkkio, *ei syy* eettiselle toiminnalle. Yrityksen ensisijainen *tehtävä on "palvella yhteiskuntaa"*. Tämä ei tietenkään tarkoita, etteivätkö yritykset voisi ainoastaan perustella seurauseettisistä syistä tehtyä eettistä toimintaa velvollisuuseettisin keinoin. Palaan edelliseen huomioon vielä retorisen analyysin yhteydessä.

Toisaalta deontologiset teoriat määritellään teorioiksi, jotka *eivät* ole teleologisia teorioita (Rawls 1988, 29). Voidaan ajatella, että kaikki huomion arvoiset eettiset opit ottavat seuraukset oikean arvioinnissa huomioon, sillä muuten teoria olisi irrationaalinen. Olennaista on huomata, että deontologisissa teorioissa *ensisijainen* eettisen toiminnan peruste ei ole seurausten arvioiminen. Eettinen toiminta on arvo itsessään, mutta oikean toiminnan seurauksena on useimmiten myös taloudellista menestystä. Vaikka taloudellinen voitto ei saa olla eettisen toiminnan motiivi, eettisesti oikeasta toiminnasta seuraa globaalin edun diskurssissa yleensä pitkällä aikavälillä myös taloudellista menestystä.

Kuten jo aiemmin mainitsin, diskurssit saavat osan ilmaisuvoimastaan muiden näkemysten kritiikistä. Muissa diskursseissa kritisoidaan globaalin edun diskurssia epärealistisesta ja populistisesta tavasta osallistua keskusteluun. Yrityksen tehtäväksi määritellään kaikissa muissa diskursseissa taloudellisen voiton tuottaminen, joten globaalin edun diskurssin näkemys yrityksen tehtävästä yhteiskunnan hyvinvoinnin lisääjänä aiheuttaa epäilemättä vastustusta. Lisäksi joidenkin keskustelijoiden oikeutta ja kykyä osallistua liike-elämän piirissä käytävään keskusteluun epäillään. Eräs 1990-luvulla Talouselämä-lehdessä näkyvä ilmiö onkin muiden kuin talouden alan

asiantuntijoiden aktiivinen osallistuminen keskusteluun yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta.

5.2.2 Kaikkien sidosryhmien etu – vastuullisesta toiminnasta hyötyvät kaikki

Toisessa, *kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa*, otetaan kyllä yrityksen sidosryhmät huomioon mutta eettisesti toimitaan ainoastaan taloudellisen voiton vuoksi. Taloudellisen voiton hankkimisessa painotetaan pitkän tähtäimen voittoa ja voiton jaossa vaaditaan oikeudenmukaisuutta ja sidosryhmien huomioon ottamista. Tässä diskurssissa etiikkakäsitys on edellisestä poiketen teleologinen, sillä *eettisesti toimitaan vain, koska se tuottaa taloudellista tulosta*. Etiikan teleologisten teorioiden eli seurausetiikan mukaan toiminnan ja tekojen moraalisen arvon määräävät vain ja ainoastaan niiden seuraukset (esim. Takala 1993; Airaksinen 1987). Seurauseettisessä ajattelussa teon motiiveilla ei niinkään ole väliä, jos teon seuraukset ovat hyvät. Vaikka yritys siis toimii eettisesti, esimerkiksi suojelee luontoa tai huolehtii henkilöstöstään, vain tavoitellakseen voittoa, on toiminta eettistä tästä näkökulmasta tarkasteltuna. Seuraavassa esimerkissä korostuu seurauseettinen käsitys oikeasta toiminnasta: motiiveista huolimatta toiminta on eettistä, jos sen seuraukset ovat hyviä:

”Jotkut kritikoivat, että Suomeen on tuotu bisnesetiikka, jonka tarkoitus on kasvattaa firman tuottoa etiikan varjolla. Tämän arvostelun mukaan eettisen toiminnan motivaatio ei ole oikea.

Maija-Riitta Ollila on toista mieltä. Hänen mukaansa tekojen seuraukset ovat tärkeitä, ei se mistä motiiveista ihminen tekee oikein.” (Hirvikorpi, *Talouselämä* 29/1995.)

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa huomautetaan, että kuluttajilla, kuten muillakin sidosryhmillä on nykyään yhä suurempi mahdollisuus vaikuttaa yrityksen toimintaan. Siihen yritykset reagoivat ottamalla sidosryhmien lisääntyvän vaikutusvallan ja eettisyyden vaatimukset huomioon päätöksenteossaan ja strategioissaan. Kovenevassa kilpailussa eettisesti toimivat yritykset saavat pätevää henkilöstöä ja uskollisia asiakkaita, minkä seurauksena kustannukset pienenevät ja voitot kasvavat. Seuraavissa esimerkeissä eettinen toiminta näyttäytyy rationaalisena toimintana ja strategisena valintana, jolla saavutetaan kilpailuetua. Suurten yritysten, kuten Shellin ja British Telecomin *ei ole varaa ottaa riskejä ja toimia epäeettisesti*. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa joillakin pienillä (ja vähemmän merkittävillä?) yrityksillä eettisen toiminnan motiivit

voivat olla inhimillisiä, mutta suurten yritysten päätöksentekoon ne eivät sovi. Tällaista tietoisesti ja tavoitteellisesti harjoitettua etiikkaa voisi kutsua *laskelmoiduksi etiikaksi*.

”BT (British Telecom) rakentaa strategista kilpailuetua muihin alan toimijoihin. Se haluaa osoittaa olevansa luotettava kumppani, *high-trust company*. Sillä se pystyy houkuttamaan lahjakasta väkeä töihin ja vahvistaa asiakkaidensa uskollisuutta, jolloin markkinointikustannukset pienenevät. Joku Body Shop on rakentanut intuitiivisesti eettisesti kestäväää yritystoimintaa, mutta kansainvälisille jäteille se on strateginen valinta.’

Urheiluvaatetta Nike tuloksen romahdus liittyy Lyen mukaan osaksi epäilyihin lapsityövoiman käytöstä. Tunnettuna tuotemerkkinä se joutui valokiilaan, vaikka monilla saman alan yrityksillä lienee samoja ongelmia. Vahvakin brandi on erittäin herkkä kuluttajan asenteille.” (Holtari, Talouselämä 18/1998.)

”Shell on ensimmäinen yritysjähti, joka luotaa toimintaperiaatteidensa toteutumista ja yhteiskunnallista vastuutaan näin järjestelmällisesti. Tarkoitus on luoda sanahelinän tilalle mitattavissa olevia muuttujia. Tavoitteiden toteutumista ja vaikutuksia arvioi ulkopuolinen todentaja samaan tapaan kuin ISON laatu- ja ympäristöjärjestelmissä...

...Shell tunnustaa olleensa täysin varautumaton Brent Spar –varastolauttansa kolme vuotta sitten aiheuttamaan mielipidemyrskyyn. Kuohunta osoitti yhtiön vieraantuneen tavallisen ihmisen tavasta hahmottaa hyväksyttävän ja tuomittavan raja.” (Holtari, Talouselämä 18/1998.)

Shell on aineistossa yleisin esimerkki, kun puhutaan yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta yrityksen näkökulmasta. Shell sai 1990-luvun puolivälissä paljon kritiikkiä ympäristöjärjestöjen taholta juuri Brent Spar –varastolautan hävittämisen yhteydessä, minkä jälkeen yhtiössä alettiin suhtautua kuluttajien ja kansalaisjärjestöjen mielipiteisiin vakavasti. Kyseinen tapaus osoitti, että vaikka kuluttajien mielikuvat eivät perustuisikaan perusteltuihin tosiasioihin, niillä voi olla vaikutusta yritysten toimintaan ja etenkin yrityksen maineelle. Useiden tutkijoiden mielestä yrityksen ja sidosryhmien välisiä kiistoja voi ratkaista vain vuoro vaikutuksen ja keskustelun keinoin ja yritys voi joutua toisinaan taipumaan muiden osapuolten vaatimuksiin (Jaatinen 2000, 29). Shellin tapauksessa kuluttajat ja ympäristöjärjestöt ovatkin ainakin osittain onnistuneet eettisyyden vaatimuksissaan, sillä nykyisin Shell tekee heidän kanssaan yhteistyötä ja pyrkii olemaan edelläkävijä yhteiskunnallisesti vastuullisena toimijana. Yhtiössä toteutetaan erittäin laajaa yhteiskunnallisen vastuun ohjelmaa, jonka tarkoituksena on mitata yrityksen menestymistä taloudellisen tuloksen lisäksi myös ympäristöllisillä ja yhteiskunnallisilla mittareilla.

Kuluttajat ovat saaneet siis ainakin jotkut yritykset toimimaan vastuullisemmin. Uusitalo (1994, 62) huomauttaa, että kuluttajien aktiivisuus ja vallankäyttö näyttävät lisääntyneen. Kuluttajilla on halutessaan käytettävissä monia painostuskeinoja, kuten esimerkiksi ostoboikotit, informaation levittäminen tai vaikkapa selektiivinen ostaminen eli sellaisten tuotteiden suosiminen, jotka täyttävät tietyt kriteerit. Kuluttajien aktiivisuus ja huoli ympäristöstä ovat kasvaneet, kun maailmanlaajuisen ympäristökriisin merkkejä on yhä välittömämmin havaittavissa. Vihreä kuluttajuus vetoaa kansalaisiin, sillä sen ehkä koetaan tarjoavan väylän uuteen ja suoranaiseen demokratiaan tai ainakin entistä tehokkaampaan vaikuttamiseen. Kuluttajilla on mahdollisuus kulutusvalintojen muodossa ”äänestää” kukkarollaan ympäristöä koskevista mielipiteistään päivittäin. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa eettinen toiminta nähdäänkin *välttämättömänä*: yrityksen on menestyäkseen toimittava eettisesti ja vastattava sidosryhmiensä vaatimuksiin parhaalla mahdollisella tavalla. Seuraavassa esimerkissä käytetään samaa kielikuvaa kuin Uusitalon tekstissä:

”Ihmisten usko hallitukseen on romahtanut 40–50 viime vuoden aikana. On valtava tyhjiö, jonka ihmiset odottavat yritysten täyttävän. Kuluttajat äänestävät nykyään lompakoillaan’, Lye kuvaa.” (Holtari, *Talouselämä* 18/1998.)

Kaikkien sidosryhmien diskurssissa markkinatalous nähdään yhtenä yhteiskunnan osasysteeminä, jossa yritys toimii *yrityskansalaisena* valistuneen itsekkyyden nimissä (vrt. Takala 2000, 12). Yrityksen tehtävänä on voiton tuottaminen ja sidosryhmien vaatimuksiin vastaaminen, mutta yhteiskunnan ehdoilla ja yhteisen hyvän edistämiseksi. Vaikka yrityksellä voidaan ajatella olevan laitt ylittävää vastuuta, yrityksen tehtävänä ei kuitenkaan ole vapaaehtoisesti kantaa sellaista yhteiskunnallista vastuuta, josta voi sille olla taloudellista haittaa. Toisaalta yrityksen kannattaa toimia vastuullisesti sidosryhmiään kohtaan, koska siten se pystyy luomaan pysyviä asiakassuhteita, säilyttämään hyvän maineen ja rekrytoimaan parhaan mahdollisen henkilöstön. Seuraavassa esimerkissä näkyy diskurssissa tyypillinen ajatus sekä yrityksen vastuusta yhteiskunnalle että eettisen toiminnan tuomasta taloudellisesta hyödystä:

”IBM lunastaa kansaliskelpoisuutensa panemalla rahaa 90 miljoonaa dollaria vuodessa yhteiskunnallisiin projekteihin.

’Teemme niin kahdesta syystä. Ensinnäkin uskomme, että meillä on vastuu olla mukana yhteisössä, josta menestyksemme on lähtöisin. Toiseksi näemme tuon rahan investointina, se on hyvä bisnekselle’, johtaja Celia Moore selventää.” (Hirvikorpi, *Talouselämä* 20/1998.)

Kuten jo aiemmin mainitsin, koko aineiston taustalla kulkee ajatus eettisen toiminnan seurauksena syntyvästä ja lisääntyvästä luottamuksesta. Myös kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa korostetaan epäeettisen toiminnan aiheuttavan ongelmia, *erityisesti taloudellisia riskejä* liike-elämässä. Velasquez (1992, 15) painottaakin rehellisyyden ja luottamuksen osuutta taloudellisen järjestelmän toiminnassa, sillä jos epärehellisyydestä tulisi yleinen käytäntö, koko järjestelmä kaatuisi. Velasquez pitää rehellisyyttä ihmisten sisäistämänä moraalisen standardina, johon oman edun tavoittelu lopulta rajoittuu. Seurauksena on toimiva taloudellinen järjestelmä, josta kaikki hyötyvät. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa eettisen toiminnan nähdään lisäävän voittoja, vähentävän riskejä ja tuottavan toimivan taloudellisen järjestelmän. Yhteistyön karttamisen epäeettisesti toimivien yritysten kanssa viitataan seuraavassa Kirkon eläkerahaston johtokunnan puheenjohtajan kirjoituksessa olevan järkevää sijoitustoimintaa ja osa riskien hallintaa. Epäeettisesti toimivien yritysten hän epäilee pitkällä tähtäimellä myös menettävän maineen lisäksi myös voittojaan:

”Toisaalta epäeettistä toimintaa harjoittavan yrityksen voitot on voitu hankkia keinoilla, jotka tulevat aiheuttamaan yleistä vastustusta, lainsäädännöllisiä rajoituksia, maineen menetyksiä ja menekien laskua. Tällaisen yrityksen tulos ei ehkä pitkällä tähtäimellä olekaan niin hyvä kuin mitä ensi näkemältä näyttäisi. Epäeettisiin toimijoihin liittyy sijoittajankin kannalta kohonnut riski.” (Pusa, Talouselämä 18/1999.)

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssin näkemys yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta on Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla selvästi suosituin. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssin taustalla on sidosryhmäajattelu, jossa olennaista on kaikkien sidosryhmien huomioiminen ja niiden vaatimuksiin vastaaminen yrityksen toiminnassa. Sidosryhmälähtöisen näkemyksen edustajat kamppailevat Talouselämä-lehdessä omistajalähtöistä näkökulmaa kannattavien kanssa siitä, miten taloudellinen voitto oikein pitäisi jakaa: pitäisikö palkita omistajaa, joka on kantanut riskin, vai henkilöstöä, joka tekee työn. Eräs näkyvimmistä tähän liittyvistä aiheista aineistossa on optioihin liittyvä keskustelu.

5.2.3 Omistajan etu – toimitaan eettisesti vain jos omistajat hyötyvät

Kolmantena erotan *omistajan edun diskurssin*, jossa käsitys eettisestä toiminnasta on edellisen diskurssin tapaan seurausetiikan mukainen. Eettisesti toimitaan ainoastaan, jos se tuottaa lisää

asiakkaita ja sen seurauksena lisää taloudellista hyötyä. Omistajan edun diskurssissa kuunnellaan markkinoita: *eettisesti toimitaan, jos se on keino tuottaa voittoa omistajille*. Omistajan edun diskurssin käsitys eettisestä toiminnasta muistuttaa *voittoetiikkaa*, sillä voittoetiikan mukaan yritysomistajan ja –johdon tulee tehdä päätökset tavoitteenaan ainoastaan mahdollisimman suuren voiton saavuttaminen (Takala 1993, 20). Diskurssissa ainoat toiminnassa tunnustetut arvot ovat ilmaistavissa rahamääräisinä. Toisaalta vaikka omistajille pyritäänkin tuottamaan mahdollisimman suurta voittoa, voi eettisempi toiminta joissakin tapauksissa parantaa tulosta, kuten seuraavasta esimerkistä käy ilmi. Tämä ei kuitenkaan ole ristiriidassa voittoetiikan kanssa, sillä jos esimerkiksi epäeettinen toiminta vähentää työmotivaatiota ja huonontaa asiakaspalvelua, on seurauksena myös voittojen pieneneminen.

