

**LEGITIMOINTISTRATEGIAT SUOMEN SUURIMPIEN
KUNTIEN YMPÄRISTÖRAPORTOINNISSA**

**Jyväskylän yliopisto
Kauppakorkeakoulu**

Pro Gradu

2016

**Tekijä: Tanja Nybom
Oppiaine: Laskentatoimi
Ohjaaja: Marko Järvenpää**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

TIIVISTELMÄ

Tekijä Tanja Nybom	
Työn nimi Legitimointistrategiat Suomen suurimpien kuntien ympäristöraportoinnissa	
Oppiaine Laskentatoimi	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika 27.2.2016	Sivumäärä 68
Tiivistelmä - Abstract <p>Tutkimus keskittyy kartoittamaan Suomen suurimpien kuntien ympäristöraporteissa käytettyjä legitimointistrategioita. Tarkoituksena on selvittää minkälaisia legitimointistrategioita kunnat käyttävät raporteissaan, onko strategioiden käytössä tapahtunut muutoksia ja onko strategioiden käytössä kuntakohtaisia eroja. Aineistona toimivat Helsingin, Espoon, Tampereen, Vantaan ja Oulun ympäristöhallintaan liittyvät raportit vuosilta 2006–2013. Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen vertailututkimus ja aineiston analysointimenetelmäksi on valittu laadullinen sisällönanalyysi. Analyysi toteutetaan teorialähtöisesti ja aineistosta etsitään teoreettisen viitekehyksen ja aikaisemman tutkimuksen perusteella määriteltyjä legitimointistrategioita. Legitimointistrategiat on jaoteltu semanttisiin ja visuaalisiin strategioihin. Tuloksista käy ilmi, että kunnat käyttävät raporteissaan hieman enemmän strategioita, joiden tarkoitus on muokata mielikuvaa organisaatiostaan positiiviseen suuntaan. Erot aitoa toimintaa heijastavien ja mielikuvia muokkaavien strategioiden käytössä ovat kuitenkin melko pieniä. Näin ollen ei voida sanoa, että kunnat käyttäisivät legitimointistrategioita yksinomaan positiivisen mielikuvan luomiseen. Strategioiden käytössä tapahtuneessa muutoksessa ei ole havaittavissa selkeää yleistä trendiä, vaan eri strategioiden käytön laajuus vaihtelee vuosittain. Kuntien välillä on havaittavissa jonkin verran eroja. Helsinki on käyttänyt eniten sekä semanttisia että visuaalisia legitimointistrategioita raporteissaan kun taas vähiten sekä semanttisia että visuaalisia strategioita on käyttänyt Vantaa. Semanttisten strategioiden käytön laajuudessa on jonkin verran eroja kaupunkien välillä, mutta visuaalisten strategioiden käyttö jakaantuu tasaisemmin.</p>	
Asiasanat Yhteiskuntavastuu, vastuuraportointi, ympäristöraportointi, legitimointi, legitimointistrategiat	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu	

KUVIOT

KUVIO 1 Semanttisten strategioiden käyttö - Helsinki	37
KUVIO 2 Visuaalisten strategioiden käyttö - Helsinki	39
KUVIO 3 Semanttisten strategioiden käyttö - Espoo	42
KUVIO 4 Visuaalisten strategioiden käyttö - Espoo	43
KUVIO 5 Semanttisten strategioiden käyttö - Tampere.....	46
KUVIO 6 Visuaalisten strategioiden käyttö - Tampere	47
KUVIO 7 Semanttisten strategioiden käyttö - Vantaa.....	50
KUVIO 8 Visuaalisten strategioiden käyttö - Vantaa.....	51
KUVIO 9 Semanttisten strategioiden käyttö - Oulu	53
KUVIO 10 Visuaalisten strategioiden käyttö - Oulu	55
KUVIO 11 Semanttisten strategioiden suhteellinen käyttö.....	56
KUVIO 12 Semanttisten strategioiden absoluuttinen käyttö.....	57
KUVIO 13 Visuaalisten strategioiden suhteellinen käyttö.....	59
KUVIO 14 Visuaalisten strategioiden absoluuttinen käyttö	60

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Proaktiiviset legitimointistrategiat.....	29
TAULUKKO 2 Kuutoskuntien julkaisemat ympäristöraportit vuosittain.....	33
TAULUKKO 3 Legitimointistrategioiden käyttö - Helsinki	36
TAULUKKO 4 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Helsinki...	38
TAULUKKO 5 Legitimointistrategioiden käyttö - Espoo	40
TAULUKKO 6 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Espoo.....	42
TAULUKKO 7 Legitimointistrategioiden käyttö - Tampere	44
TAULUKKO 8 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Tampere..	46
TAULUKKO 9 Legitimointistrategioiden käyttö - Vantaa.....	48
TAULUKKO 10 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Vantaa ...	50
TAULUKKO 11 Legitimointistrategioiden käyttö - Oulu	52
TAULUKKO 12 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Oulu.....	54
TAULUKKO 13 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen kaupungeittain.....	57
TAULUKKO 14 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen	58
TAULUKKO 15 Visuaalisten strategioiden käytön jakaantuminen kaupungeittain.....	60
TAULUKKO 16 Visuaalisten strategioiden käytön jakaantuminen	61

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ KUVIOT JA TAULUKOT SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Tutkimuksen taustaa	7
1.2	Tutkimuksen rakenne	9
1.3	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset.....	10
2	YHTEISKUNTAVASTUU JA VASTUUN RAPORTOINTI.....	11
2.1	Yhteiskuntavastuun ja -raportoinnin määrittely	11
2.2	Raportoinnin motivaatiotekijät.....	13
2.3	Kunnat raportoijana	15
3	TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	17
3.1	Sidosryhmäteoria.....	17
3.2	Legitimaatioteoria.....	18
4	LEGITIMOINTISTRATEGIAT	22
4.1	Aikaisempaa kirjallisuutta legitimointistrategioista	22
4.2	Proaktiiviseen legitimointiin liittyvät strategiat	24
4.3	Visuaalinen legitimointi.....	25
5	TUTKIMUSMENETELMÄT JA -AINEISTO.....	28
5.1	Menetelmät	28
5.1.1	Semanttiset strategiat.....	29
5.1.2	Visuaaliset strategiat.....	31
5.2	Aineisto	32
5.2.1	Helsinki.....	34
5.2.2	Espoo.....	34
5.2.3	Tampere.....	34
5.2.4	Vantaa	35
5.2.5	Oulu.....	35
6	TULOKSET.....	36
6.1	Helsinki	36
6.1.1	Semanttisten strategioiden käyttö Helsingin raporteissa.....	37
6.1.2	Visuaalisten strategioiden käyttö Helsingin raporteissa.....	39
6.2	Espoo	40
6.2.1	Semanttisten strategioiden käyttö Espoon raporteissa.....	41
6.2.2	Visuaalisten strategioiden käyttö Espoon raporteissa	43
6.3	Tampere	44
6.3.1	Semanttisten strategioiden käyttö Tampereen raporteissa	45

6.3.2	Visuaalisten strategioiden käyttö Tampereen raporteissa	47
6.4	Vantaa.....	48
6.4.1	Semanttisten strategioiden käyttö Vantaan raporteissa	49
6.4.2	Visuaalisten strategioiden käyttö Vantaan raporteissa	51
6.5	Oulu	52
6.5.1	Semanttisten strategioiden käyttö Oulun raporteissa	53
6.5.2	Visuaalisten strategioiden käyttö Oulun raporteissa.....	55
6.6	Vertailu.....	56
6.6.1	Semanttisten legitimointistrategioiden käyttö.....	56
6.6.2	Visuaalisten legitimointistrategioiden käyttö	59
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTAA	62
7.1	Yhteenveto tutkimuksen tuloksista	62
7.2	Caset ja haastattelut raporteissa	63
7.3	Tutkimuksen luotettavuus ja rajoituksia.....	64
7.4	Jatkotutkimusaiheita	64
	LÄHTEET	66

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen taustaa

Ympäristölaskentatoimesta on tullut merkittävä osa erilaisten organisaatioiden ympäristönhallintaa. Ympäristö, kestävä kehityksen edistäminen ja vastuullisuuskysymykset ovat nostaneet päätään yhä enenevässä määrin ja ympäristöinformaation julkinen raportointi on lisääntynyt huimaa vauhtia (Bremser 2014; Kolk 2005). Useat organisaatiot suhtautuvat ympäristönhallintaan myös strategisena kilpailuetua tuottavana tekijänä. (Mätäsaho & Niskala, 1997, 76.) Kannustimia kattavaan ympäristöraportointiin tulee sekä organisaation sisältä että ulkopuolisilta tahoilta. Raportointi voi toimia tehokkaasti johdon strategisena työvälineenä ja auttaa päätöksenteossa. Merkittävä motiivi ympäristöä koskevaan julkiseen raportointiin on kuitenkin myös ulkopuolelta tuleva paine, jonka aiheuttavat eri sidosryhmien odotukset ja lainsäädännössä tapahtuvat muutokset. (Mätäsaho & Niskala, 1996, 293-294.)

Mätäsaho ja Niskala (1996) esittävät, että ympäristöraportointi voidaan jakaa yrityksen näkökulmasta pakolliseen, vapaaehtoiseen ja tahtomattomaan raportointiin. Pakolliset vaatimukset ovat yleensä lainsäädännöllisesti perusteltuja, vapaaehtoinen raportointi voi perustua yrityksen määrittelemään ympäristöstrategiaan ja noudattaa erilaisia kansallisia tai kansainvälisiä raportointiohjeistuksia, ja tahtomaton raportointi tyypillisesti kattaa julkisuuteen tulleen yrityksen kannalta epäedullisen informaation ympäristönhallinnasta.

Organisaatioiden motivaatio ympäristöraportoimiseen voi johtua monesta eri seikasta. Raportointi voi olla keino ilmaista yrityksen tai organisaation sitoutuminen ympäristöasioihin tai yhteisen vastuun tunnustaminen ympäristön tilasta. Raportoinnilla saatetaan myös esimerkiksi pyrkiä erottautumaan kilpailijoista, osoittamaan raportointiin liittyvien säädösten ja lakien noudattaminen tai hakemaan hyväksyntää organisaation toimille ympäristön suhteen. (Azzone, Brophy, Noci, Welford & Young, 1997, 699.)

Organisaatio voi kokea myös painetta raportointiin organisaation ulkopuolisilta tahoilta. Sidosryhmien odotusten aiheuttama paine sekä raportointiin liittyvien standardien yleistyminen toimivat vahvana motivaationa raportoinnin kehittämiseen. Vastatakseen sidosryhmien odotuksiin ja vaatimuksiin organisaatio voi pyrkiä legitimoimaan eli todistamaan menettelytapojensa oikeellisuuden ja perustelemaan toimintansa jatkuvuuden sidosryhmiensä silmissä. Organisaatio voi legitimoinnin keinoin myös yrittää vaikuttaa sidosryhmiensä käsityksiin itsestään ja ympäristönhallinnastaan. (Bennett, James & Klinkers, 1999, 385.) Organisaatio voi hyötyä ympäristöraportoinnista itsekkin, kun sidosryhmiltä tuleva jatkuva paine pakottaa organisaatiota kehittämään toimintatapojaan ja raportointikäytäntöjään. Näin ollen organisaation yleinen ympäristönhallinta paranee ja organisaatiosta tulee entistä ympäristöystävällisempi.

Aiemmassa tutkimuksessa ympäristöraportointia ja legitimointia on käsitelty lähinnä yritysten kannalta (ks. esim. Kolk, 1999; Niskala & Pretes, 1995). Etenkin luonnonvaroja käyttävien teollisuusyhtiöiden ympäristöraportointiin ja negatiivisten ympäristökysymysten legitimointiin raportoinnissa on kiinnitetty huomiota (Guenther, Hoppe & Poser, 2007; Hahn & Lülfs, 2014). Tämän tutkimuksen tarkoitus on keskittyä ympäristöraportoinnissa käytettyyn legitimointiin kuntasektorin näkökulmasta. Legitimointiin liittyvä aiempi tutkimus on pitkälti yrityksiin painottuvaa, joten on mielekästä tutkia aihetta uudesta näkökulmasta keskittäen huomio julkisen sektorin puolelle.