”Pohjolan omistajien pitäisi nyt hyvin tarkkaan seurata, johtaako henkilöstölle pyllistely mökötykseen ja sitä kautta sisäisen kommunikaation huononemiseen, joka puolestaan vaikuttaa tehokkuuteen, uusiutumiseen ja asiakaspalveluun, mikä puolestaan aiheuttaa hukkakustannuksia, menetettyjä mahdollisuuksia ja pois karkotettuja asiakkaita. Jos oikein huonosti käy, omistajat voivat tulevaisuudessa joutua rankaisemaan Pohjolan johtoa siitä, että se on kohdellut omistajia liian hyvin.” (Lillrank, Talouselämä 10/1999.)

Erotuksena kaikkien sidosryhmien edun diskurssiin *omistajan diskurssissa painotetaan osakkeenomistajien etua ja oikeutta taloudellisiin voittoihin muiden sidosryhmien kustannuksella*, tällaista näkökulmaa kutsutaan Suomessakin usein englanninkieliseen termiin viitaten *shareholder-ajatteluksi*. Koska omistajat sijoittavat yritykseen paljon rahaa, on voitto palkkio heidän ottamastaan riskistä. Yrityksen on toiminnassaan otettava ensisijaisesti huomioon osakkeenomistajien intressit ja vaatimukset. Omistajan edun diskurssissa eettisyys ei siis ole poissuljettua, vaan päinvastoin, diskurssissa korostetaan omistajien intressien ensisijaisuutta toimintatapojen valinnassa. Kuten edellisestä esimerkistä ilmenee, omistajat voivat vaatia eettisempää ja vastuullisempaa toimintaa joko voittojen pienenemisen pelossa tai suurempien voittojen toivossa.

Omistajan edun diskurssissa yritykselle ei aseteta yhteiskunnallisen vastuun vaatimuksia, ellei vastuullisesta toiminnasta seuraa omistajalle taloudellista hyötyä tai yritykselle kilpailuetua. Kaikenlainen muu vastuunotto esitetään diskurssissa turhana, jopa haitallisena talouden toiminnan kannalta. Kun kaikkien edun diskurssissa eettisestä toiminnasta kuvataan seuraavan hyötyä kaikille, omistajan edun diskurssissa siitä seuraa hyötyä omistajalle. Tällaista toimintaa on vaikea pitää

eettisenä, sillä siinä on oikeastaan kysymys pelkästään markkinatalouden mekanismeista. Toisaalta seuraukset voivat olla seurausetiikan näkökulmasta eettisiä, esimerkiksi jos omistajat vaativat yritystä vastaamaan kuluttajien toiveisiin kierrättämisestä, uusiutuvien materiaalien käytöstä tai päästöjen vähentämisestä. Luonnon kannalta lopputulos on sama kuin silloin, jos yritys toimisi samoin velvollisuudesta tai hyvästä tahdosta.

Omistajan edun diskurssissa puolustetaan vapaan markkinatalouden ylivoimaisuutta muihin talousjärjestelmiin verrattuna. Talous toimii omilla säännöillään ja voiton tavoittelu lopulta tuottaa eniten myös yhteistä hyvää: yritys täyttää tuotantotehtävänsä yhteiskunnassa ja omistajat saavat palkkion sijoituksistaan. Omistajan edun diskurssissa talous ja markkinat näyttäytyvät omalakisena kokonaisuutenaan, joiden toimintaan ei yhteiskunta saa puuttua millään tavalla – paitsi takaamalla vapaan markkinatalouden toteutumisen. Yhteiskunnan sekaantuminen yritysten toimintaan ja talouden kulkuun on haitallista kaikille, sillä lopulta siitä seuraa yrityksen voittojen pieneneminen tai jopa yrityksen kuoleminen, mistä kärsivät kaikki.

Omistajan edun diskurssin käyttö lisääntyy selvästi 1990-luvun loppua kohden ja se korostuu erityisesti optioista käytävän keskustelun yhteydessä. Diskurssissa puolustetaan optioita ja erityisesti omistajan oikeutta päättää vapaasti, mitä he rahoillaan tekevät. Lisäksi omistajan edun diskurssissa kritisoidaan eettisemmän toiminnan ja laajan yhteiskunnallisen vastuun vaatimusten esittäjiä muun muassa populismista, sillä kirkon edustajien, niin kuin ei muidenkaan talouden ulkopuolisten toimijoiden tehtävänä ole osallistua liike-elämään:

”Moni on pahoittanut mielensä vakuutusyhtiö Pohjolan tapauksesta. Yhtiö aikoo irtisanoa parisataa työntekijää samalla kun se jakaa omistajille harvinaisen suuria osinkoja. On huudettu yritysten sosiaalisen vastuun perään. Rahoja ei pitäisi jakaa omistajille, vaan käyttää työllisyyden hoitamiseen. Repeilevien pelihousujen rätinä on kaikunut tuomiokirkon kupoliin asti...” (Lillrank, Talouselämä 10/1999.)

5.2.4 Yrityksen etu – yrityksen tehtävä on voiton maksimointi

Neljännessä eli yrityksen edun diskurssissa yrityksen *ainoa yhteiskunnallinen vastuu on voiton maksimoiminen*, kuten Friedmanin kuuluisa ajatus asian ilmaisee (esim. Takala 2000, 10; De George 1990, 97). Näkemyksen mukaan liike-elämällä on yhteiskunnassa vain yksi sosiaalinen vastuu:

resursseja tulee käyttää osallistumalla sellaiseen toimintaan, joka kasvattaa tulosta. Tämän täytyy kuitenkin tapahtua pelin sääntöjen mukaan, eli avoimessa ja vapaassa kilpailutilanteessa ilman petosta. Toisin sanoen yrityksen sosiaalinen vastuu toteutuu, kun toimitaan vapaassa kilpailutilanteessa vapailla markkinoilla (esim. Ollila 1991; Kujala 2001). Laajemman yhteiskunnallisen vastuun kantamista kuin voiton tuottamista pidetään haitallisena niin yritykselle kuin yhteiskunnallekin, laajaa sosiaalista vastuuta kantavan yrityksen voidaan ajatella toimivan epäeettisesti, kun se ei täytä ensisijaista tehtäväänsä.

Yrityksen edun diskurssissa ajatellaan, että yrityksen tehtävä yhteiskunnassa on tuottaa hyödykkeitä tai palveluja ja sitä kautta voittoa. Moraalinen yrittäjä tai johtaja ajattelee aina ensisijaisesti yrityksen etua ja huolehtii kaikin tavoin yrityksen menestymisestä ja toiminnan turvaamisesta pitkällä tähtäimellä. Hän toimii moraalisesti ja kokee velvollisuudekseen palvella yhteiskuntaa parhaalla mahdollisella tavalla, huolehtimalla yrityksensä menestyksestä. Eettisen toiminnan sisältö on siis suppein mahdollinen: täyttää tehtävänsä yhteiskunnassa. Keskeisin ero omistajan edun diskurssiin on näkemys eettisen toiminnan luonteesta: eettisesti ei toimita seurausten vuoksi vaan *sisäisestä halusta ja velvollisuudesta*. Seuraavan esimerkin yksityisyrittäjä kertoo Talouselämä-lehdessä kokevansa velvollisuudekseen tarjota työtä yhteiskunnassa, mutta kokee sen liian kalliiksi:

”Tällä hetkellä työnantajalla on vain velvollisuuksia. Suomi ei nouse ilman työnantajan ja työntekijän tasa-arvoa.”

Kun Soininen selvittelee tuntojaan, häntä tulee kuunnelleeksi tarkkaan. Mies hakee tiukan katsekontaktin ja sanelee ajatuksia, jotka tulevat sydäimestä, mutta kantapään kautta ja näköjään vailla elämää suurempia tarkoitusperiä. Kaikessa on suora yhteys yrityksen arkeen.

’Työn antaminen on liian kallista’, sanoo Soininen.” (Ollikainen, Talouselämä 31/1992.)

Toisaalta moraalinen yrittäjä joutuu Soinisen mukaan usein hyväksikäytetyksi, koska kaikki muut toimijat eivät ole yhtä moraalisia. Hän näkeekin lakien suosivan jopa moraalitonta toimintaa, josta yrittäjä kärsii. Esimerkiksi työntekijät toimivat Soinisen mielestä epärehellisesti ja käyttävät hyväkseen hyviä sosiaalietuja, kuten sairausloma-ajan palkkaa. Lisäksi hän huomauttaa ammattijärjestöjen liiasta vallasta, sillä se estää työnantajaa ja työntekijää sopimasta esimerkiksi palkasta vapailla markkinoilla. Yrityksen edun diskurssi näyttäytyykin välillä jopa yrittäjän edun valvomisena, mutta toisaalta Soininenkin huomauttaa, ettei tarkoituksena yritysjohdon hyötyminen, vaan yksinkertaisesti yrityksen etu:

”Ei pitäisi säätää lakeja, jotka olettavat, että kaikki ovat moraaliltaan moitteettomia. Lakien pitäisi olla oikeudenmukaisia sekä huonolle että hyvälle moraalille’...

...’**Pertti Voutilainen** sanoo, että pankinjohtajille pitää maksaa paljon, kun heillä on niin kovat paineet. Mitä painetta siellä on, jota ei täällä olisi? Voiko kukaan todella väittää ansaitsevansa yli 40 000 markan kuukausipalkkaa? Tai tarvitsevansa. Silti niille maksetaan satoja tuhansia.” (Ollikainen, *Talouselämä* 31/1992.)

Yrityksen edun diskurssissa talous on yhteiskunnan itsenäinen osa, joka huolehtii tietyistä sille kuuluvista tehtävistä ja talouden toiminnasta. Diskurssissa painotetaan äärimmäistä *liberalismia* ja sääntelemättömän markkinatalouden merkitystä. Vasta täysin vapaassa markkinataloudessa yksilö voi todella toimia moraalisesti, siis oman etunsa mukaisesti, jolloin itse asiassa koko järjestelmä hyötyy eniten. Jos ihanneolosuhteet vallitsisivat egoistinen toiminta olisi aina lopulta moraalista ja myös kannattavaa. Muissa diskursseissa tällaista äärimmäisen liberalistista näkemystä arvostellaan epärealistiseksi. Kritiikin esittäjät huomauttavat, ettei täysin vapaata markkinataloutta ole pystytty missään toteuttamaan. Lisäksi heidän mielestään yhteiskunta on antanut tuotantotehtävän yritykselle, minkä vuoksi yhteiskunnalla voidaan ajatella olevan oikeus esittää yrityselämälle myös vaatimuksia, kuten velvollisuus eettiseen ja vastuulliseen toimintaan.

5.3 Yhteiskunnallisen vastuun retoriikka

Edellisissä alaluvuissa esittelin neljä yhteiskunnallisen vastuun diskurssia, joilla *Talouselämä*-lehdessä puhutaan yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta. Seuraavissa alaluvuissa analysoin *yhteiskunnallisen vastuun diskursseissa käytettyä retoriikkaa*. Tarkoitus on siis sekä täydentää edellisten lukujen analyysia että vastata kolmeen jälkimmäiseen alatutkimuskysymykseen, jotka ovat: *Kuka on diskurssin vastuullinen subjekti? Millaisia asioita ja arvoja diskursseissa nostetaan arvoiksi? Millaiseksi diskurssissa oletetaan lukija tai yleisö?* Myös neljä ensimmäistä alatutkimuskysymystä saavat tarkennusta retorisen analyysin avulla. Valitsemassani lukutavassa on keskeistä *tehtyjen valintojen erotteleminen*. Missä tekstissä on tehty valintoja ja millainen laajempi ideologia tai konteksti perustelee näitä valintoja (vrt. Vihinen 1998, 223). Ei ole sattumaa, että kirjoittaja määrittelee yritysetiikkaa ja yhteiskunnallista vastuuta tietyllä tavalla tai pitää yrityksen tehtävänä tiettyjä asioita. Tekstissä tehtyjen valintojen ohella kiinnitän huomiota tekstissä

käytettyihin arvoihin, hierarkioihin, tyyliin, tekstin osien painotukseen ja järjestykseen, toistoon sekä argumentaation lähtöoletuksiin: tosiasioihin ja toivottaviin asiointiloihin (ks. alaluku 3.3).

Moraalikysymyksiä koskevassa väittelyssä on Hallamaan (2000, 226–227) mukaan aina kysymys moraalisisista arvoista, jotka eivät välttämättä ilmene tekstiyhteydestä. Moraalisten arvojen ja normien tunnistamiseksi onkin hyvä tarkastella kirjoittajien käyttämiä adjektiiveja ja niiden vertailumuotoja, jotka usein paljastavat, millaisten arvojen varaan argumentit rakentuvat. Vaikka perimmäiset moraaliset arvot jäävät helposti lausumattomiksi taustaoletuksiksi, on niiden tunnistaminen ja ymmärtäminen erittäin tärkeää. Ensimmäinen osatavoitteeni on niiden asioiden ja arvojen löytäminen, jotka diskursseissa määritellään ja nostetaan arvoiksi.

Vastaanottajan läsnäolo kirjoitetussa tekstissä on monitasoinen. Yleisö on läsnä paitsi sanoman vastaanottajana ja tulkitsijana, myös tekijän ja vastaanottajan välisenä suhteena, tekijän odotuksina yleisön odotuksista sekä tekijän kommunikatiivisten intentioiden kohteena (Summa 1989, 88). Kaikilla Talouselämä-lehden teksteillä on periaatteessa sama yleisö, joskin kulloisessakin historiallisessa tilanteessa se voi olla hieman erilainen. Aikaisemmin määrittelin Talouselämä-lehden yleisön erityisyleisöksi (ks. Perelman 1996, 21), koska se on liike-elämän ammattilehti ja koska yleisöstä tiedetään etukäteen ainakin muutamia seikkoja. Seuraavissa alaluvuissa toisena osatavoitteena on tarkentaa tätä erityisyleisön määritelmää tutkimalla, millaiselle lukijalle tekstit on kirjoitettu. Toisin sanoen, mikä on eri diskurssien lukijakuva, joka kirjoittajalla on ollut tekstiä kirjoittaessaan ja väitteitä argumentoidessaan.

Kolmas osatavoitteeni on löytää diskursseista vastuullinen subjekti. Tällä tarkoitan tekstien lukemista etsien yhteiskunnallisen vastuun subjektia, tietoista toimijaa, jolle voidaan osoittaa vastuuta. Diskursseissa määritellään yrityksen yhteiskunnallista vastuuta hyvin eri tavalla, mistä väistämättä seuraa, että vastuullinen subjekti on eri diskurssissa eri toimija. Vastuullisen subjektin löytämistä edesauttaa huomion kiinnittäminen lauseen tekijöiden suhteiden tarkasteleminen, etenkin subjektien etsiminen ja niille annettujen ominaisuuksien tulkitseminen. Edellä kuvattujen kolmen osatavoitteen lisäksi pyrin täydentämään edellisten lukujen diskurssianalyttistä analyysia tarkastelemalla diskursseissa tehtyjä valintoja sekä käytettyä argumentaatiota ja kielellisiä tehokeinoja.