Kuntien ja yritysten ympäristöraportoinnissa pätevät oletettavasti samat motivaatiotekijät. Molempien raportointiin kohdistuvat samat säädökset ja sidosryhmät aiheuttavat yhtä lailla painetta sekä julkisella että yksityisellä sektorilla. Legitimoinnin näkökulmasta suurin ero on varmasti se, että kun yritykset käyttävät legitimointia oikeuttaakseen toimintansa jatkuvuuden, niin kuntien toiminta ei käytännössä voi lakata, vaikka ne menettäisivätkin sidosryhmiensä luottamuksen. Kunnilla ei myöskään ole samalla tavalla kilpailijoita kuin yrityksillä. Muut kunnat ja kaupungit voidaan periaatteessa ajatella kilpailijoina ja yksittäinen kunta voi menettää asukkaita toisille kunnille samaan tapaan kuin yritykset voivat menettää asiakkaita kilpailijoilleen. Muuttopäätös kunnasta pois on kuitenkin huomattavasti suurempi päätös kuin esimerkiksi ostosten tekemisen vaihtaminen eri ketjun kauppaan. Näin ollen saattaa olla mahdollista, että yritykset panostaisivat ympäristöraportointiin ja legitimointiin enemmän kuin kunnat, jotta sidosryhmät pysyisivät tyytyväisinä.

Toisaalta kuntiin saatta kohdistua jopa suurempi paine kuin yrityksiin, sillä julkisen organisaation toiminnan vaikutukset yhteiskunnan kehitykseen ovat yleensä yksittäisten yritysten aiheuttamia vaikutuksia suuremmat (Jussila 2010, 12). Sen lisäksi, että kunnat joutuvat osoittamaan oman vastuullisuutensa, ne toimivat monilta osin myös valvovana tahona muiden toimijoiden vastuullisuutta kohtaan. Tämän erityisaseman vuoksi kunnat määrittävät osaltaan sen mikä on vastuullista ja legitiimiä toimintaa. (Anttiroiko 2004, 45.)

Aiemmissa tutkimuksissa on havaittu, että organisaation koko ja toimialan herkkyyys vaikuttavat ympäristöraportoinnin laajuuteen (Patten 2002). Mitä suuremmasta organisaatiosta tai ympäristöä kuormittavammasta toimialasta on

kyse, sitä kattavampaa on myös raportointi. Suuri koko ja arvostelulle herkkä toimiala kasvattavat myös legitimoinnin tarvetta. Kuntaorganisaatioiden voidaan ajatella olevan melko suuria, joten on mahdollista että legitimoitkeinoja käytetään paljon. Kunnat eivät kuitenkaan suoraan toimi luonnonvarojen käytössä tai ympäristöä kuormittavalla alalla, joten toimialan puolesta voisi ajatella legitimoinnin olevan vähäistä.

Legitimointi ja ympäristöraportointi yleensä ovat tutkimusaiheena mielekäs aiheen tutkittavuuden ja yhteiskunnallisen merkityksen vuoksi. Ympäristöasiat ovat olleet vahvasti esillä jo pitkän aikaa. Raportointia ja ympäristölaskentatoimea on tutkittu paljon ja kehitetty eteenpäin jo 1990-luvulla, mutta aihe on edelleen ajankohtainen ja sen merkitys kasvaa edelleen tulevaisuudessa, kun yrityksiltä ja muilta organisaatioilta vaaditaan yhä enemmän ympäristöasioiden hallinnan suhteen. Kasvavat paineet organisaatioiden ympäristönhallintaa kohtaan oletettavasti kasvattavat myös tarvetta hakea toimintatavoille oikeutusta legitimoinnin keinoin. Aihe on helposti tutkittavissa, sillä aineistoa on saatavilla runsaasti ja siihen on helppo päästä käsiksi. Organisaatiot julkaisevat erilaisia ympäristöaiheisia raportteja ja muita julkaisuja internetissä usealta vuodelta, joten aineiston saatavuus ei ole ongelmallista.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Johdannon ja tutkimuksen rakenteen lisäksi ensimmäisessä luvussa esitellään tutkimuksen tavoitteet ja muodostetaan tutkimuskysymykset. Toisessa luvussa perehdytään tarkemmin yhteiskuntavastuuseen ja vastuun raportointiin. Raportoinnin osalta keskitytään erityisesti raportointia ohjaaviin motivaatiotekijöihin sekä raportointiin kuntasektorin kannalta. Kolmannessa luvussa tutustutaan tutkimuksen kannalta olennaisiin teorioihin, sidosryhmäteoriaan ja legitimaatioteoriaan. Erityisesti legitimaatioteoria on tutkimuksen kannalta tärkeä ja se muodostaa pohjan tutkittavalle aiheelle. Luku neljä käsittelee erilaisia raportoinnissa käytettäviä legitimoitkeinoja. Luvussa keskitytään etenkin kuntasektorin kannalta olennaisiin proaktiivisiin strategioihin sekä visuaaliseen legitimointiin osana ympäristöraportointia. Luvussa viisi esitellään tutkimuksessa käytettävät menetelmät ja muodostetaan legitimoitkeinoja käsittelevä analyysirunko tutkimuksen avuksi. Lisäksi esitellään tutkimuksessa käytettävä aineisto. Kuidennessa luvussa esitetään tutkimuksen tulokset kaupungeittain ja vertaillaan havaintoja eri kaupunkien välillä. Lopuksi kootaan yhteen johtopäätökset ja esitetään pohdintoja tutkimukseen liittyen.

1.3 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää aikaisemman tutkimuksen ja raportoinnin selittävien teorioiden valossa minkälaisia legitimaatiostrategioita Suomen suurimpien kuntien ympäristöhallintaan liittyvissä raporteissa esiintyy. Kunnat eivät suoraan toimi ympäristöä kuormittavalla alalla eikä niitä yleensä yhdistetä ympäristökatastrofeihin tai -onnettomuuksiin. Näin ollen kuntien harvoin tarvitsee pyrkiä korjaamaan uhattua tai menetettyä legitimaatiotaan reaktiivisesti. Tutkimuksessa keskitytään siis kartoittamaan kuntien käyttämiä legitimaation ylläpitämiseen tai laajentamiseen tarkoitettuja proaktiivisia strategioita, jotka eivät liity kriisitilanteisiin. Tarkoitus on myös tutkia strategioiden käytössä tapahtunutta muutosta tarkastelemalla raporteja usealta eri vuodelta. Lisäksi vertailemalla eri kuntien raporteja pyritään selvittämään minkälaisia yhteneväisyyksiä ja eroja legitimaatiostrategioiden käytössä on kuntien välillä. Tutkimuksen tavoitteiden ja myöhemmin käsiteltävän teoreettisen viitekehityksen pohjalta on tutkimuskysymykset muodostettu seuraavanlaisiksi:

1. Minkälaisia legitimointistrategioita Suomen suurimmat kunnat käyttävät ympäristöraportoinnissaan?
2. Mitä muutoksia legitimointistrategioiden käytössä on tapahtunut?
3. Minkälaisia eroja legitimointistrategioiden käytössä on kuntien välillä?

2 YHTEISKUNTAVASTUU JA VASTUUN RAPORTTOINTI

2.1 Yhteiskuntavastuun ja -raportoinnin määrittely

Anttiroiko (2004) määrittelee yhteiskuntavastuun toimijan vastuuna yhteiskunnalle, joka perustuu yleiseen sosiaaliseen viitetaustaan ja yhteiskunnalle yhteiseen arvopohjaan. Jotta organisaatio olisi yhteiskuntavastuullinen, sen täytyy lakien noudattamisen lisäksi sitoutua toimimaan eettisten menettelytapojen mukaisesti. Jokainen toimija asettaa itse tavoitteensa suhteessa yhteiskuntavastuuseen ja päättää kuinka paljon vastuullisuuden tavoittelu ohjaa organisaation toimintaa. (Kalpala 2004, 15.) Yhteiskuntavastuu voidaan jakaa taloudellisen ja oikeudellisen vastuun käsittävään tekniseen vastuuseen sekä eettisiin asioihin keskittyvään moraaliseen vastuuseen. Moraalinen näkökulma yhdistää vastuun määrittelyn toiminnan moraaliseen luonteeseen ja näin ollen myös tekijän moraliin. (Anttiroiko 2004, 24.)

Yhteiskuntavastuun yhteydessä puhutaan usein kestävästä kehityksestä. Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan toimintaa, joka vastaa tämän hetken tarpeisiin vaarantamatta kuitenkaan maapallon resurssien riittävyyttä tulevaisuudessa. Yksittäiselle toimijalle kestävä kehitys voi näyttäytyä etäisenä, sillä toiminnan tuloksista voi olla vaikea havaita laajoja maapallon tulevaisuuteen vaikuttavia tekijöitä. Kestävään kehitykseen viitattaessaan organisaatio antaakin ymmärtää olevansa globaalistikin merkittävä toimija ja käsittelevänsä yhteiskuntavastuuseen liittyviä kysymyksiä laajasti. Kestävän kehityksen voidaan sen laajuuden vuoksi ajatella koskevan julkisorganisaatioita yksittäisiä yrityksiä enemmän. Julkisten organisaatioiden tekemät päätökset vaikuttavat usein suoraan ympäröivään yhteiskuntaan ja toiminnan vaikutukset ovat helpommin havaittavissa. Päätösten kerrannaisvaikutukset ovat myös merkittäviä, koska päätökset koskettavat suuria ihmisjoukkoja ja monia yrityksiä. (Jussila 2010, 12.)

Yhteiskuntavastuu ja kestävä kehitys jaetaan tyypillisesti kolmeen vastuualueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen. Organisaation vastuullisuutta koskevat arviot perustuvat näiden osa-alueiden yhteisvaikutuksiin. Taloudellinen vastuu kattaa organisaation taloudelliset toimintaedellytykset pitkällä tähtäimellä sekä rahavirtojen jakautumisen sidosryhmille. Toimintaedellytyksiä tarkastellaan pitkällä tähtäimellä, koska vain kannattava organisaatio voi tuottaa taloudellista lisäarvoa yhteiskunnalle ja palvella sidosryhmiään tulevaisuudessakin. Rahavirtojen jakautumisella tarkoitetaan omistajien tuotto-odotuksiin vastaamista, mutta myös esimerkiksi hankintoja, palkkoja ja muita kuluja. Vastuullinen organisaatio ottaa voitontavoittelussa huomioon kestävä kehityksen ehdot. Kestävän kehityksen huomioiminen hyödyttää myös omistajia pitkällä aikavälillä. (Kalpala 2004, 14; Jussila 2010, 15.)

Sosiaalinen vastuu pitää sisällään sekä organisaation sisäistä että ulkoista ihmisiin kohdistuvaa toimintaa. Sisäisellä toiminnalla viitataan vastuulliseen

henkilöstöpolitiikkaan ja työntekijöiden hyvinvoinnista huolehtimiseen. Ulkoinen vastuullisuus kohdistuu organisaation ulkopuolisten sidosryhmien huomioimiseen sekä yhteiskunnan ja lähiympäristön kehittämiseen. Sosiaaliseen vastuuseen liittyvät kysymykset voivat koskea esimerkiksi työhyvinvointia, turvallisuutta, ihmisoikeuksia, terveysasioita, tai tuotevastuuta. Sosiaalisesti vastuullinen organisaatio arvioi toimintansa vaikutuksia tämän kaltaisiin asioihin ja pyrkii omalta osaltaan vaikuttamaan yhteiskunnan kehittämiseen. (Kalpala 2004, 14; Jussila 2010, 16; Bremser 2014.)

Ympäristövastuun näkökulma tarkastelee minkälaisia vaikutuksia organisaation toiminnalla on ympäristölle ja käyttääkö organisaatio luonnonvaroja kestävästi. Ympäristövastuun kannalta voidaan arvioida organisaation toiminnan aiheuttamia suoria vaikutuksia ympäristöön sekä toiminnan välillisiä vaikutuksia, jotka ovat esimerkiksi asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden aiheuttamia. Tyypillisiä ympäristövastuuta mittaavia asioita ovat esimerkiksi energiankulutus, jätteenkäsittely, maankäyttö ja toiminnan aiheuttamat päästöt. Eri ympäristöaspektien merkityksellisyys riippuu pitkälti organisaation koosta ja toimialasta. (Kalpala 2004, 15; Jussila 2010, 15; Bremser 2014.)

Yhteiskuntavastuun viitekehys ja vastuun raportointi ovat kehittyneet nopealla tahdilla. Raportointi yleistyi 1990-luvulla, jolloin raportoinnin painopiste oli aluksi ympäristöasioissa. Myöhemmin yritykset alkoivat yhä enemmän raporttoimaan myös sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyvistä toimenpiteistään. Yhteiskuntavastuuraportoinnista on tullut maailmanlaajuista ja raportoinnin suosion kasvaessa tasaisesti raportit kuvaavat yhä laajemmin organisaatioiden yhteiskuntavastuun eri osa-alueita. (Jussila 2010; Bremser 2014; Kolk 2005.)