5.3.1 Globaali etu – yritys on yhteiskuntaa varten

Globaalin edun diskurssissa käytetään velvollisuuseettistä määritelmää eettisestä toiminnasta. Olennaista määritelmässä on, että toiminta on eettistä silloin, kun se tehdään oikeista motiiveista: esimerkiksi velvollisuudesta tai hyvästä tahdosta. Teksteissä esiintyy kaksi eri tapaa käyttää tätä eettisyyden määritelmää. Toisessa velvollisuuseettinen ihanne esitettiin tosiasiana, tietyn yrityksen vallitsevana käytäntönä, kun taas toisessa se esitettiin toivottavana asiantilana. Kirjoittajat, jotka esittävät velvollisuuseettikan mukaisen toiminnan olevan yrityksen motiivina, painottavat sitä, *ettei eettisen toiminnan syy ole voitontavoittelu*. Näistä teksteistä voi myös lukea voiton tulevan ikään kuin eettisen toiminnan sivutuotteena. Näyttääkin siltä, että tällaisissa teksteissä *velvollisuuseettinen näkemys on tarkoituksella valittu yrityksen toiminnan ja voiton tuottamisen legitimoimiseksi*. Seuraavassa esimerkissä pidetään eettistä toimintaa yhtenä kilpailukeinona, jos yritys täyttää tietyt ehdot ja jos se ei ole itse syy eettiseen toimintaan:

”Eettisyyttä voi käyttää kilpailukeinona, jos yritys osoittaa olevansa oikeudenmukainen työntekijöille, tukee henkilöstön etuja, ei tuhoa ympäristöä ja niin edelleen. Kilpailukeino ei ole syy olla eettinen, mutta jos etiikan voi nähdä liiketoiminnan taseessa, siinä ei ole mitään väärää”, Allinson sanoo *Talouselämälle*.” (Hirvikorpi, *Talouselämä* 29/1995.)

Toisaalta globaalin edun diskurssissa velvollisuuseettinen näkemys esitetään myös toivottavana asiantilana, jonka mukaan kaikkien yritysten pitäisi toimia. Tällaisissa puheenvuoroissa moititaan yrityksiä epäeettisestä toiminnasta, koska toiminta ei ole velvollisuuseettisessä mielessä eettistä lainkaan. Seuraavassa esimerkissä Kuvaja pyrkii yleisesti hyväksytyyn premissin pohjalta siirtämään hyväksynnän myös johtopäätökselle. Kirjoittaja kuitenkin syyllistyy luvattomaan ennakkopäätelmään, kun hän olettaa kiistanalaisen väitteen hyväksytyksi (ks. Perelman 1996, 28–30). Tällaisessa tapauksessa ei ole olennaista, onko premissi tosi vaan onko se yleisesti hyväksytty. Ja koska velvollisuuseettikan näkemys ei ole yleisesti hyväksytty varsinkaan liike-elämässä (jonka toimijoille argumentointi on kohdistettu), ei premiseistä automaattisesti seuraa ehdotettua johtopäätöstä eli väitettä siitä, ettei metsäteollisuusyritysten moraalitaso ole kovin korkea.

Moraalisen toiminnan tavoitteena on moraalitaso, halu toimia moraalisesti. Siksi voikin päätellä, että metsäteollisuusyritysten moraalitaso ei ole kovin korkea. Yhteiskunnallisesti vastuuntuntoisia päätöksiä tehdään, mutta ei siksi, että haluttaisiin olla eettisiä, vaan siksi, ettei ole muuta vaihtoehtoa. (Kuvaja, *Talouselämä* 22/1990.)

Kuvaja päättelee, etteivät metsäteollisuusyritykset vastuuntuntoisista päätöksistä huolimatta toimi eettisesti, koska he tekevät sen pakosta. Olennaista moraalisisessa toiminnassa onkin, että toimijalla on mahdollisuus ja kyky *valita*, toisin sanoen toiminta ei saa olla seurausta pakosta, vietistä tai tunteesta (Takala 1993; Airaksinen 1987). Moraalisen vastuun ottaminen edellyttää muun muassa lain minimien ylitse ulottuvaa toimintaa. Tästä seuraa, että jos metsäteollisuusyritykset toimivat ainoastaan lain minimivaatimusten mukaisesti, toimintaa ei voi kutsua eettiseksi. Mutta jos he tekevät yhteiskunnallisesti vastuullisia päätöksiä esimerkiksi voiton maksimoimiseksi, toimintaa voidaankin pitää seurausetiikan määritelmän mukaan eettisenä. Eettisen toiminnan määrittelemisen onkin erittäin vaikeaa: ei ole saavutettu universaaliala yksimielisyyttä siitä, miten moraalinen toiminta tulisi määritellä. *Lukijan tai tutkijan omasta moraalikäsitelmästä riippuen melkein mikä tahansa valintoihin ja vapaaehtoisuuteen perustuva toiminta voidaan käsittää moraaliseksi.*

Myös yrityksen erittäin laajaa yhteiskunnallista vastuuta määriteltäessä se esitetään joko jo toteutuneena tosiasiana tai ainakin toivottavana asiantilana. Osassa teksteistä todettiin yrityksen jo ottavan laajaa, voiton tuottamisen ylittävää vastuuta ja osassa sitä vaadittiin. Globaalien edun diskurssissa vaaditaan kuitenkin niin laajaa yhteiskunnallista vastuuta, että siinä kyseenalaistetaan voiton tuottaminen yrityksen ensisijaisena tehtävänä. Seuraavissa esimerkeissä on yhteistä käsitys erittäin laajasta yhteiskunnallisesta vastuusta ja yrityksen tehtävänä nähdään yhteiskunnan palveleminen ja hyvinvoinnin lisääminen. Ensimmäisessä väitetään, että yritys toimii jo erittäin laajan vastuun edellyttämällä tavalla. Mielenkiintoista on, että tekstissä määritellään *voittoa*, sitä mitä se on tämän yrityksen toiminnassa, ei yhteiskunnallista vastuuta. Taustalta voi tässäkin lukea jo edellä viittaamaani tapaan legitimoida yrityksen toiminta ja voiton tuottaminen. Sen sijaan toisessa esimerkissä esitellään ihannetila, johon voitaisiin päästä, jos yritykset toimisivat eettisesti ja vastuullisesti.

”Eräs amerikkalainen yritys on määritellyt voiton omilla eettisillä säännöissään näin: ”Liiketoiminta on yhteiskunnan palvelemista, ei vain rahan tekemistä. Voitto on meille palkkio siitä, että olemme palvelleet yhteiskuntaa hyvin. Voitto on palvelustemme päämäärä ja niiden mittari, mutta ei yksinomainen tarkoitus.” (Hirvonen, Talouselämä 11/1994.)

”Yhteiskunnallisesti vastuuntuntoiselta yritykseltä odotetaan, että yritys tyytyy jo saavutettuun voittojen tasoon ja harjoittaa aktiivisesti muita kuin voittoatuottavia toimintoja. Näin eivät suomalaiset metsäteollisuusyritykset toimi...

...Mutta toisinkin voisi olla. Jos yhteiskunta ja sen jäsenet luopuisivat jatkuvan taloudellisen kasvun tavoitteistaan, myös yritykset voisivat – jos haluaisivat – luopua kasvua ja kulutusta kiihdyttävistä investoinneista. Tällöin yritykset voisivat panostaa entistä enemmän ympäristönsuojeluun ja ympäristöystävällisten tuotteiden kehittämiseen, henkilöstön työskentelyolosuhteiden parantamiseen ja jopa osallistua yhteiskunnan ja sen jäsenten sosiaalisen hyvinvoinnin lisäämiseen.” (Kuvaja, Talouselämä 22/1990.)

Kuvajan tekstissä yritys toistuu subjektina lähes jokaisessa lauseessa. Siitä päättelen, että hänen mielestään *vastuu ihanteen toteutumisesta on yrityksellä*. Yrityksen täytyy toimia eettisesti, ottaa laajaa yhteiskunnallista vastuuta ja luopua kasvusta ja voittojen tavoittelusta. Kuvaja ei vaadi yhteiskuntaa korjaamaan tilannetta esimerkiksi lainsäädännön avulla, mikä on oikeastaan melko ymmärrettävää, kun muistaa eettisen toiminnan ehdon: eettinen toiminta perustuu vapaaehtoisuuteen (ks. Takala 1993). Jos toivottavaa asiantilaa yritettäisiin saada aikaan lainsäädännön avulla, eivät lakeja noudattavat yritykset toimisi eettisesti vaan lainkuuliaisesti. Tekstissä siis vastuu siirretään yritykselle ja yrityksissä toimiville ihmisille.

Globaalin edun diskurssin ihmiskuva on kantilainen (ks. luku 5.1.1), joten ihmiset kykenevät moraalitajunsa avulla erottamaan hyvän ja pahan, oikean ja väärän. Erään artikkelin mukaan ihmiset, ja siis myös yritykset, alkavat toimia eettisesti, kun heidän moraalitajunsa on herätetty. Onko globaalin edun diskurssin eräs ääneenlausumaton tehtävä siis ”herättää” ihmiset ja yritykset eettiseen toimintaan? Diskurssin *kantilainen ihmiskuva on sekä sisäänrakennettu lukija että ihanne*, johon lukijan pitää pyrkiä. Ja jos muut eivät vielä ole heränneet moraaliseen toimintaan, voi jokainen omalla esimerkillään parantaa myös heidän moraaliaan:

”Nöyryys ja oma esimerkki ovat parempia keinoja kuin moitteet myös toisten moraalin parantamiseksi.” (Hirvonen, Talouselämä 11/1994.)

Eettinen toiminta nähdään globaalin edun diskurssissa itseisarvona, sillä se on arvokasta itsessään. Itseisarvolla tarkoitetaan sellaista toiminnan hyvää päämäärää, jonka haluttavuus riippuu vain siitä itsestään ja joka toteutuessaan tekee maailmasta paremman (Airaksinen 1987, 134–135). Toinen diskurssille tyypillinen itseisarvo on koko *yhteiskunnan hyvinvointi*, jonka tavoittelussa yrityksellä on *välinearvo*. Toisin sanoen yrityksellä on arvoa ainoastaan siksi, että sen avulla itseisarvo, yhteiskunnan hyvinvointi, voidaan toteuttaa tai sen määrää ainakin lisätä. Diskurssissa epäillään

yritysten nykyisten arvokoodien olevan vain puhetta tai jopa kulissi, jonka taakse todelliset arvot verhotaan. Viime kädessä arvellaan markkinoiden ja taloudellisten arvojen sanelevan toiminnan päämäärät todellisten arvojen kustannuksella. Globaalin edun diskurssissa moititaan ihmisten piiloutuvan talouden tai oikeastaan markkinoiden välttämättömyysretoriikan taakse, minkä seurauksena markkinoista onkin tullut itseisarvo ja ihmisellä on vain välinearvo. Määttänen arvostelee seuraavassa esimerkissä markkinoiden kaikkivoipaisuutta. Kolumnissaan hän kaipaa moraalialia, jotta markkinat voitaisiin ”valjastaa” palvelemaan ihmistä.

”Yrityksissä on trendikästä saattaa yrityksen arvot kirjalliseen muotoon. Ne voi sitten vaikkapa esitellä vuosikertomuksissa ja juhlapuheisiinhan ne ovat aina verratonta tavaraa. Hallintoneuvostojen ja hallitusten kokouksissakin niiden esittelyyn saadaan kulumaan mukavasti aikaa. Mutta heti kun markkinat vaativat uusia päätöksiä, arvot joutavatkin romukoppaan. Arvot ovatkin usein vain korea kulissi.

Ensiksi markkinat istuutuivat yrityksen neuvottelupöytään. Tänään ne käyttävät valtaa hallituksen iltakoulussa, eduskunnan täysistunnossa, tupopöydässä ja varmaan myös kirkolliskokouksessa. Kuka on se kaikki voipa *herra Markkinat?* Sillä on ainakin hyvin leveä selkä, jonka taakse on helppo piiloutua. Sinne me vuorollamme jokainen kätkeydymme, eikä kukaan tunnu olevan siitä moksiskaan...’nyt markkinat edellyttävät, että meidän on nämäkin ratkaisut hyväksyttävä.’

Markkinat ovat ottaneet vähintään erävoiton. Kun markkinoiden tulisi olla ihmistä varten, onkin käynyt niin, että ihmiset ovat ilmiselvästi markkinoita varten.” (Manninen, *Talouselämä* 4/1998.)

Edellä kuvatut itseisarvot, eettinen toiminta ja yhteiskunnan hyvinvointi, ovat abstrakteja arvoja. Globaalin edun diskurssi on ainoa diskursseista, jossa itseisarvoiksi nostetaan pelkästään abstrakteja arvoja. Vaikka argumentaatiossa tarvitaan sekä abstrakteja että konkreettisia arvoja, abstraktit sopivat paremmin yhteiskunnallisen kritiikin lähtökohdiksi, koska ne voivat tarjota perustaa muutosvaatimuksille ja jopa vallankumoukselliselle hengelle (Perelman 1996, 36). Pidänkin globaalin edun diskurssia melkein pä vallankumouksellisena sen ideaalisen, yrityksen perinteisen voiton tuottamistehtävän ylittävän yhteiskunnallisen vastuun vaatimuksen vuoksi. Diskurssissa kirjoittajat käyttävät hyvin asiallista tyyliä, sillä kysymyksessä on vakava asia. Teksteissä esitellään ihanteita ja tavoitteita, johon liike-elämässä ensisijaisesti tulisi pyrkiä. Taustalla vaikuttaa idealistinen näkemys moraalisesti korkeasta liiketoiminnasta ja laajaa yhteiskunnallista vastuuta kantavista yrityksistä. Muissa diskursseissa kritisoidaan näkemystä epärealistiseksi, niin myös seuraavassa ironisessa puheenvuorossa. Premisseinä käytetään vastustajien argumentteja mutta loppuun rakennetaan yllätys huomauttamalla, ettei ole itsestään selvää, mitä yritysten pitäisi todella

tehdä ja miten toimia. Taustalla lienee ajatus siitä, ettei ole olemassa universaaleja arvoja ja yhteisesti hyväksytyjä päämääriä:

”Eteneminen *kohti yhteistä hyvää* edellyttää yhteisten arvojen tunnistamista ja tunnustamista. Piispat tunnustavat yleispätevien arvojen olemassaolon ja vaativat, että politiikka on rakennettava niiden varaan. Raamatun mukaan politiikan kultainen sääntö on: Kaikki, mitä tahdotte ihmisten tekevän teille, tehkää te heille. Pulmaksi jää, mitä on milloinkin kaikki.” (Tuomainen, Talouselämä 9/1999.)

5.3.2 Kaikkien sidosryhmien etu – vastuun välttämättömyysretoriikka

Vaikka kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa puhutaan laajasta yhteiskunnallisesta vastuusta ja sidosryhmien huomioon ottamisesta, eettistä toimintaa harjoitetaan, koska on pakko: joko voittojen kasvattamiseksi tai ainakin nykyisen tason säilyttämiseksi. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa käytetään paljon *välttämättömyysretoriikkaa*, jonka avulla osoitetaan eettisen toiminnan olevan yrityksestä johtumattomista syistä välttämätöntä. Kuluttajat ja asiakkaat *vaativat* yrityksiltä eettisempää toimintaa ja yritykset *joutuvat* ottamaan heidän vaatimuksensa ja mielipiteensä huomioon, *vaikka ne olisivat väärinä*. Kuluttajien ja kansalaisjärjestöjen lisääntynyt valta on otettava vakavasti, sillä he voivat kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa *leimata yrityksen ympäristörikkoliseksi*, käyttää *aseenaan markkoja* ja ovat valmiita *boikotteihin*, ellei yritys toimi heidän vaatimustensa mukaan. Diskurssissa käytetään hyödyksi vahvoja ilmaisuja, kuten pakko, välttämättömyys ja jopa sotatermejä, kuten markkojen käyttö aseena. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa annetaan kuitenkin ymmärtää, että kuluttajat ja asiakkaat eivät välttämättä tiedä asioista tarpeeksi tai että yrittäjä saattaa olla hyvinkin oikeassa ja liikkeellä hyvällä tarkoituksella, kuten seuraavista esimerkeistä käy ilmi:

”Suomen Shellin toimitusjohtaja **Rolf Hasselblatt** näkee kuitenkin tilanteen opetuksena: ”Yritykset joutuvat ottamaan huomioon yhä enemmän ihmisten mielipiteet, olivat ne sitten oikeita tai väärinä.” (Hirvikorpi, Talouselämä 29/1995.)