Yhteiskuntavastuuraporttien tarkoitus on esitellä yhteiskuntavastuuseen liittyviä tavoitteita, toimenpiteitä ja saavutettuja tuloksia. Tavoitteena on tuottaa selkeää informaatiota toiminnan vaikutuksista sekä sidosryhmien että organisaation itsensä käyttöön. Vaikutukset voivat olla esimerkiksi tuotantoprosessien ja tuotosten aiheuttamia ympäristövaikutuksia. Raportit käsittelevät yleensä sekä positiivisia että negatiivisia ympäristöön ja yhteiskuntaan kohdistuvia vaikutuksia. Kattava raportointi auttaa organisaatiota tavoitteiden asettamisessa ja suorituksen mittaamisessa, jolloin toimintaa voidaan kehittää entistä vastuullisempaan suuntaan. (Mätäsaho & Niskala, 1996, 293; Global Reporting Initiative 2013.)

Raportoinnin tueksi on kehitetty kansainvälisiä standardeja ja viitekehyksiä. Yleisesti hyväksytyt viitekehukset ohjaavat raportoinnin kehittämistä ja parantavat raporttien vertailukelpoisuutta (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani, 2009, 87). Yleisimmin maailmanlaajuisesti käytetty raportointiohjeistus on Global Reporting Initiative (GRI). GRI:n viitekehys koostuu yhteiskuntavastuun eri osa-alueita kuvaavista indikaattoreista, joiden avulla organisaatiot voivat mitata suoriutumistaan ja raportoida toiminnastaan. Indikaattorit käsittävät taloudellista, sosiaalista ja ympäristövastuuta mittaavia аспекteja. Viitekehys on suunniteltu sopimaan kaikkien organisaatioiden käyttöön, riippumatta organisaation koosta,

toimialasta tai maantieteellisestä sijainnista. GRI:n tavoitteena on yhtenäistää raportointikäytäntöjä ja parantaa vastuuraporttien vertailukelpoisuutta. (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani, 2009, 93-94; English & Schooley, 2014.)

Raportointi voi aiheuttaa erilaisia tulkintoja sidosryhmien keskuudessa. Jotta vääriä johtopäätöksiä voitaisiin välttää, suunnataan raportit usein laajan yleisön sijaan selkeästi rajatulle sidosryhmäjoukolle (Mätäsaho & Niskala, 1996, 295). Yhteiskuntavastuuraportit kohdennetaan tyypillisesti alaa seuraaville yhteiskuntavastuun asiantuntijoille. Asiantuntijoina pidetään esimerkiksi erilaisia järjestöjä, alan mediaa ja sijoitusanalytikoita. Yrityksen asiakkaille ja laajoille kuluttajaryhmille vastuullisuudesta viestitään yleensä muilla julkaisuilla tai muunlaisen viestinnän keinoin. (Jussila 2010, 148-149.)

Ympäristöasioihin ja kestävään kehitykseen liittyen voidaan julkaista erilaisia raportteja. Voidaan puhua esimerkiksi vastuuraportoinnista, yhteiskuntavastuuraportoinnista, ympäristöraportoinnista, kestävä kehityksen raportoinnista tai ympäristötilinpäätöksestä. Nimitys riippuu pitkälti raportin sisällöstä ja siitä minkälaisia asioita painotetaan. Ympäristönhallintaa käsittelevät raportit voivat olla joko integroituja, jolloin ne esitetään osana tilinpäätöstä tai toimintakertomusta, tai erillisiä, jolloin raportissa keskitytään vain ympäristönhallintaan.

Ympäristötilinpäätös voidaan julkaista joko osana organisaation tilinpäätöstä tai erillisenä raporttina. Kunnan ympäristötilinpäätöksen laatimista koskevassa ohjeessa (Knuutila 2007) on määritelty, että ympäristötilinpäätökseen kootaan kunnan ympäristötaloudelliset tiedot kuten ympäristömenot, -tulot, -investoinnit, -vastuut ja -velat. Lisäksi raporttiin sisällytetään esimerkiksi analyyssejä, aikasarjoja ja vertailutietoja, joiden tarkoitus on selkeyttää ympäristötilinpäätöksessä olevia tietoja.

Ympäristötilinpäätöstä laajempi ympäristöraportti tai kestävä kehityksen raportti on yleensä tilinpäätöksestä eriytetty raportti. Esitettävät tiedot ovat laajempia ja ne voivat sisältää esimerkiksi selostusta toiminnasta, erilaisia tilastoja, yksityiskohtaisempia laskelmia tai arvioita ympäristötoiminnan vaikutuksista ja toiminnan kehityksestä. (Knuutila 2007, 7.)

2.2 Raportoinnin motivaatiotekijät

Organisaatioilla voi olla monenlaisia syitä yhteiskuntavastuusta raporttoimiseen. Lainsäädäntö ja erilaiset säädökset vaikuttavat vahvasti raportoinnin laajuuteen ja raporttien sisältöön (Bennett, James & Klinkers, 1999; Mätäsaho & Niskala, 1996; English & Schooley, 2014). Kuntien osalta raportointia säätelevät muun muassa ympäristönsuojelulaki (86/2000) ja kuntalaki (365/1995). Ympäristönsuojelulain (86/2000) 25§:n mukaan *"kunnan on alueellaan huolehdittava paikallisten olojen edellyttämästä tarpeellisesta ympäristön tilan seurannasta...Seurantatiedot on julkistettava ja niistä on tiedotettava tarvittavassa laajuudessa."* Myös kuntalain (365/1995) tiedottamista koskevaa 29§:ä voi soveltaa yhteiskuntavastuuraportointiin: *"Kunnan on tiedotettava asukkailleen kunnassa vireillä olevista asioista, niitä koskevista suunnitelmista, asioiden käsittelystä, tehdyistä ratkaisuksista ja niiden vaikutuksista. Kunnan*

on laadittava tarvittaessa katsauksia kunnan palveluja, taloutta, ympäristönsuojelua ja maankäyttöä koskevista asioista.”

Raportointia ohjaa lisäksi esimerkiksi kirjanpitolautakunnan kuntajaoston julkaisema yleisohje ympäristöasioiden kirjaamisesta ja esittämisestä kunnan ja kuntayhtymän tilinpäätöksessä. Yleisohje koskee ympäristöasioiden käsittelyä osana lakisääteistä tilinpäätösinformaatiota ja sen tarkoitus on yhdenmukaistaa ympäristöriskien ja -vastuiden selvittämistä kuntasektorilla, jolloin tilinpäätösten vertailu helpottuu ja kunnan taloudellisesta asemasta saadaan oikea ja riittävä kuva. (Kuntaliitto, 2009.)

Lakisääteisen tilinpäätösinformaation julkaisemisen lisäksi, organisaatiot voivat julkaista erillisiä yhteiskuntavastuuta käsitteleviä raportteja, joissa vastuullisuuteen liittyviä teemoja kuvataan kattavammin. Sidosryhmien, kuten asiakkaiden ja sijoittajien, odotukset luovat paineita kattavaan raportointiin ja odotuksiin pyritäänkin usein vastaamaan välittämällä raporttien kautta positiivinen kuva organisaatiosta. Kriitikot näkevät yhteiskuntavastuuraportoinnin sidosryhmien hyväksynnän tavoittelemisena ja organisaation imagon vahvistamisena, sen sijaan että raportoinnin ensisijainen tarkoitus olisi kuvata organisaation vastuullisuutta realistisesti (Cho, Michelon & Patten, 2012). Raportointi voidaankin nähdä keinona legitimoida organisaation toimia sidosryhmien silmissä (ks. esim. Bennett, James & Klinkers, 1999; Hrasky 2012). English ja Schooley (2014) sekä Brønn ja Vidaver-Cohen (2009) esittävät, että maineenhallinta on yksi tärkeimmistä syistä yhteiskuntavastuusta raportointiin, sillä raportointi voi kasvattaa organisaation mainetta vastuullisena toimijana. Tämä vahvistaa näkemystä legitimoinnista raportointia selittävänä tekijänä.

Yhteiskuntavastuuraportoinnin tarkoitus ei kuitenkaan aina ole yksinomaan sidosryhmien mielikuviin vaikuttaminen. Organisaatio voi myös olla aidosti sitoutunut vastuullisuustavoitteisiin, jolloin raportoinnilla pyritään lisäämään läpinäkyvyyttä (English & schooley, 2014; Cho, Michelon & Patten, 2012). Osasyys raportointiin voi olla myös organisaation tarve saada luotettavaa tietoa eri toimintojensa ja prosessiensa vastuullisuudesta. Raportointiprosessi auttaa kehittämään yhteiskuntavastuun eri aspektien mittaamista ja toimii hyödyllisenä työkaluna strategisesti tärkeän tiedon keräämisessä. Raportointi tukee organisaation liiketoimintaa, sillä tehokkaat mittarit helpottavat tulosten ja kehityksen seuraamista sekä tavoitteiden asettamista. (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani, 2009, 12; Bremser 2014.)

Myös kilpailukyvyyn ylläpitäminen tai parantaminen voivat kasvattaa motivaatiota kattavaan vastuuraportointiin (English & Schooley, 2014). Vastuullinen toiminta yhdistetään usein menestyviin ja hyvin johdettuihin yrityksiin ja vastuullisuudesta viestiminen voi osaltaan vaikuttaa positiivisesti osakkeen arvon kehitykseen ja lisätä vakautta. Puutteellinen raportointi puolestaan voi vaikuttaa negatiivisesti organisaation kilpailukykyyn. Kilpailukyky voi heikentyä etenkin silloin, jos organisaatio jää jälkeen kilpailijoidensa raportointikäytännöistä. (Niskala, Pajunen & Tarna-Mani, 2009, 88-89; Bennett, James & Klinkers, 1999, 385.)

2.3 Kunnat raportoijana

Kuntien ympäristönsuojelun hallintoa koskevassa laissa (24.7.1986/64) säädetään kunnan ympäristönsuojeluviranomaisesta ja viranomaisen ympäristönsuojelua koskevista tehtävistä. Tehtäviin kuuluu muun muassa ympäristönsuojelun suunnittelu ja kehittäminen, ympäristön tilan seuranta sekä ympäristönsuojelua koskeva tiedottaminen ja valistus (5.12.1996/1013). Kyseisten tehtävien voidaan ajatella liittyvän ympäristöraportointiin, sillä erilaiset ympäristöraportit toimivat tiedottamiskanavina ja voivat auttaa organisaatiota ympäristön tilan seurannassa ja toiminnan kehittämisessä.

Ympäristöraportointi on siis huomionarvoinen aihe kuntaorganisaatioille, mutta kuntien ympäristöraportointia koskevaa ohjeistusta on julkaistu melko vähän. Konsulttiyhtiö Efeko Oy on julkaissut kunnan ympäristötilinpäätöksen laatimista koskevan ohjeen, joka käsittelee kunnan ympäristöasioiden laskentaa, kirjaamista ja raportointia lakisääteisen tilinpäätösinformaation sekä yhteiskuntavastuuta käsittelevien raporttien osana. Ohjeen tarkoitus on edistää yhtenäisiä ja selkeitä käytäntöjä sekä antaa välineitä vertailukelpoisen tiedon tuottamiseen esimerkkikuntien lisäksi myös muille kunnille ja kaupungeille. (Knuutila 2007, 6-7.)

Efeko Oy:n ohjeen lisäksi työ- ja elinkeinoministeriön kirjanpitolautakunnan (KILA) kuntajaosto on laatinut yleisohjeen ympäristöasioiden kirjaamisesta ja esittämisestä kunnan ja kuntayhtymän tilinpäätöksessä (Suomen Kuntaliitto, 2009). Kuten Efeko Oy:n ohjeenkin, myös KILA:n yleisohje opastaa ympäristöasioiden kirjaamista osana lakisääteistä tilinpäätösinformaatiota. Ohjeen tavoitteena on helpottaa oikean ja riittävän kuvan antamista kunnan taloudellisesta asemasta ja lisätä kuntien tilinpäätösten vertailukelpoisuutta. Yleisohje keskittyy siis lakisääteisen informaation esittämiseen ja laajempaan vapaaehtoiseen ympäristöraportointiin viitataan vain lyhyesti. Erillisen vapaaehtoisen ympäristöraportin tiedot voivat olla laajempia ja yksityiskohtaisempia kuin tilinpäätökseen kerätyt tiedot ympäristöhallinnasta. Ohjeen mukaan tilinpäätöksestä erilliseen ympäristöraporttiin tulee kuitenkin viitata toimintakertomuksessa ja esitettyjen tietojen on vastattava tilinpäätökseen sisältyviä tietoja. (Suomen Kuntaliitto, 2009, 5-6.)

Efeko Oy:n ohje kunnan ympäristötilinpäätöksen laatimiseen on tehty konsulttityönä osana kunnan ympäristökustannuksia ja -tunnuslukuja käsittelevää projektia (Knuutila 2007, 5) eikä sinällään ole kuntia sitova. Kuntien sen sijaan tulee noudattaa KILA:n yleisohjetta ympäristöasioiden esittämisestä tilinpäätöksessä. Molemmat ohjeet keskittyvät ympäristöasioiden taloudelliseen näkökulmaan eikä muihin kestäväen kehityksen osa-alueisiin, eli ekologiseen ja sosiaaliseen puoleen, syvennyttä ohjeistuksissa. Ohjeet koskevat myös vain lakisääteisen ympäristöinformaation esittämistä. Ohjeistusta vapaaehtoiseen, lakisääteistä laajempaan, ympäristöraportointiin ei siis kuntasektorin näkökulmasta ole tehty.