”...nousi pintaan kysymys arvopaperikaupan etiikasta. Sijoittajien vastausten perusteella toivomisen varaa on niin välittäjien kuin sijoittajienkin tavoissa...

...Olipa välittäjän omatunto kuinka pudas hyvänsä, asiakkaiden epäilyillä on merkitystä.” (Hurri, Talouselämä 10/1993.)

Nykyisin yhä useammat yritykset ovat julkaisseet omat eettiset koodistonsa ja arvonsa, joihin sitoutuvat toiminnassaan. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa painottuu käsitys, jonka mukaan yhteisesti hyväksytyt arvot ja eettiset periaatteet auttavat yritystä pääsemään tavoitteeseensa ja parantamaan tulostaan. Pelkiksi tyhjiksi lauseiksi arvot eivät kuitenkaan saa jäädä, sillä henkilöstön motivaatio heikkenee eikä voittoja synny, jos käytännössä toimitaan yhdessä sovittujen pelisääntöjen vastaisesti. Universaalien arvojen löytämisen ongelma on ilmeinen, minkä vuoksi yrityksessä täytyy pohtia käytännöllisesti tavoitteet, joihin sitoudutaan. Tällöin arvot ovat arvoja enää arvon käsitteen laajassa merkityksessä (Airaksinen 1987, 130–132), sillä ne ovat hyvin käytännöllisiä tavoitteita, joihin toiminnassa pyritään. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa korostetaan, ettei yrityksellä voi olla todellisia arvoja, ellei niihin todella sitouduta ja niistä keskustella koko henkilöstön kanssa:

”Hyödyllinen arvokeskustelu vaatii yrittäjiltä ja yritysjohtajilta realismia: jos arvot eivät vaikuta päätöksiin, eivät ne arvoja olekaan.” (Luotonen, Talouselämä 29/1998.)

”Menestyvät yritykset rakentavat itselleen business-tavoitteiden lisäksi myös moraaliset tavoitteet. Sisäisen koodin, jonka yrityksen palveluksessa olevat fiksut ja koulutetut ihmiset hyväksyvät ja kokevat myös omina tavoitteinaan. Näin saadaan moraaliset arvot osaksi yrityksen toimintaa.” (Katkelma Sainin esitelmästä, Talouselämä 33/1994.)

Vaikka kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa korostetaan yrityksen yhteisten ja *todellisten* arvojen merkitystä yrityksen menestymiselle, itse diskurssissa nostetaan *taloudellinen hyöty itseisarvoksi* ja eettinen toiminta on vain väline voiton saavuttamiseksi. Taloudellinen voitto on diskurssissa itsessään tavoittelemisen arvoista ja tekee maailmasta paremman. Tämä on moraalifilosofian kannalta ongelma: voiko taloudellinen voitto todella olla itseisarvo? Esimerkiksi Koskinen (1994, 191) huomauttaa, ettei raha ole arvokasta sinänsä vaan sen avulla voidaan ainoastaan hankkia inhimillistä hyvää. Toisaalta Heikkonen (1995, 36) toteaa, että näin on jo käynyt ja että eettinen hyvä on pitkälti korvattu taloustieteellisellä arvokäsitteillä, kuten yrittäjäyys, teknologia, tehokkuus, säästäminen, bruttokansantuote ja kannattavuus. Näin voi sanoa käyneen ainakin kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa, sillä yrityksen tehtäväksi asetetaan taloudellisen voiton tavoittelu ja maksimoiminen, joskin sidosryhmien ehdoilla ja yhteiskunnan asettamissa puitteissa. Esimerkiksi seuraavassa sitaatissa uskotaan, että etiikasta tulee arvo heti kun sen avulla saavutetaan tulosta, joka siis on toiminnan ylin tavoite.

”Uudenlaisen yrityseettisen herätysliikkeen ennusmerkit ovat kuitenkin olemassa. Etiikka nousee arvoonsa, kun se alkaa vaikuttaa suoraan tulokseen.” (Hirvikorpi, *Talouselämä* 29/1995.)

Seuraavassa esimerkissä Koskinen nostaa ylimmäksi perusarvoksi asiakashyödyn, josta artikkelin kirjoittaja, *Talouselämä*-lehden toimittaja vielä poimii hänen puheessaan painottuneen sanan hyöty. Mielenkiintoinen vertaus on myös laadun ja etiikan *käyminen käsikädessä*. Ajatuksen taustalla on selvästi ajatus siitä, että etiikka hyödyttää kaikkia, niin asiakasta, työntekijää kuin yritystäkin:

”Ylimmäksi perusarvoksi on noussut niinkin arkiselta tuntuva asia kuin asiakashyöty. Koskinen painottaa sanaa hyöty. Laatu ja etiikka käyvät käsi kädessä, kuten hyvinvointi ja työilo. Nuo Koskinen nostaa yritysten arvoiksi.” (Hirvikorpi, *Talouselämä* 36/1997.)

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa korostetaan taloudellisen voiton yhteydessä kaikkien hyötymistä. Argumentaatiossa tukeudutaan arvojen ohella *hierarkioihin*. Heterogeenisissä hierarkioissa rinnastetaan toisiinsa erilaisia arvoja, kun taas homogeeniset perustuvat määrään. Aristoteleen määrään liittyvän päättelysäännön mukaan on pidettävä parempana sitä, mikä hyödyttää monia kuin sitä, mikä hyödyttää vain harvoja (Perelman 1996, 34–36). Kun kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa korostetaan *kaikkien hyötävän* eettisestä toiminnasta, on argumentoinnissa kyse homogeenisestä hierarkiasta. Siinä kaikkien (sidosryhmien) hyöty on harvojen (esimerkiksi omistajan) hyötyä arvokkaampaa. Tällainen kanta kritisoi esimerkiksi omistajan edun diskurssin käsitystä omistajan etuoikeudesta taloudelliseen hyötyyn.

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa lukijaksi tai yleisöksi on helppoa kuvitella järkevä ja vastuullinen liike-elämän toimija, joka ymmärtää talouden ja yhteiskunnan välisen kiinteän suhteen mutta joka näkee sen mahdollisuuksina rajoituksen sijaan. Tällainen lukija ymmärtää, että taloudellista voittoa saadakseen yrityksen on otettava eettinen toiminta vakavasti ja käytettävä sitä kilpailukeinona. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa nostetaankin vastuulliseksi subjektiksi menestyvä ja hyvin hoidettu yritys, joka kantaa yhteiskunnallista vastuuta, on hyvä yrityskansalainen. Seuraavassa esimerkissä korostetaan yrityksen ja yhteiskunnan kiinteää vuorovaikutussuhdetta, sillä yritys on *arvokas* asia ja yhteiskunta hyötyy siitä. Menestyvä yritys nähdään diskurssina myös itsessään arvokkaana asiana.

”Hyvin hoidettu firma on piispan mielestä myös yhteiskunnallisesti arvokas asia, koska firma kantaa keskeisesti yhteiskunnallista vastuutaan: antaa työtä, maksaa veroja ja tekee liikeideasta toivottavasti eettisesti korkeatasoisia tuotteita.” (Hirvikorpi, Talouselämä 13/1998.)

Vaikka kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa korostetaan sidosryhmien palvelemista, näyttäytyy taustalla ensisijaisena kuitenkin yrityksen edusta huolehtiminen ja sen eteen ollaan valmiita tekemään myönnytyksiä. Seuraavassa esimerkissä etiikka esitetään kauppatavarana. Yritys *tarjoaa tuotteen oheistuotteena annoksen etiikkaa ja tunteen vaikutusmahdollisuudesta*, minkä avulla kuluttaja pidetään tyytyväisenä. Tästä koituu yritykselle sekä taloudellista hyötyä ja hyvä maine että vähemmän vastustusta kansalaisjärjestöjen ja muiden sidosryhmien taholta:

”Shell kohtaa asiakkaan huoltamoillaan sata miljoonaa kertaa viikossa. Hänelle on tarjottava laadun lisäksi uskottavuutta, annos etiikkaa ja tunne vaikutusmahdollisuudesta...

...Shell tarjoaa kuluttajalle mahdollisuuden esittää eettinen ärähdyksensä yhteiskuntaraportin palauteleipukkeilla. Ne kehottavat ottamaan kantaa muun muassa siihen, pitääkö yhtiön käyttää taloudellista valtaansa poliittisen muutoksen aikaansaantiin.” (Holtari, Talouselämä 18/1998.)

Totuuksien ja tosiasioiden lisäksi argumentaatiossa tukeudutaan myös oletuksiin tai otaksumiin. Vaikka ne eivät olekaan niin varmoja kuin totuudet ja tosiasiat, antavat ne usein riittävän perustan vakuuttamiselle. Yleensä otaksumat koskevat sitä, mitä normaalisti tapahtuisi, mutta ne voivat kuitenkin joutua ristiriitaan tosiasioiden kanssa. Otaksuman välittömin seuraus on todistamisen vaatimuksen siirtyminen vastustajalle. (Perelman 1996, 32.) Vaikka otaksuman tai oletuksen seurauksena ei ole tietyn kannan todistaminen oikeaksi, siirtyy todistustaakka aina vastustajalle. Tämän seurauksena oma näkemys jää vallitsevaksi perustaksi, kunnes taas toisin todistetaan. Piispa Ambrosius siirtää todistamisen vastuun vastakkaisen näkökulman edustajalle, kun hän toteaa, että meidän yhteiskunnassamme epäeettisesti toimivat yritykset eivät menesty pitkällä tähtäimellä. Tällaista väitettä on mahdoton todistaa vääräksi mutta toisaalta sen todenperäisyydestäkään ei ole sen kummempia takeita. Väitteestä kuitenkin seuraa, että esimerkiksi lyhyen tähtäimen edun tavoittelemista puolustavan on argumenteillaan osoitettava piispan otaksuma vääräksi. Tekstissä myös käytetään urheiluun tai oikeastaan nyrkkeilyyn liittyvää verbiä *sparrata*. Nyky-yhteiskunnassa eettinen toiminta on ikään kuin kilpailu, jossa parhaiten menestyneet saava suurimman voiton ja

jossa tarvitaan keskustelua ja ammattimaista valmentamista etiikan ammattilaiselta, tässä tapauksessa piispalta.

”Piispa Ambrosius on itse käynyt paljon yrityksissä sparraamassa johtoa eettisissä koodeissa ja puhumassa liikkeenjohdon tilaisuuksissa. Hän näkee, ettei asioiden esilleottaminen automaattisesti takaa, että toiminta olisi eettisesti kestävämmällä pohjalla. Mutta keskustelu herkistää päätöksentekijöitä entistä monipuolisemmin punnitsemaan ratkaisujensa taustaa, syy- ja seuraussuhteita.

’Vaikutelmani on se, että meillä pääsääntöisesti yritykset toimivat eettisesti kestäväällä pohjalla. Nuoret firmat, joiden omistajilla ja johdolla on vain dollarinkuvat silmissä, eivät ne kestä pitkään meidän yhteiskunnassamme.’” (Hirvikorpi, Talouselämä 13/1998.)

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa käytetään myös muuta urheiluun ja kilpailemiseen liittyvää sanastoa. Etenkin kilpailemiseen liittyviä adjektiiveja käytetään hyväksi myös muissa diskursseissa. Poikkeuksen tästä tekee kuitenkin edellinen, globaalien edun diskurssi. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa vastuullinen subjekti on eettisen toiminnan avulla *menestyvä* yritys, yrityskansalainen, jonka toiminnasta kaikki hyötyvät. Tällainen yritys menestyy siksi, että *se on muita paremmin kyennyt liittämään etiikan ja arvot toimintaansa*. Tämän seurauksena fiksu ja koulutettu henkilöstö sitoutuu yrityksen toimintaan ja kokevat yrityksen *tavoitteet* omina tavoitteinaan.

”Menestyvät yritykset rakentavat itselleen business-tavoitteiden lisäksi myös moraaliset tavoitteet. Sisäisen koodin, jonka yrityksen palveluksessa olevat fikset ja koulutetut ihmiset hyväksyvät ja kokevat myös omina tavoitteinaan. Näin saadaan moraaliset arvot osaksi yrityksen toimintaa.” (Katkelmä Sainin esitelmästä, Talouselämä 33/1994.)

Myös seuraavassa esimerkissä yleisesti hyväksytyistä premisseistä rakennetaan johtopäätös. Kirjoittaja käyttää kahta päättelyketjua hyväkseen. Ensimmäinen päättelyketju etenee seuraavalla tavalla: lapsi- tai orjatyövoiman riistäminen yrityksen voittojen lisäämiseksi on väärin ja koska yritys toimii yhdessä tapauksessa epäluotettavasti, siitä seuraa, että yritys on yleensäkin epäluotettava yhteistyökumppani ja kartettava sijoituskohde. Toinen päättelyketju etenee näin: epäeettistä toimintaa harjoittavan yrityksen keinot voivat aiheuttaa yleistä vastustusta, lainsäädännöllisiä rajoituksia, maineen menetystä ja menekin laskua, josta väistämättä seuraa tuloksen huononeminen pitkällä tähtäimellä, mistä johtopäätös on se, että sijoittaja välttää

yhteistyötä epäeettisesti toimivan yrityksen kanssa. Se on *järkevää sijoitustoimintaa ja osa riskien hallintaa*.

”Ongelma on tunnistaa epärehelliset pelurit. Hyvä varoitusmerkki on eettisistä periaatteista piittaamaton toiminta. Jos jokin yritys voittojaan lisätäkseen esimerkiksi riistää lapsi- tai orjatyövoimaa, kuinka luotettava yhteistyökumppani tällainen yritys on sijoittajalle? Menetteleekö kumppani näin myös sijoittajan kanssa?”

Toisaalta epäeettistä toimintaa harjoittavan yrityksen voitot on voitu hankkia keinoilla, jotka tulevat aiheuttamaan yleistä vastustusta, lainsäädännöllisiä rajoituksia, maineen menetystä ja menekin laskua. Tällaisen yrityksen tulos ei ehkä pitkällä tähtäimellä olekaan niin hyvä kuin mitä ensi näkemältä näyttäisi. Epäeettisiin toimijoihin liittyvä sijoittajankin kannalta kohonnut riski.

Yhteistyön välttäminen epäeettisesti toimivien yritysten kanssa ei ole ristiriidassa järkevän sijoitustoiminnan kanssa. Se on osa riskienhallintaa.

On kyse näkökulmasta. Rajautuuko sijoittaja omaan pieneen mutta puhtaaseen nurkkaansa vai toimiiko tämä normaalin yhteiskunnan piirissä sen epäterveitä piirteitä välttäen. Rajautuneisuus johtaa riskien kasvuun ja lienee tehoton tapa vaikuttaa markkinoiden toimintaan.” (Pusa, Talouselämä 18/1999.)

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssi on Talouselämä-lehden sivuilla suosituin. Sen lähtökohdat ovat kaikkein realistisimpia ja maltillisimpia; yritys toimii utilitaristisessa mielessä eettisesti ja kaikkien, tai ainakin monen hyötyä tavoitellen. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssiin kohdistunut kritiikki kohdistuukin eettisen toiminnan perusteluihin, sillä seurauseettinen toiminta ei kantilaisessa mielessä ole eettistä lainkaan. Toisaalta myös arvostelijat myöntävät, että sekin on parempi kuin ei mitään, sillä *luonto ei tiedä motiiveista, se reagoi tekoihin*:

”Ympäristönsuojelliset teemat on siis otettu huomioon yritysten tavoitteissa – markkinointijohtajien mukaan. Tavoitteiden sisältämät teemat eivät ainakaan vielä ulotu strategioihin asti. Haastattelut antoivat selvän kuvan siitä, että ympäristönsuojeluun ei investoida vapaasta tahdosta, vaan siksi, että on pakko. Toisaalta luonto ei tiedä tai välitä motiiveista, se reagoi tekoihin.” (Kuvaja, Talouselämä 22/1990.)

5.3.3 Omistajan etu – omistajan vastuu ja valta

Omistajan edun diskurssissa käsitys yritysetiikassa on seurauseettinen, kuten kaikkien sidosryhmien edun diskurssissakin, sillä eettisesti toimitaan vain, jos siitä seuraa hyötyä. Keskeinen ero on kuitenkin hyödyn käsitteen määrittelyssä, sillä kun kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa tavoitellaan hyvinvointia ja taloudellista hyötyä kaikille sidosryhmille, omistajan edun diskurssissa

hyödyn saa omistaja. Omistaja *ansaitsee* voiton palkkioksi taloudellisesta riskistä, jonka hän ottaa sijoittaessaan yritykseen. Omistajan edun diskurssissa eniten tunteita herättänyt aihe on 1990-luvun lopun optiot, tai oikeastaan niihin kohdistunut arvostelu. Optiot nähdään omistajan edun diskurssissa pelkästään *omistajan ja johtajan välisenä sopimuksena*, johon kenelläkään muulla ei ole oikeutta puuttua. Omistajat saavat käyttää rahansa mihin haluavat – eihän kenelläkään ole oikeutta puuttua toisten rahan käyttöönkään. Diskurssissa käytetään esimerkkejä ja vertauksia osoittamaan, ettei optioissa olekaan niin ihmeellisestä ja suhteettomasta asiasta kysymys. Optioiden vastustajat esitetään nurkkafilosofeina, jotka harrastavat keskiajan yksinvaltiuden ajan taloustiedettä. Kirjoittaja opastaakin näitä *nurkkafilosofeja* nykyajan taloustieteen toimintatapoihin ja käsitteisiin, esimerkiksi *vapaaseen vaihdantaan*.

”Nurkkafilosofian mukaan kukaan ihminen ei ole optioiden arvoinen. Kuulostaa keskiajan taloustieteeltä, jossa riideltiin aiheesta oikea hinta ja mietittiin tapoja, jolla ruhtinas sen parhaiten määräisi. Ei sellaista kuitenkaan ole. Jos yrityksen omistajat katsovat, että johtaja on parin sadan miljoonan arvoinen ja ovat halukkaita sen pulittamaan, niin silloin hän on sen arvoinen. Jos olet valmis maksamaan 20 000 markkaa Rolexista, vaikkei se näytä aikaa yhtään tarkemmin kuin kahdensadan markan muovikello, niin se siitä huolimatta on hintansa arvoinen, koska sinä vapaassa vaihdannassa suostut sen maksamaan.

Optio on yrityksen omistajien ja avainhenkilön välinen sopimus. Ne eivät kuulu muille yhtään sen enempää kuin se, panetko rahasi kerskakulutukseen vai eläkevakuutukseen. Johtajien lisäksi ainoa taho, jolla on asiaa optiokeskusteluun, ovat omistajat ja heidän edustajansa eli toinen sopijaosapuoli.” (Lillrank, Talouselämä 21/1998.)

Seuraavassa sitaatissa vastuullinen toimija ja arvoa tuottava omistaja nähdään suorastaan uhrina, jonka kimppuun ahneet ja kateelliset *regulaattorit* ja *populistit* hyökkäävät. Lillrank käyttää tekstissään paljon metaforia, joka klassisen määritelmänsä mukaan on vertaus ilman kuin sanaa (Kakkuri-Knuuttila 2000, 259). Metafora tekee jonkin asian ymmärrettäväksi liittämällä siihen merkityksiä jostakin jo aiemman tutuksi tulleen asiasta (ks. Jokinen 1999, 148). Kirjoittaja käyttää tekstissään metaforana hunajapurkkia, jonka herkullinen sisus houkuttelee siis ylimääräisiä paikalle. Kirjoittaja käyttää tekstissään edellisen lisäksi hyödykseen Raamatun kymmentä käskyä, synnin yleisesti tunnettua ja tunteita herättävää käsitettä ja vertaa populistia uroskoiraan.

”Synti 9. ja 10. käskyä vastaan onkin juuri ahneus, jolla regulaattorit ja muita paremmiksi itseään luulevat populistit tunkeutuvat arvoa tuottavien lähimmäistensä taskuihin. Populisti haistaa kuin uroskoira heti kun jonkin asian ympärille

alkaa kasvaa kateutta. Siitä löytyy tekosyy pyrkiä vallan hunajapurkille määräälemään ja verottelemaan.” (Lillrank, Talouselämä 21/1998.)

Omistajan edun suppeaa yhteiskunnallista vastuuta perustellaan liberalistisella näkökulmalla, jossa yrityksen *ainoa yhteiskunnallinen vastuu on voiton maksimoiminen*, kuten Friedman asian kuuluisassa ajatuksessaan ilmaisee (esim. Takala 2000, 10; De George 1990, 97). Seuraavassa esimerkissä kirjoittaja ottaa kantaa Pohjola-yhtiöiden ennätysuuriin osinkoihin samaan aikaan, kun suuri joukko työntekijöitä päätettiin irtisanoa. Esimerkki viittaa yrityksen toimivan epäeettisesti, jos se alkaa voiton tuottamisen sijasta kantaa vastuuta henkilöstöstään. Tämä johtaa lopulta myös *yhteisen edun kärsimiseen*. Esimerkkinä hän käyttää romahtanutta neuvostoliittolaista suunnitelmataloutta ja Japanin talouden alamäkeä. Tällaisen perustelujen vyöryttämisen taustalla lienee *harhauttaminen* retorisenä keinona, sillä esimerkkien avulla huomio pyritään siirtämään pois itse ongelmasta. Pohjolan tapauksessa ei ollut kysymys tehottomasti toimivasta tai voittojaan menettävästä yrityksestä vaan *voiton jakamisen periaatteesta*: voitto haluttiin jakaa omistajalle henkilöstön kustannuksella. Perusteluna kirjoittaja käyttää vielä sitä, että *omistaja panee rahan kiertämään taloutta uudistaen*. Herää kysymys, että mitä työntekijä sitten rahalla tekee?

”Mitä jos kumarrus tapahtuisikin työntekijöiden suuntaan? Mitä jos kaikki, tai ainakin useimmat yritykset alkaisivat kantaa vastuunsa jättämällä irtisanomatta työntekijöitä, joiden panosta ei enää tarvita. Lähihistoria tarjoaa runsaasti esimerkkejä, joista ottaa opiksi.

Neuvostoliittolaisessa suunnitelmataloudessa ei irtisanotto ketään. Yritykset kantoivat vastuunsa työntekijöistään, mutta tästä kärsimään joutuivat asiakkaat, joille pitkän jonotuksen jälkeen tarjottiin huonoja tuotteita ja hapanta palvelua. Yhteinen etukin kärsi, koska tehottomasta toiminnasta ei irronnut resursseja sijoitettavaksi julkisiin palveluihin. Ei ollut omistajia, jotka olisivat panneet rahan kiertämään taloutta uudistaen.

Kuka japanilaisia yritysjohtajia nyt kiittää siitä, että saneerausta lykättiin vuosikymmenellä sosiaalisen vastuun nimissä?” (Lillrank, Talouselämä 10/1999.)

Omistajan edun diskurssissa vastuulliseksi subjektiksi nostetaan *menestyvä liikeyritys ja uutta arvoa luova yrittäjä*, jota seuraavassa esimerkissä kolumnisti kuvaa aikamme moraalisesti *vahvimmaksiksi yksilöksi*. Tästä voi päätellä, että yrittäjä on moraalinen, kun hän tuottaa taloudellista voittoa, ja organisaatio toimii eettisesti, kun se menestyy. Taustalla näkyy jälleen yrityksen ensisijainen tehtävä, voiton tuottaminen.

”Populistipiispojen ja ihmisvihaajien rinnalla aikamme moraalisesti vahvin yksilö on uutta arvoa luova yrittäjä ja eettisyyden vakavimmin ottava organisaatio on arvonsa, missionsa ja visionsa tiedostanut kansainvälisesti menestyvä liikeyritys.” (Lillrank, Talouselämä 21/1999.)

Omistajan edun diskurssissa liberalistinen markkinatalous näyttäytyy ylivertaisena. Seuraavassa esimerkissä korostetaan, ettei talouden ja markkinoiden toimintaan saa yhteiskunta sekaantua. Tekstissä kuvataan *tuhoisimmaksi* sidosryhmien väliseen tasapainoon puuttumista, sillä markkinatalouden mekanismit huolehtivat tasapainosta automaattisesti. Markkinataloutta kirjoittaja kuvaa *maailman parhaaksi*, koska se reagoi palautteeseen ja oppii, ikään kuin markkinatalous olisi toimija, jonka huoleksi talouden ongelmat tai kysymykset voidaan jättää.

”Tuhoisinta olisi ryhtyä määräälemään keskitetysti sidosryhmäsuhteiden tasapainoa. Omistajien, asiakkaiden ja henkilöstön etujen tasapainopiste ei pysy paikallaan, eikä sitä voi yleisesti määritellä. Markkinataloushan on arvontuottokyvyltään maailmanhistorian paras juuri siksi, että se sallii nopean palautteen ja pikaisen virheistä oppimisen.” (Lillrank, Talouselämä 10/1999.)

Omistajan edun diskurssissa korostetaan talouden omalakisuuutta, ei ainoastaan sidosryhmäsuhteissa vaan kaikessa toiminnassa. Seuraavassa sitaatissa Klami pyrkii argumentoinnissaan siirtämään yleisesti hyväksytystä premissistä hyväksynnän myös johtopäätöksilleen mutta syyllistyykin luvattomaan ennakkopäätelmään (ks. Perelman 1996, 28–30). Eettisessä mielessä susi ei voi missään olosuhteissa olla epäeettinen, koska eläimet kuuluvat ei-eettisen alueelle. Eläimillä, tässä tapauksessa sudella *ei ole kykyä valita*, joka on moraalisen toiminnan ehto (ks. esim. Takala 1993). Vaikka Klamin esittämä päättelyketju on etiikan näkökulmasta virheellinen, on se retorisesti näkökulmasta mielenkiintoinen. Kirjoittaja näyttää tietävän, ettei hänen sutta ja lammasta koskeva premissinsä ole yleisesti hyväksytty. Siksi hän pyrkii suostuttelemaan lukijaa sen kannalle vertaamalla yhteiskuntaa ja luontoa toisiinsa ja väittämällä, että niissä on *sisäänrakennettuna* samanlainen rationaliteetti, luonnon laki:

”Sekä ihmisyhteiskunnassa että luonnossa on sisäänrakennettuna tietynlainen ankara rationaliteetti. Ei ole – jos siihen uskoo epämoraalista noudattaa tällaisten rationaliteetin lakeja. On yhtä vähän epämoraalista, kun susi syö lampaan, se, että ihminen ahtaa mahaansa häkissä kasvatetun kana – tai suuryritys nielaisee yrityskaupassa pikku kilpailijansa.” (Klami, Talouselämä 10/1990.)

Omistajan edun diskurssissa rahan kieli on kirjoittajien yhteinen metakieli. Kaikki on perusteltavissa taloudellisin arvoin ja ilmaistavissa rahamääräisenä. Omistajan edun diskurssin etiikkaa voikin kutsua voittoetiikaksi, sillä siinä tavoitellaan ainoastaan taloudellista hyötyä. Olennaista puhettavassa on, ettei eettiselle toiminnalle liike-elämässä ole mitään universaaleja moraalilakeja vaan markkinoiden toiminta määrittää yrityksen toiminnan luonteen ja eettisyyden asteen. Taloudellinen voitto nähdään kaikki muut arvot ylittävänä itseisarvona, ja siksi omistajan ja johdon on tehtävä päätökset mielessään ensisijaisesti voiton maksimoiminen. Tärkeiksi arvoiksi nostetaan myös hyvinvointi ja edistys, joiden saavuttamiseksi seuraava kirjoittaja on valmis uhraamaan jopa maapallon säilymisen. Lillrank kirjoittaa itse *kuolevansa mieluummin onnen ja edistyksen tavoittelun sivuvaikutuksiin kuin ekofasistisen teloituskomppanian edessä*. Hän kutsuu edistyksen tavoittelun arvostelijoita tai ympäristönsuojelijoita ensinnäkin ekofasisteiksi, jolla hän viittaa toisen maailmansodan aikaiseen äärioikeistolaiseen toimintaan, kaikkien lähes poikkeuksetta negatiiviseksi kokemaan ja ikäviä seurauksia aiheuttaneeseen fasismiin. Kirjoittaja käyttää apunaan sotatermiä, teloituskomppaniaa, jonka eteen edistyksen tavoittelijat joutuvat. Niinpä onkin lopulta parempi kuolla onnen ja edistyksen tavoittelun sivuvaikutuksiin, kaikkihan me kuitenkin joskus kuolemme:

”Voi olla, että ihmiskunta hyvinvointiin pyrkiessään menee liian pitkälle ja tuhoutuu. Mutta kaikki kuitenkin joskus kuolemme eikä maapalloonkaan ole ikuinen. Minä puolestani mieluummin kuolen onnen ja edistyksen tavoittelun sivuvaikutuksiin kuin ekofasistisen teloituskomppanian edessä.” (Lillrank, *Talouselämä* 21/1999.)

Omistajan edun diskurssissa lukijaksi oletetaan markkinatalouden lait ymmärtävä talouden toimija, omistaja tai johtaja, joka toimii rationaalisesti päämääränsä, voiton maksimoinnin eteen. Tyyli on ironista ja sarkastista; tarkoituksena on kyseenalaistaa muiden kuin talouden ammattilaisten oikeus osallistua keskusteluun. Kirjoittajat käyttävät paljon talouden termejä ja ”lakeja” hyväkseen ja esittävät argumenttinsa hyvin painokkaasti. Muissa diskursseissa omistajan edun diskurssia kritisoidaan lähinnä omistajan edun korostamisesta muiden sidosryhmien kustannuksella.