Tässä tutkimuksessa keskitytään Suomen suurimpiin kuntiin, jotka ovat pyrkinet yhtenäistämään kestäväen kehityksen toimintojensa mittaamista ja

parantamaan näin ympäristöraporttiansa vertailukelpoisuutta. Suomen suurimmat kaupungit, eli niin kutsutut kuutoskaupungit, ovat tehneet yhdessä kaksi julkaisua koskien ympäristöasioiden vertailukelpoista mittaamista. Kuutoskaupunkeihin kuuluvat Espoo, Helsinki, Oulu, Tampere, Turku ja Vantaa. Ensimmäinen julkaisu, Kuutoskaupunkien kestävä kehityksen indikaattorit 2004-2006 (2008), julkaistiin vuonna 2008 jonka jälkeen vuonna 2012 julkaistiin indikaattorien toinen yhteenveto, Kuutoskaupunkien ekologisen kestävyuden indikaattorit 2006-2010 (2012). Kuutoskaupungit alkoivat seurata yhteisesti määriteltyjä kestävä kehityksen indikaattoreita vuonna 2004, jonka jälkeen yhteistyötä ympäristöasioiden mittaamisen kehittämiseksi on jatkettu. Indikaattorit kuvaavat pääasiassa ekologisen kestävyuden toteutumista kunnissa, mutta sisältävät myös ympäristönhallinnan taloudellisen näkökulman. Sosiaalinen kestävyys on rajattu indikaattoreiden ulkopuolelle, kuntien käsitellessä sitä muissa raporteissaan. Yhteisillä indikaattoreilla pyritään parantamaan kuntien välistä vertailukelpoisuutta, mutta ongelmia tavoitteen toteutumiseen ovat aiheuttaneet esimerkiksi kuntaliitokset, ylikunnalliset toiminnot sekä palvelurakenteiden muutokset. Nämä vaikeuttavat indikaattoritietojen laskemista ja kuntien välistä vertailua. (Kuutoskaupunkien ekologisen kestävyuden indikaattorit 2006-2010, 2012, 3.)

Kuntien välistä yhteistyötä ympäristöraportoinnin suhteen siis on ja raportointia on pyritty yhtenäistämään vertailukelpoisuuden parantamiseksi. Yhtenäistä ja vakiintunutta raportointikäytäntöä ei kunnille ole kuitenkaan vielä kehitetty. Kuutoskaupungit ovat sopineet käyttämistään ympäristötoimintaa mittaavista indikaattoreista, mutta maanlaajuisia, kaikkia kuntia koskevia, käytäntöjä ei ole juurikaan viety eteenpäin. Osasyynä maanlaajuisen yhteistyön pienimuotoisuuteen voivat olla uudistukset kuntasektorilla, kuten kuntaliitokset, jotka aiheuttavat paljon työtä kunnille ja vaikeuttavat osaltaan mittauskäytäntöjen kehittämistä.

Legitimointia ei ole juurikaan tutkittu kuntasektorin näkökulmasta, mutta Pfeffer ja Salancik [1978] esittävät, että legitimaation saavuttaminen on suurempi haaste yrityksille kuin julkisen sektorin organisaatioille, koska yritysten tuottama hyöty yhteiskunnalle ei ole yhtä ilmeistä (Boyd 2000, 345). Yritysten voidaan olettaa käyttävän enemmän legitimointikeinoja kuin julkisen sektorin organisaatioiden, koska yritysten toiminnan jatkuminen riippuu vahvasti ulkoisten sidosryhmien hyväksynnästä (Boyd 2000, 345 [Seeger 1986]). Toisaalta, kunnilla voidaan ajatella olevan suurempi vastuu ympäristötoiminnastaan, sillä kunta toimii valvovana ympäristöviranomaisena alueellaan ja on näin ollen vastuussa myös muiden toimijoiden ympäristövastuullisuudesta (Suomen kuntaliitto, 2009, 5). On mahdollista, että etenkin suurten kuntien ympäristöraportoinnissa esiintyy legitimointistrategioiden käyttöä, sillä suuren näkyvyytensä lisäksi kuntiin kohdistuu oletus legitimiimistä toiminnasta. Kunnan tehtäviin kuuluu valvoa myös muita toimijoita, joten niiden pitää osoittaa toimivansa myös itse vastuullisesti. Tämä voi aiheuttaa kunnille paineita ja johtaa legitimointikeinojen käyttöön.

3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

3.1 Sidosryhmäteoria

Pohjana suomalaisten kuntien kestävään kehitykseen ja ympäristöön liittyvän raportoinnin tarkastelussa käytetään Mätäsahon ja Niskalan (1996) esittämiä raportoinnin selittäviä teorioita. Eräs ympäristölaskentatoimeen läheisesti liittyvä teoria keskittyy sidosryhmiin, jotka vaikuttavat organisaation toimintaan ja toisaalta, joille organisaatio on vastuussa toimintansa vaikutuksista. Sidosryhmäteoria määrittelee sidosryhmiksi kaikki yksilöt tai ryhmät, joilla on vaateita, oikeuksia tai erityistä kiinnostusta organisaatiota kohtaan. Sidosryhmät, joilla on samankaltaiset oikeudet tai kiinnostukset organisaatiota kohtaan, kuten työntekijät, omistajat tai asiakkaat, voidaan luokitella samaan ryhmään keskenään. (Mätäsaho & Niskala, 1997; Azzone ym., 1997.) Kuntasektorilla yksi tärkeimmistä sidosryhmistä on luultavasti alueen asukkaat, jotka käyttävät kunnan palveluita muodostaen näin ollen samalla asiakasryhmän. Muita merkittäviä sidosryhmiä ovat esimerkiksi kunnan palveluksessa toimivat työntekijät, alueella toimivat yksityiset yritykset, valtio, puoluejärjestöt sekä muut kunnat.