5.3.4 Yrityksen etu – liberalismien puolustus

Omistajan edun diskurssille ja yrityksen edun diskurssille on yhteistä suppean yhteiskunnallisen vastuun asettaminen yritykselle: yrityksen tehtävä on voiton maksimointi. Klamin (*Talouselämä* 10/1990) mukaan *jo liberalismien isä Adam Smith kykeni osoittamaan, että täydellisen vapauden ja*

staatisten olojen vallitessa kaksi täydellisen itsekästä ihmistä kykeni täydellisesti optimoimaan omat itsekkäät etunsa. Yrityksen edun diskurssissa todistellaan, että täydellisessä järjestelmässä kaikki toimivat egoistisella tavalla, minkä seurauksena kaikki myös saavuttavat parhaan mahdollisen tuloksen. Omistajan edun diskurssissa kuitenkin huomautetaan, ettei talous täytä riittävän hyvin täydellisen vapauden vaatimuksia. Argumentointi perustuu otaksuman tai olettamuksen esittämiseen toivotusta asiaintilasta, mistä seuraa todistusvastuun siirtäminen vastustajalle. Vastustajan on tämän seurauksena pystyttävä todistamaan, ettei kirjoittajan olettamus ihanteellisesta taloudesta toimikaan hänen väittämällään tavalla.

”Valtiovallan käskyt ja kiellot uhkineen ovat vain kustannus- ja riskitekijä. Jos vapaus vallitsisi, niitä ei tarvittaisi lainkaan. Olisi moraalista olla mahdollisimman itsekäs, koska samalla tultaisiin palvelleeksi toisten yhtä moraalisesti itsekkäiden ja järkevien taloussubjektien etuja...

...Liberalismin moraalit hieman varovaisesti ymmärrettynä rakentuu ajatukselle, että vapauden toteutuessa itsekkyyden ainakin pitemmän päälle koituu yhteiseksi hyväksi.” (Klami, *Talouselämä* 10/1990.)

Yrityksen edun diskurssissa yhteinen hyvä ei ole toiminnan päämäärä, mutta oman edun tavoittelun kautta seuraa myös yhteistä hyvää, ainakin pitkällä tähtäimellä. *Yhteistä hyvää* käytetään diskurssissa oman edun tavoittelun legitimoimisen keinona, sillä sen sisältö on diskurssissa hyvin epämääräinen. Missään ei selitetä, mitä yhteinen hyvä todella tarkoittaa. Seuraavassa esimerkissä käytetään kahta yhtä epämääräistä käsitettä: yhteistä hyvää ja kansakunnan edun edistymistä.

”Oman edun tavoittelun periaate lienee se, mitä useimmat uskovat markkinatalouden puhtaimmillaan olevan. Tässä uskossa markkinatalous muistuttaa kapitalismia. Kapitalismista poiketen markkinatalouden perimmäinen tavoite ei kuitenkaan ole yksityinen rikastuminen sinänsä, vaan yhteisen hyvän edistyminen oman edun tavoittelun kautta...

...Eli oman edun tavoittelu johtaa kansakunnan edun edistymiseen, mikäli yrittäjä toiminnassaan ottaa huomioon, mikä on oikein ja oikeudenmukaista muita ihmisiä kohtaan. Adam Smith näytti siten asettavan selvän eettisen reunaehdon yrittäjyydelle markkinataloudessa.” (Malaska, *Talouselämä* 25/1993.)

Kirjoittaja korostaa myös eettistä reunaehto Adam Smithin ajattelussa, sillä yrittäjän on otettava toiminnassaan huomioon, mikä on oikein ja oikeudenmukaista. Perustelu viittaa velvollisuusetiikkaan, yrittäjä tämän reunaehdon täytettyään toimii eettisesti, koska hänen mielestään on epäeettistä kantaa muuta vastuuta. Itseisarvon asemaan nostetaan taloudellisen voiton lisäksi myös yrittäjän ja johtajan moraalinen toiminta. Vaikka yrittäjän edun diskurssissa toiminnan

päämääränä on taloudellinen voitto, ei tavoitteena ole niinkään lyhyen tähtäimen voitto kuin yrityksen menestyminen pitkällä aikavälillä.

Yrityksen edun diskurssissa korostetaan, ettei liike-elämässä ole universaaleja moraalilakeja, joiden mukaan tulisi toimia. Sen vuoksi yrittäjällä itsellään on oltava moraalitajua ja kykyä moraalisiin pohdiskeluihin, joiden avulla hän erottaa oikean väärästä. Yrittäjän tai johtajan on vaikeista tehtävistä huolimatta ajateltava aina ensisijaisesti yrityksen etua ja menestystä. Johtajalla on oltava selkeä käsitys oman toimintansa perusteista, jotta hän kykenee vaikeissakin tilanteissa toimimaan moraalisesti oikealla tavalla yrityksen hyväksi. Esimerkiksi irtisanomiset voivat olla välttämättömiä yrityksen säilymisen kannalta. Tällaisissa tilanteissa johtajan on oltava *rehellinen itselleen* ja *perusteltava toimintansa* myös henkilöstölle. Seuraavassa sitaatissa johtamisen konsultti kirjoittaa etiikan merkityksestä johtajan työssä. Hän esittelee Koestenbaumin ajatuksia, joiden mukaan hyvä johtaminen perustuu neljään osatekijään, jotka ovat visio, etiikka, realismi ja rohkeus.

”Jos kuitenkin on tehnyt itselleen selväksi johtamisensa eettiset ja moraaliset säännöt, tietää mihin asti joissakin asioissa voi joustaa. Monet suomalaiset johtajat ovat viime aikoina joutuneet tekemään saneerauksia. Ihmisiä on irtisanottava. Tehtävä ei ole kenellekään mieluisa. Tässä tilanteessa on oltava itselleen rehellinen. Toiminnan perusteet on oltava selkeät, jotta voi nukkua rauhassa yönsä. Toisaalta organisaation toiminta on turvattava. Tilannetta ei kuitenkaan saa käyttää hyväksi niin, että organisaation ihmiset kokevat selvän vääryyden tapahtuneen. Selkeät eettiset pohdiskelut saattavat auttaa.” (Kauppinen, Talouselämä 17/1993.)

Vastuullinen subjekti on *moraalinen yrittäjä*, joka on sisäistänyt toimintansa keskeiset periaatteet ja vastuunsa yrittäjänä. Hän hoitaa tehokkaasti tuotantotehtävänsä ja tarjoaa työtä yhteiskunnassa, minkä seurauksena yritys palkitaan. Jos moraalinen yrittäjä keskittyisi muuhun kuin voiton tuottamiseen, hän toimisi epäeettisesti ja toimisi sellaisella alueella, jolla hänen asiantuntemuksensa ei ole riittävä. Yrittäjän edun diskurssissa argumentit myös suunnataan moraalille yrittäjälle tai johtajalle. Diskurssissa esitetty unelma täysin vapaasta taloudesta ja oman edun tavoitteluun perustuvasta toiminnasta pitää sisällään hyvin rationaalisen ihmiskäsityksen. Jotta ihminen voisi aina toimia täysin oman edun mukaisesti, hänen täytyy kyetä rationaalisesti pohtimaan ja vertailemaan kaikkia vaihtoehtoja ja valitsemaan niistä oikeat. Todellisuus on kuitenkin liian monimutkainen hallittavaksi odotetulla tavalla ja lisäksi päätöksiä tehtäessä on harvoin kaikki mahdollinen tieto saatavilla.

5.4 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista

Diskurssianalyysin ja retorisen analyysin avulla olen erottanut luottamuksen metadiskurssin sekä neljä yhteiskunnallisen vastuun diskurssia, jotka ovat globaalien edun, kaikkien sidosryhmien edun, omistajan edun sekä yrityksen edun diskurssit. Koko aineiston taustalla näkyy ajatus siitä, että eettinen ja vastuullinen toiminta lisää luottamusta liike-elämän toimijoiden välillä ja tuo sitä kautta myös säännönmukaisuutta ja ennustettavuutta liike-elämään. Tätä kutsun luottamuksen metadiskurssiksi. Koska talouden toimijat ovat aina riippuvaisia toisista toimijoista, säästää luottamuksen syntyminen talouden toimijoiden välille sekä taloudellisia että psyykkisiä resursseja ja mahdollistaa tehokkaan yhteistoiminnan liike-elämässä. Luottamusta käytetään eettisen toiminnan vaatimusten perusteluna erityisesti globaalien edun ja kaikkien sidosryhmien edun diskursseissa mutta sen merkitys koko talousjärjestelmän kannalta näkyy myös omistajan edun sekä yrityksen edun diskursseissa.

Selkeä ero yhteiskunnallisen vastuun diskurssien välillä on ensinnäkin käsityksessä siitä, miksi yritykset toimivat tai miksi niiden pitäisi toimia eettisesti. Toinen keskeinen ero on suhtautumisessa yrityksen yhteiskunnalliseen vastuuseen ja sen laajuuteen. Yhdistämällä nämä kaksi ulottuvuutta olen rakentanut aineiston pohjalta nelikentän (kuvio 1), jossa eettisen toiminnan motiivit ja perustelut muodostavat yhden ja käsitys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta toisen ulottuvuuden. Vaikka nelikenttä on käsitteellisenä välineenä hieman jäykkä, uskon sen selkeyttävän diskurssien keskeisiä eroja. *Nelikentästä voi erottaa neljä erilaista tapaa puhua yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta, jossa painotetaan joko globaalien etua, kaikkien sidosryhmien etua, omistajan etua tai yrityksen etua.* Yrityksen yhteiskunnallisen vastuullisuuden vaatimuksen voi ajatella kasvavan viimeisestä ensimmäiseen siten, että globaalien edun diskursseissa vaaditaan erittäin laajaa voiton maksimoinnin ylittävää yhteiskunnallista vastuuta, kun taas yrityksen edun diskurssille tyypillistä on suppein mahdollinen vastuu, diskursseissa yrityksen ainoa tehtävä on voiton maksimoiminen.

Kuvio 1. Yhteiskunnallisen vastuun tyypit Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla.

	Painopiste velvollisuusetiikassa	Painopiste seurausetiikassa
Laaja yhteis- kunnallinen vastuu	1. Globaali etu	2. Kaikkien sidosryhmien etu
Suppea yhteis- kunnallinen vastuu	4. Yrityksen etu	3. Omistajan etu

Globaalin edun diskurssissa käsitys eettisestä toiminnasta on velvollisuuseettinen, sillä teko on eettinen, kun se tehdään oikeista syistä, esimerkiksi velvollisuudesta ja hyvästä tahdosta. Ihmisellä itsellään ajatellaan kantilaiseen tapaan olevan sisäinen tietous oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta. Diskurssissa vaaditaan yritykseltä erittäin laajaa, jopa voiton tuottamisen kyseenalaistavaa yhteiskunnallista vastuuta ja päätöksenteon perustaksi pitää ottaa koko sosiaalisen järjestelmän etu. Yrityksen ajatellaan olevan olemassa yhteiskuntaa varten eikä päinvastoin. Eettisen toiminnan oheistuotteena diskurssin mukaan syntyy myös taloudellista hyötyä. Globaalin edun diskurssin eräs funktio onkin taloudellisen voiton ja yrityksen olemassaolon legitimoiminen. Taustalla vaikuttava ideologia on idealismi ja itseisarvot ovat abstrakteja arvoja, kuten eettinen toiminta ja yhteiskunnan hyvinvointi. Vastuu eettisemmästä toiminnasta on aina yrityksellä itsellään ja diskurssin lukijakuva on vastuullinen toimija, jonka moraalitajua pyritään herättämään.

Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa käsitys eettisestä toiminnasta on seurausettinen, sillä yritys toimii eettisesti ja ottaa laajaa yhteiskunnallista vastuuta ainoastaan, jos siitä seuraa taloudellista voittoa ja hyötyä kaikille sidosryhmille. Taloudellisen voiton tavoittelussa painotetaan pitkän tähtäimen voittoa ja voiton jaossa vaaditaan oikeudenmukaisuutta sekä sidosryhmien huomioon ottamista. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa yrityksen tehtävä on palvella sidosryhmiään mahdollisimman hyvin ja tuottaa voittoa yhteiskunnan asettamissa rajoissa. Yrityksen ei pidä kuitenkaan vapaaehtoisesti kantaa sellaista vastuuta, josta voi olla taloudellista

haittaa. Diskurssin vastuullinen toimija on menestyvä yritys, yrityskansalainen, jonka toiminnasta kaikki hyötyvät. Itseisarvoiksi nostetaan kaikkien hyöty ja taloudellinen voitto, joiden tavoittelemisessa eettisellä toiminnalla on vain välinearvo. Lukijaksi diskurssista voi paikantaa järkevän ja vastuullisen liike-elämän toimijan. Eettinen toiminta kuvataan kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa välttämättömäksi sidosryhmien vaatimusten lisääntyessä ja kilpailun koventuessa ja epäeettisen toiminnan kerrotaan aiheuttavan ongelmia ja taloudellisia riskejä. Keskeinen taustalla vaikuttava ideologia on stakeholder-ajattelu eli sidosryhmäajattelu. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssi on Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla selvästi suosituin.

Omistajan edun diskurssissa toimitaan eettisesti ainoastaan, jos siitä seuraa taloudellista voittoa osakkeenomistajalle. Keskeisin ero kaikkien sidosryhmien edun diskurssiin on voitonjaossa: omistajan edun diskurssissa taloudellinen voitto kuuluu omistajalle palkkioksi hänen ottamastaan riskistä. Yrityksen ja yritysjohtajan ensisijainen tehtävä on taloudellisen voiton maksimointi, eli käsitys yhteiskunnallisesta vastuusta on erittäin suppea. Muu vastuunotto esitetään diskurssissa turhana ja jopa haitallisena koko talouden kannalta. Johtajan on tehtävä päätökset mielessään ainoastaan osakkeenomistajien intressit ja vaatimukset. Omistajan edun diskurssin ainoat arvot ovat ilmaistavissa rahamääräisesti, itseisarvoja ovat taloudellinen voitto ja omistajan hyöty. Taustalla vaikuttava ideologia on shareholder-ajattelu, jossa omistajalla ajatellaan olevan muita sidosryhmiä suurempi oikeus taloudellisiin voittoihin. Diskurssissa puolustetaan vapaan markkinatalouden ylivoimaisuutta ja yhteiskunnan puuttumista talouden toimintaan pidetään vahingollisena kaikkien kannalta. Omistajan edun diskurssin lukija on markkinatalouden lait ymmärtävä talouden subjekti ja vastuullinen toimija uutta arvoa tuottava omistaja ja menestyvä liikeyritys, joka tuottaa voittoa omistajilleen.

Yrityksen edun diskurssissa yrityksen ainoa yhteiskunnallinen vastuu on voiton maksimoiminen. Yrityksen ajatellaan toimivan epäeettisesti, jos se ottaa muuta yhteiskunnallista vastuuta. Voiton tavoittelun on tapahduttava sääntöjen mukaan, eli avoimessa kilpailutilanteessa ilman petosta. Diskurssissa vastuullinen toimija on moraalinen yrittäjä, joka tekee parhaansa täyttääkseen yhteiskunnallisen tehtävänsä tuotannossa, tarjotakseen työtä ja saadakseen yrityksen menestymään pitkällä tähtäimellä. Taustalla vaikuttava ideologia on liberalismi, sillä diskurssissa vaaditaan täysin vapaata markkinataloutta, jossa yksilöt voisivat maksimoida hyötynsä täydellisen egoistisella

toiminnalla. Tärkein arvo on yrityksen menestyminen. Yrityksen edun diskurssissa korostetaan, ettei liike-elämässä ole universaaleja moraalisääntöjä, minkä vuoksi johtajalla ja yrittäjällä on itsellään oltava moraalitajua ja kykyä moraalisiin pohdiskeluihin. Diskurssin lukija- ja ihmiskuva onkin rationaalinen toimija, joka kykenee tekemään päätökset aina yrityksen etua ajatellen. Näiden neljän diskurssin keskeisimmät piirteet ja erot sekä vastaukset tutkimuskysymyksiin on koottu yhteen taulukkoon 2.

Taulukko 2. Tutkimuksen keskeiset tulokset.

	Globaali etu	Kaikkien sidosryhmien etu	Omistajan etu	Yrityksen etu
Käsitys yritysetiikasta	Velvollisuuseettinen	Seurauseettinen	Seurauseettinen	Velvollisuuseettinen
Käsitys yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta	Erittäin laaja yhteiskunnallinen vastuu, kyseenalaistaa voiton tuottamisen yrityksen ensisijaisena tehtävänä	Yritys ottaa laajaa yhteiskunnallista vastuuta, koska siitä seuraa taloudellista voittoa ja eniten hyötyä mahdollisimman monelle	Suppea yhteiskunnallinen vastuu: yritys toimii vastuullisesti ainoastaan, jos osakkeenomistajat hyötyvät siitä	Suppea yhteiskunnallinen vastuu: yritys toimii epäeettisesti, jos se ottaa laajempaa yhteiskunnallista vastuuta kuin voiton tuottaminen
Yrityksen tehtävä	Yritys on yhteiskuntaa varten ja sen tehtävänä on lisätä yhteiskunnan hyvinvointia	Yrityksen tehtävä on palvella sidosryhmiään mahdollisimman hyvin ja tuottaa voittoa yhteiskunnan asettamissa rajoissa	Yrityksen tehtävä on tuottaa voittoa osakkeenomistajille. Yrityksellä ei ole muuta yhteiskunnallista vastuuta	Yrityksen ainoa tehtävä on voiton tavoittelu. Yritys tarjoaa työtä ja hyödykkeitä, josta voitto on palkkio.
Kuka on vastuullinen subjekti?	Eettisesti toimiva yritys, joka aktiivisesti osallistuu yhteisön kehittämiseen ja hyvinvoinnin lisäämiseen	Menestyvä yritys, yrityskansalainen, jonka toiminnasta kaikki hyötyvät	Menestyvä liikeyritys, joka tuottaa voittoa omistajilleen, uutta arvoa tuottava omistaja	Moraalinen yrittäjä, joka on sisäistänyt toimintansa keskeiset periaatteet ja vastuunsa yrittäjänä ja johtajana
Keskeiset arvot	Itseisarvoina eettinen toiminta ja yhteiskunnan hyvinvointi	Itseisarvona taloudellinen voitto ja kaikkien hyöty	Itseisarvona lyhyen tähtäimen voitto ja omistajan hyöty	Yrityksen menestyminen, ei universaaleja moraalilakeja
Lukijakuva/Yleisö	Vastuullinen toimija, jonka moraalitaju on herätettävä	Järkevä ja vastuullinen liike-elämän toimija	Markkinatalouden lait ymmärtävä talouden subjekti, osakkeenomistaja tai johtaja	Rationaalisesti toimiva ja moraalinen johtaja tai yrittäjä
Taustalla oleva ideologia	Idealismi	Stakeholder-ajattelu	Shareholder-ajattelu	Liberalismi

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Aloittaessani tutkielmani tekoa, en tiennyt mihin ryhdyin. Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu ovat vaikeita tutkimuskohteita erityisesti siksi, ettei niiden sisällöstä ole päästy yksimielisyyteen. Yksi syy tähän on keskustelun moraalinen luonne: moraalinen argumentointi liittyy perustavanlaatuisiin kysymyksiin siitä, mitä on hyvä inhimillinen elämä ja kuinka ihmisten tulisi toimia toisiaan kohtaan, jotta he menettelisivät oikein (ks. Hallamaa 2000, 226–228). Toisaalta keskustelun moraalinen luonne lisää tutkimuskohteen mielenkiintoisuutta ja tekee siitä tekstien tutkimuksen näkökulmasta erityisen kiehtovan. Yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta kirjoittavat joutuvat tekemään valintoja siitä, miten he määrittelevät nämä käsitteet ja millä perusteella ne nähdään tärkeinä tai jopa merkityksettöminä. Ja määrittellessään yritysetiikkaa ja yrityksen yhteiskunnallista vastuuta kirjoittajat ottavat samalla kantaa siihen, millaisessa yhteiskunnassa he haluavat elää ja mikä on yrityksen merkitys ja tehtävä siinä yhteiskunnassa.

Diskurssianalyttisen ja retorisen analyysin avulla kiinnitän tutkimuksessani huomiota siihen, ettei ole vain yhtä tapaa puhua yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta, vaan useita, eri lähtökohtiin perustuvia diskursseja, joiden taustalla vaikuttavat eri ideologiat, erilaiset arvot ja eettiset periaatteet. Nostan aineistosta esiin neljä yhteiskunnallisen vastuun diskurssia, joilla yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta puhutaan *Talouselämä*-lehdessä 1990-luvulla: globaalin edun, kaikkien sidosryhmien edun, omistajan edun sekä yrityksen edun diskurssin. Niiden lisäksi olen erottanut luottamuksen metadiskurssin, jolla tarkoitan aineiston taustalla olevaa ajatusta siitä, että eettinen toiminta synnyttää luottamusta liike-elämässä. Luottamuksen metadiskurssissa korostetaan luottamuksen merkitystä erityisesti talousjärjestelmän toimivuuden, tehokkuuden ja ennustettavuuden kannalta. Liike-elämän toimijat, niin yritykset kuin yksilötkin, ovat riippuvaisia useista sidosryhmistä ja toimijoista, minkä vuoksi luottamus helpottaa yhteistyötä ja mahdollistaa yhteistoiminnan. Luottamuksen syntyminen ja ylläpitäminen eri toimijoiden välillä säästää sekä taloudellisia että psyykkisiä resursseja, joskin sen rakentaminen on erittäin vaikeaa.

Globaalin edun diskurssissa korostetaan velvollisuuseettistä käsitystä eettisestä toiminnasta, sillä teko on eettinen, kun se tehdään oikeista syistä, esimerkiksi velvollisuudesta ja hyvästä tahdosta.

Ihmisellä itsellään ajatellaan kantilaiseen tapaan olevan sisäinen tietous oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta. Diskurssissa vaaditaan yritykseltä erittäin laajaa, jopa voiton tuottamisen kyseenalaistavaa yhteiskunnallista vastuuta ja päätöksenteon perustaksi pitää ottaa koko sosiaalisen järjestelmän etu. Eettisen toiminnan oheistuotteena diskurssin mukaan syntyy myös taloudellista hyötyä. Globaalin edun diskurssin eräs funktio onkin taloudellisen voiton ja yrityksen olemassaolon legitimoiminen eettisen toiminnan avulla. Globaalin edun diskurssi on kaikkein idealistisin ja epärealistisin liike-elämässä, sillä siinä kyseenalaistetaan yrityksen perinteinen tehtävä, voiton maksimoiminen. Diskurssia käytettiin Talouselämä-lehdessä melko vähän, mitä selittää osaltaan lehden kohderyhmä, talouden alan toimijat. Ylevien eettisten periaatteiden soveltaminen käytännössä on aina vaikeaa, eritoten liike-elämässä.

Diskursseista suosituin Talouselämä-lehdessä 1990-luvulla on kaikkien sidosryhmien edun diskurssi. Sen mukaan yritys ottaa laajaa yhteiskunnallista vastuuta ja toimii eettisesti, koska siitä seuraa taloudellista voittoa ja eniten hyötyä mahdollisimman monelle. Kaikkien sidosryhmien edun diskurssissa yrityksen tehtävä on palvella sidosryhmiään mahdollisimman hyvin ja tuottaa voittoa yhteiskunnan asettamissa rajoissa. Yrityksen ei pidä kuitenkaan vapaaehtoisesti kantaa sellaista vastuuta, josta voi olla taloudellista haittaa. Itseisarvoiksi nostetaan kaikkien hyöty ja taloudellinen voitto, joiden tavoittelemisessa eettisellä toiminnalla on vain välinearvo. Tällainen näkökulma on mielestäni aineistossa esiintyneistä realistisin liike-elämässä. Vaikka näkemystä voidaan kritisoida velvollisuuseettisestä näkökulmasta, on järkevää hyväksyä taloudellisen toiminnan reunaehdot. Jos yritys ei tuota voittoa ja sen olemassaolo lakkaa, ei se myöskään kykene toimimaan yhteiskunnan hyödyksi millään tavalla. Seurausten valossa yritys toimii sidosryhmiensä ja koko yhteiskunnan kannalta vastuullisemmin, vaikka todellisena tavoitteena olisikin vain voiton tavoittelu. Esimerkiksi ympäristön kannalta tärkeintä todellakin ovat seuraukset, ei hyvä tahto.

Omistajan edun diskurssissa toimitaan eettisesti ainoastaan, jos siitä seuraa taloudellista voittoa osakkeenomistajalle. Yrityksen ja yritysjohtajan ensisijainen tehtävä on taloudellisen voiton maksimointi. Muu vastuunotto esitetään diskurssissa turhana ja jopa haitallisena koko talouden kannalta. Johtajan on tehtävä päätökset mielessään ainoastaan osakkeenomistajien intressit ja vaatimukset. Omistajan edun diskurssissa korostuu voittoetiikka, jossa ainoat arvot ovat ilmaistavissa rahamääräisesti. Omistajan edun diskurssin käyttö selvästi lisääntyi Talouselämä-

lehdessä 1990-luvulla. Erityisesti tämä näkyi vuosikymmenen lopun optioista käydyssä keskustelussa, jossa kirjoittajat puolustivat omistajan valtaa tehdä rahoillaan, mitä parhaaksi katsovat. Omistajalle on diskurssissa asetettu myös vastuu talouden toimimisesta huolehtimisesta ja uuden arvon luomisesta. Diskurssissa käytetty retoriikka on selvästi värikkäintä ja teksteissä korostetaan talouden omalakisuuutta. Tarkoituksena on hämmentää vastustajia ja viedä pois ajatukset keskeisestä diskurssin ominaisuudesta, eli omistajan hyödyn korostamisesta muiden sidosryhmien kustannuksella.

Yrityksen edun diskurssissa korostuu liberalistinen käsitys, jonka mukaan yrityksen ainoa yhteiskunnallinen vastuu on voiton maksimoiminen. Yrityksen ajatellaan toimivan epäeettisesti, jos se ottaa muuta yhteiskunnallista vastuuta. Voiton tavoittelun on tapahduttava sääntöjen mukaan, eli avoimessa kilpailutilanteessa ilman petosta. Diskurssissa vastuullinen toimija on moraalinen yrittäjä, joka tekee parhaansa täyttääkseen yhteiskunnallisen tehtävänsä tuotannossa, tarjotakseen työtä ja saadakseen yrityksen menestymään pitkällä tähtäimellä. Diskurssissa vaaditaan täysin vapaata markkinataloutta, jossa yksilöt voisivat maksimoida hyötynsä täydellisen egoistisella toiminnalla. Tärkein arvo on yrityksen menestyminen. Yrityksen edun diskurssissa korostetaan, ettei liike-elämässä ole universaaleja moraalisaantöjä, minkä vuoksi johtajalla ja yrittäjällä on itsellään oltava moraalitajua ja kykyä moraalisiin pohdiskeluihin. Diskurssin ilmeinen ongelma on sen ihmiskäsitys, sillä täysin vapaa markkinatalous ja egoistinen toiminta edellyttäisivät toimijoilta täysin rationaalista toimintaa, joka tuskin on mahdollista monimutkaisessa ja nopeasti muuttuvassa ympäristössä.

Kaiken kaikkiaan kirjoittelu yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta näyttää liittyvän nousukauteen, sillä artikkelien lisääntyminen selvästi 1990-loppua kohti. Taloudellisen vaurauden lisääntyessä yritysjohtajat suhtautuvat selvästi positiivisemmin liiketoiminnan moraalisiin kysymyksiin myös muiden tutkimusten mukaan (Kujala 2000, 177). Liike-elämässä etiikka ja vastuullinen toiminta tulevat kysymykseen ilmeisesti vasta sitten, kun siihen on varaa panostaa tai kun sen tiedetään tuottavan voittoa. Toisaalta aihetta koskeva keskustelu on yleistynyt 1990-luvulla ja sen taustalla vaikuttavat monet tekijät, kuten liike-elämän sääntelyn purkaminen ja kansainvälisen kuluttajaliikkeen herääminen sekä erityisesti globalisaation ja yritysten koon kasvamisen myötä tapahtunut yritysten taloudellisen vallan kasvu suhteessa poliittiseen valtaan.

Tutkimuksen edetessä olen pyrkinyt perustelevaan mahdollisimman hyvin, miten päädyin esittämäni tulkintaan diskursseista, joilla yritysetiikasta puhutaan. Se ei kuitenkaan tarkoita, että tarjoamani tulkinta olisi ainoa tai paras mahdollinen, sillä analysoitavat tekstit eivät ole yksiselitteisiä tuotteita, vaan ne voivat olla hyvinkin ambivalentteja ja avoimia erilaisille tulkinnoille (Jokinen ym. 1993, 28). Esitiedot etiikan teorioista ovat varmasti ohjanneet tulkintaani, mutta siltä tuskin voi koskaan välttyä. Lisäksi samaiset teoriat vaikuttavat varmasti myös kirjoittajien käsitykseen todellisuuden luonteesta ja moraalisen toiminnan ehdoista. Myös Kujala (2001, 184) on havainnut väitöskirjassaan, että johtajien moraalisen puheen analyysi vahvistaa eettisten teorioiden merkityksen moraalisisessa päätöksenteossa. Niinpä olemme kaikki tietyllä tavalla esitietomme vankeja, niin johtajat, kirjoittajat kuin tutkijatkin – meillä on käsitys oikeasta ja väärästä, hyvästä ja pahasta, kuten myös ymmärrys siitä, kuuluvatko eettiset ja moraaliset kysymykset liike-elämän piiriin.

Tutkimusta tehdessäni jouduin toteamaan, että vaikka tutkijan tehtävänä on aina tavoitella totuutta, joskus on annettava periksi. Vaikka olen selvittänyt, miten aiheesta puhutaan liike-elämässä, minulla ei ole vastausta kysymyksiin, mitä eettinen toiminta on tai mitä on yrityksen yhteiskunnallinen vastuu. Tutkimuksen edetessä olen myös joutunut pohtimaan omaa käsitystäni eettisestä toiminnasta yhä uudelleen ja uudelleen. Mikä on oikein? Millainen vastuun kantaminen on tarpeeksi? Tutkimuksen edetessä käsitykseni etiikasta on tullut selvästi suhteellisemmaksi ja nyt ymmärrän paremmin eri näkökulmien edustajia. Seuraavasta sitaatista käy ilmi erään toisen eettisen pohdiskelun ketju: eettisten pohdiskelujen ongelmana on, ettei ole olemassa universaaleja moraalilakeja, joita noudattamalla tietäisi aina tehneensä oikein. Ihmisen suurin valta ja vastuu onkin siinä, että ihmisellä on mahdollisuus pohtia eri vaihtoehtoja ja vastuu valita niistä paras mahdollinen.

”Jos sotateollisuus on syntiä, onko syntiä myös puolustusvälineiteollisuus? Eikö alkoholiteollisuus kohtuuden rajaan saakka olekin hyvä asia! Voinko vaatia yritykseltä korkeampaa etiikkaa kuin itseltäni?”

Pitääkö eettisen yrityksen maksimoida voittoa vai henkilöstöä? Onko painopaperia valmistava UPM-Kymmene sen pahempi kuin paperille kirjoja painava WSOY? Onko ydinvoima ihmiskunnan suurin keksintö vai ihmiselämän suurin uhka?

Miksi on arvokkaampaa valmista lääkkeitä kuin autoja? Kuinka voin pitää rahoja pankkitilillä, mutta en pankkiosakkeissa?” (Mikkonen, Talouselämä 40/1998.)

Tuskin kukaan voi välttyä ainakin joskus pohtimasta eettisiä kysymyksiä, vaikka ei välttämättä itse ajattelisikaan tekevänsä moraalista päätöstä. Toimijat ja päätöksentekijät eivät aina tietoisesti pohdi moraalisia periaatteita tai artikuloi taustalla olevia moraalikäsitteitä (De George 1990, 3; ks. myös Kujala 2000, 188). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö moraalista päätöksentekoa ja eettisiä periaatteita olisi hyvä pohtia myös liike-elämässä. Mitä tietoisempia päättäjät ovat päätöksensä moraalista luonteesta ja niihin vaikuttaneista ennako-käsitteistä, sitä paremmin perusteltuja ja kestävämpiä päätökset varmasti ovat. Vaikka johtajat eivät olisikaan etiikan asiantuntijoita, he ovat oman yrityksensä ja toimialansa asiantuntijoita ja siten kykeneviä arvioimaan liiketoiminnasta aiheutuvat hyödyt ja haitat (vrt. Kujala 2001, 10).

Johtajien toiminta sisältää myös eettisen ulottuvuuden ja moraalinen vastuu koskee heitä niin yksityishenkilönä kuin johtajanakin. Kun joku tapa puhua yritysetiikasta tai yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta leviää laajalti yhteiskuntaan, sillä on lopulta myös merkittäviä yhteiskunnallisia vaikutuksia (vrt. Bauman 1996, 284). Yritysjohtajien ja yritysmaailman vaikuttajien käsityksillä yritysetiikasta ja yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta on loppujen lopuksi paljon merkitystä, sillä he tekevät konkreettisia päätöksiä ja toiminnallaan vaikuttavat tuhansien, jopa miljoonien ihmisten elämään ja hyvinvointiin.

KIRJALLISUUSLÄHTEET

- Airaksinen, T. (1987). Moraalifilosofia. Juva: WSOY.
- Airaksinen, T. (1991). Ammattien etiikan filosofiset perusteet. Teoksessa T. Airaksinen (toim.) Ammattien ja ansaitsemisen etiikka. Helsinki: Yliopistopaino.
- Alasuutari, P. (1994). Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.
- Bauman, Z. (1996). Postmodernin lumo. Tampere: Vastapaino.
- Beck, U. (1990). Riskiyhteiskunnan vastamyrryt. Organisoitu vastuuttomuus. Tampere: Vastapaino.
- Carroll, A. (1993). Business and Society. Ethics and Stakeholder Management. Cincinnati: South-Western Publishing Co.
- De George, R. (1990). Business Ethics. New York: Macmillan.
- Ehrnrooth, J. (1990). Intuitio ja analyysi. Teoksessa K. Mäkelä (toim.) Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta. Helsinki: Gaudeamus.
- Eskola, J. & J. Suoranta (1998). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Foucault, M. (1981). The Order of Discourse. Teoksessa R. Young (toim.) Untying the Text: A Post-Structuralist Reader. London & New York: Routledge & Kegan Paul.
- Freeman, R. (1984). Strategic Management. A Stakeholder Approach. Massachusetts: Pitman.
- Hall, S. (1992). The West and the Rest: Discourse and Power. Teoksessa S. Hall & B. Gieben (toim.) Formation of Modernity. Cambridge: Polity Press.

Hallamaa, J. (2000). Moraalikysymyksiä koskeva väittely. Teoksessa M. Kakkuri-Knuuttila (toim.) *Argumentti ja kritiikki*. Helsinki: Gaudeamus.

Heikkonen, J. (1995). *Moraali ja etiikka käytännössä*. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Hosmer, L. (1995). Trust: the Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics. *Academy of Management Review*, 20(2): 379–404.

Jaatinen, M. (2000). Yrityksen vastuut ja viestintä. Teoksessa *Yrityksen vastuut*. Helsinki: Taloudellinen Tiedotustoimisto.

Jokinen, A., K. Juhila & E. Suoninen (1993). *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.

Jokinen, A. (1999). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino.

Jokinen, A. & K. Juhila (1999). Diskurssianalyttisen tutkimuksen kartta. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino.

Juhila, K. & E. Suoninen (1999). Kymmenen kysymystä diskurssianalyysistä. Teoksessa A. Jokinen, K. Juhila & E. Suoninen. *Diskurssianalyysi liikkeessä*. Tampere: Vastapaino.

Kakkuri-Knuuttila, M. (2000a). Retoriikka. Teoksessa M. Kakkuri-Knuuttila (toim.) *Argumentti ja kritiikki*. Helsinki: Gaudeamus.

Kakkuri-Knuuttila, M. (2000b). Väittely. Teoksessa M. Kakkuri-Knuuttila (toim.) *Argumentti ja kritiikki*. Helsinki: Gaudeamus.

Kakkuri-Knuuttila, M. & I. Halonen (2000). Argumentaatioanalyysi ja hyvän argumentin ehdot. Teoksessa M. Kakkuri-Knuuttila (toim.) *Argumentti ja kritiikki*. Helsinki: Gaudeamus.

Kakkuri-Knuuttila, M. & P. Ylikoski (2000). Merkitys ja tulkinta. Teoksessa M. Kakkuri-Knuuttila (toim.) Argumentti ja kritiikki. Helsinki: Gaudeamus.

Kangasoja, M. (1994). Liike-elämän etiikka haasteena kirkon sijoitustoiminnan periaatteille. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus. Sarja C Nro 50.

Koskinen, L. (1994). Mikä on oikein? Etiikan käsikirja. Helsinki: Lasten Keskus.

Kujala, J. (2001). Liiketoiminnan moraalia etsimässä. Suomalaisten teollisuusjohtajien sidosryhmänäkemykset ja moraalinen päätöksenteko. University of Jyväskylä: Jyväskylä Studies in Business and Economics, 11.

Laurila, J. (1995). Moral Issues in Business – Top Managers' Perceptions of Moral Issues in Stakeholder Relations. University of Tampere: School of Business Administration A1: 41.

Lehtonen, M. (1996). Merkitysten maailma. Kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.

Leiwo, M. & S. Pietikäinen (1998). Kieli vuorovaikutuksen ja vallankäytön välineenä. Teoksessa K. Palonen & H. Summa (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat. Tampere: Vastapaino.

Lewicki, R. & B. Bunker (1996). Developing and Maintaining Trust in Work Relationships. Teoksessa R. Kramer (toim.) Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research. Sage: Thousand Oaks (CA).

Lämsä, A. & T. Tiensuu (2000). Diskurssianalyysi naisjohtajan kuvan rakentumisesta liike-elämän ammattilehtien artikkeleissa. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteiden tiedekunta, nro 213/2000.

Melin, H. (1999). Johdanto. Teoksessa R. Blom (toim.) Mikä Suomessa muuttui? Sosiologinen kuva 1990-luvusta. Helsinki: Gaudeamus.

Näsi, J. (1995). What is Stakeholder Thinking: a Snapshot of a Social Theory of the Firm. Teoksessa J. Näsi (toim.) Understanding Stakeholder Thinking. Helsinki: LSR-Julkaisut Oy.

Ollila, M. (1991). Liike-elämän etiikka. Teoksessa T. Airaksinen (toim.) Ammattien ja ansaitsemisen etiikka. Helsinki: Yliopistopaino.

Palonen, K. & H. Summa (1998). Johdanto: Retorinen käänne? Teoksessa K. Palonen & H. Summa (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat. Tampere: Vastapaino.

Perelman, C. (1996). Retoriikan valtakunta. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press.

Rawls, J. (1988). Oikeudenmukaisuusteoria. Juva: WSOY.

Setälä, P. (1998). Eurooppalaiset arvot. Teoksessa K. Kajaste (toim.) Arvomme yhteiskunnassa. Helsinki: Edita.

Sulkunen, P. (1997). Todellisuuden ymmärrettävyys ja diskurssianalyysin rajat. Teoksessa P. Sulkunen & J. Törrönen (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Helsinki: Gaudeamus.

Sulkunen, P. & J. Törrönen (1997). Arvot ja modaalisuus sosiaalisen todellisuuden rakentamisessa. Teoksessa P. Sulkunen & J. Törrönen (toim.) Semioottisen sosiologian näkökulmia. Sosiaalisen todellisuuden rakentuminen ja ymmärrettävyys. Helsinki: Gaudeamus.

Summa, H. (1989). Hyvinvointipolitiikka ja suunnitteluretoriikka. Tapaus asuntopolitiikka. Espoo: Yhdyskuntasuunnittelun täydennyskoulutuskeskus.

Summa, H. (1998). Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan. Teoksessa K. Palonen & H. Summa (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat. Tampere: Vastapaino.

Takala, T. (1987). Yrityksen yhteiskunnallisen vastuun käsite sekä yrityksen yhteiskunnallisen vastuun ja yritystoiminnan ideologiat vuosina 1930–1940 sekä 1972–1982. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitoksen julkaisuja nro 72/1987.

Takala, T. (1993). Yritysetiikka ja yrityksen yhteiskunnallinen vastuu – historiallinen tausta ja käsitteellistä pohdintaa. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitoksen julkaisuja nro 89/93.

Takala, T. (1994). Yrityksen yhteiskunnallisesta vastuusta ympäristövastuuseen. Teoksessa T. Takala. Esseitä taloudesta, johtamisesta ja ympäristöstä. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitoksen julkaisuja nro 96/1994.

Takala, T. (2000). Nykyajan yrityskansalaisuus. Teoksessa Yrityksen vastuut. Helsinki: Taloudellinen Tiedotustoimisto.

Tamminen, R. (1994). Hinnat ja tasapaino vai raportit ja muutoksen ohjaus? Kaksi metaforaa ihmiskunnan palveluksessa. Teoksessa T. Takala. Esseitä taloudesta, johtamisesta ja ympäristöstä. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitoksen julkaisuja nro 96/94.

Teollisuuden keskusliitto (1990). Yritysetiikka. Keskustelumistio 19. Helsinki: Teollisuuden keskusliitto.

Törrönen, M. & A. Lämsä (2000). Eettistä johtajuutta etsimässä – tulkitseva käsitetutkimus. University of Jyväskylä: School of Business and Economics n:o 219/2000.

Uusitalo, O. (1994). Kuluttajuus ja ympäristö. Teoksessa T. Takala. Esseitä taloudesta, johtamisesta ja ympäristöstä. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitoksen julkaisuja nro 96/94.

Varto, J. (1992). Laadullisen tutkimuksen metodologia. Helsinki: Kirjayhtymä.

Velasquez, M. (1988). Business Ethics. Concepts and Cases. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Vihinen, H. (1998). Maatalous tekstinä. Retoriikka maatalouspolitiikan tutkimisessa. Teoksessa K. Palonen & H. Summa (toim.) Pelkkää retoriikkaa. Tutkimuksen ja politiikan retoriikat. Tampere: Vastapaino.

Virtanen, A. (1995). Yrityksen menestymisen käsitteen laajennus ja raportointi. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylän yliopiston taloustieteen laitoksen julkaisuja nro 97/1995.

AINEISTOLÄHTEET

- Airaksinen, Timo: ”Eettisyys ideaali, valta realiteetti” *Talouselämä* 31/1990: 19–21.
- Hirvikorpi, Helinä: ”Eettinen ostaja on uusi markkinavoima” *Talouselämä* 29/1995: 30–32.
- Hirvikorpi, Helinä: ”IBM yrittää kansalaisena” *Talouselämä* 20/1998: 110–111.
- Hirvikorpi, Helinä: ”Pankkien paimen” *Talouselämä* 13/1998: 24–25.
- Hirvikorpi, Helinä: ”Papit arvoja kauppaamassa” *Talouselämä* 36/1997: 39.
- Hirvonen, Ahti: ”Uudet arvot liikemoraaliin” *Talouselämä* 11/1994: 16–17.
- Holtari, Seija: ”Shell paalutti eettisen vastuunsa” *Talouselämä* 18/1998: 52–53.
- Hurri, Jan: ”Luottamus horjuu” *Talouselämä* 10/1993: 92.
- Kauppinen, Risto: ”Johtajuus on ristiriitojen hallitsemista” *Talouselämä* 17/1993: 50–51.
- Klami, Hannu: ”Rahalla on liberaali moraalit” *Talouselämä* 10/1990: 21–23.
- Koistinen, Pertti: ”Poliittinen etiikka valuu liike-elämään” *Talouselämä* 4/1990: 42–43.
- Korhonen, Riitta: ”Arvot mekin ansaitsemme” *Talouselämä* 11/1995: 56.
- Kuvaja, Sari: ”Raha ratkaisee etiikan” *Talouselämä* 22/1990: 17–19.
- Kuumola, Mikko: ”Valta, vastuu ja yleinen moraalit” *Talouselämä* 34/1997: 61.
- Lennon, Eeva: ”Ikärasismi maksaa miljardeja” *Talouselämä* 40/1998: 42.
- Lilius, Anna-Liisa: ”Ympäristövastuu kelpaa johtajille” *Talouselämä* 18/1991: 34.
- Lillrank, Paul: ”Sosiaalinen vastuu” *Talouselämä* 10/1999: 53.
- Lillrank, Paul: ”Uskotko ihmiseen” *Talouselämä* 21/1999: 37.
- Lillrank, Paul: ”Älä himoitse lähimmäisesi valtaa” *Talouselämä* 21/1998: 41.
- Luotonen, Jouni: ”Teollisuus etsii arvojaan” *Talouselämä* 29/1998: 7.
- Malaska, Pentti: ”Markkinatalous vai kapitalismi?” *Talouselämä* 25/1993: 21–23.
- Manninen, Uolevi: ”Moraalista se lähtee” *Talouselämä* 4/1998: 53.
- Mikkonen, Antti: ”Sydämen ääni hiipii ahneuden valtakuntaan” *Talouselämä* 40/1998: 67.
- Määttänen, Seppo: ”Kappale arvomaailmaa” *Talouselämä* 18/1998: 7.
- Ollikainen, Hannu: ”Suoraan sanoen moraalista” *Talouselämä* 31/1992: 44.
- Pekkinen, Seija: ”Ympäristöjohtaminen näkyy yksityiskohdissa” *Talouselämä* 11/1995: 36–39.
- Pusa, Olli: ”Ahtaasta etiikasta voi tulla sijoittajalle riski” *Talouselämä* 18/1999: 61.
- Pääkirjoitus: ”Johtajan moraalit ei mikään korvaa” *Talouselämä* 34/1991: 6.
- Rantanen, Esko: ”Valehtelijoiden klubi” *Talouselämä* 40/1991: 60.

Rantanen, Esko: "Vastuu erottaa" *Talouselämä* 26/1991: 53.

Ruuskanen, Olli-Pekka: "Eettinen, epäeettinen vai ei-eettinen?" *Talouselämä* 27/1990: 19–21.

Saini, Timo: "Kaupallinen sananvapaus on puolustettava perusarvo" *Talouselämä* 33/1994: 59.

Tiusanen, Tauno: "Riskit, voitot ja moraali" *Talouselämä* 34/1998: 51.

Tuomainen, Eero: "Piispat vaalityössä" *Talouselämä* 9/1999: 61.

Vihma, Päivi: "Arvot ovat yrityksen työkaluja" *Talouselämä* 33/1996: 30–31.

Vihma, Päivi: "Kestääkö bisnes etiikkaa?" *Talouselämä* 28/1996: 33.