Sidosryhmät on mahdollista jakaa ensisijaisiin ja toissijaisiin sidosryhmiin. Yritysten kohdalla ensisijaisia sidosryhmiä ovat ne, joiden kanssa yrityksellä on transaktioita eli liiketapahtumiin perustuvia vaihtoja. Yrityksen toiminta on vahvasti riippuvainen näistä transaktioperusteisista sidosryhmistä. Toissijaisten sidosryhmien ja yrityksen välillä sen sijaan ei välttämättä ole transaktioita, mutta nämä sidosryhmät ovat muuten kiinnostuneita yrityksen toiminnan aiheuttamista vaikutuksista. Kiinnostuksen kohteet voivat tosin vaihdella eri toiminta-alueilla, joissa yritys on osallisena. Toissijaisia sidosryhmiä on näin ollen hankala luokitella yksiselitteisesti. (Mätäsaho & Niskala, 1997, 81 [Clarkson 1993].) Kuntasektorilla esimerkki sidosryhmästä, joka ei ole transaktioperusteinen on alueen asukkaat yleisesti. Kuitenkin laajan asukasryhmän sisältä voi tunnistaa pienempiä sidosryhmiä, joiden toiminta on myös transaktioperusteista heidän ostaessaan kunnan tarjoamia palveluja.

Ympäristölaskentatoimi on sidosryhmäteorian mukaan eräänlaista kommunikaatiota organisaation ja sen sidosryhmien välillä. Organisaation menestys on riippuvaista sidosryhmien toiminnasta, joten sen on pyrittävä vastaamaan sidosryhmien odotuksiin mahdollisimman hyvin. Mitä enemmän valtaa sidosryhmillä on organisaatioon, sitä mukautuvampi organisaation täytyy olla sidosryhmien vaatimuksiin saavuttaakseen hyväksynnän toiminnalleen. Ympäristövastuu voidaankin nähdä nimenomaan vastuuna sidosryhmille. Jokainen sidosryhmä antaa omalla tavallaan panoksensa organisaatiolle, joten niillä nähdään olevan myös oikeus luoda odotuksia organisaation ympäristövastuun suhteen. Näin ollen organisaation on myös pyrittävä hankkimaan tietoa sidosryhmiensä

odotuksista ympäristöasioiden hoitamisen suhteen. Sidosryhmien intressit vaikuttavat siis merkittävästi organisaation ympäristöraportoinnin sisältöön. (Mätäsaho & Niskala, 1996, 297-298; Mätäsaho & Niskala, 1997, 81-82.)

Eri sidosryhmät asettavat luonnollisesti eri odotuksia organisaation ympäristönhallinnasta saamalleen informaatiolle. Ympäristölaskentatoimi voidaankin nähdä ikään kuin informaationtuottamisjärjestelmänä, jonka tarkoituksena on palvella kaikkia organisaation sidosryhmiä. Transaktioperusteiset ryhmät, joilla on taloudellisia intressejä organisaatioon ovat yleensä kiinnostuneita taloudellisesti merkittävistä ympäristöriskeistä ja -vastuista. Sen sijaan, vaikutussuhteeseen perustuvat toissijaiset sidosryhmät saattavat olla taloudellisten asioiden sijaan enemmän kiinnostuneita esimerkiksi organisaation ympäristökuormituksesta ja toimintaperiaatteista suhteessa ympäristöön. Lisäksi voidaan erottaa muita sidosryhmiä, kuten asiakkaat, joiden intressit kohdistuvat ostettujen tuotteiden ja niiden valmistusprosessien ympäristövaikutuksiin tai työntekijät, jotka kiinnittävät huomiota muun muassa työolosuhteiden mahdollisiin terveysterveisiin. (Mätäsaho & Niskala, 1997, 82.)

Raportoidessaan ympäristöasioistaan organisaation tulee määritellä itselleen tärkeimmät sidosryhmät ja miettiä kenelle raportit suunnataan. Riippuen kohderyhmästä organisaatio voi Azzonen ym. (1997) mukaan joko raportoida melko yleisluontoisesti ympäristönhallintaan liittyvistä asioista tai vaihtoehtoisesti kiinnittää erityistä huomiota tiettyjä sidosryhmiä kiinnostaviin aspekteihin.

Sidosryhmien aktiivinen kiinnostuksen osoittaminen organisaation ympäristönhallintaa kohtaan kannustaa organisaatioita panostamaan ympäristöasioihin ja niistä raportointiin. Jos sidosryhmät, eivät osoita kiinnostusta asiaa kohtaan, eivät organisaatiot koe painetta kehittää toimintaansa parempaan suuntaan. Sidosryhmiltä tuleva paine ajaa organisaatioita todistamaan tehokkuutensa, vastuullisuutensa ja läpinäkyvyytensä ympäristöraportoinnin keinoin. Tämä auttaa organisaatioita säilyttämään imagoarvonsa ja toimintansa legitimitetin. Kaikkien sidosryhmien odotuksiin ja vaatimuksiin vastaaminen on kuitenkin haastava tehtävä monelle toimijalle. (Azlan & Say Keat, 2014.)

3.2 Legitimaatioteoria

Ympäristöraportointia tarkastellaan usein legitimoinnin näkökulmasta ja legitimaatioteoria onkin aikaisemmassa tutkimuksessa usein liitetty ympäristölaskentatoimen käsitteeseen (mm. Freedman & Jaggi, 2010). Legitimaatioteorian mukaan organisaatioiden tarkoitus on yhtenäistää toimintaansa liittyvä arvojärjestelmä sopivaksi laajemmassa yhteisössä vallitseviin hyväksytyihin sosiaalisiin normeihin. Tällöin legitimaatiolla tarkoitetaan vallitsevaa tilaa, jolloin organisaation sosiaaliset arvot vastaavat ympäröivän yhteiskunnan arvojärjestelmää. (Mätäsaho & Niskala, 1996, 298.)

Kuten sidosryhmäteoriaa käsittelevässä osiossa todettiin, organisaation yhteiskunnallinen vastuukäsitys ja toiminnan legitimitetti perustuu sidosryhmien

odotuksiin. Legitimaatiota arvioidaan sidosryhmätasolla, sillä sidosryhmät tarkastelevat organisaation toimintaa suhteessa jatkuvasti muuttuviin odotuksiinsa. Jos organisaation ympäristönhallintaan liittyvä toiminta ja tavoitteet eroavat niihin kohdistuvista sidosryhmien odotuksista, syntyy niin kutsuttu legitimaatioero tai legitimizeettikuilu. Ero voi syntyä, vaikkei organisaatio muuttaisikaan toimintatapojaan, jos sidosryhmien odotuksissa esiintyy vaihtelua. Organisaatio voi legitimoiminnin keinoin pyrkiä kuroma umpeen tätä eroa. Näin ollen prosessia, jossa organisaatio pyrkii oikeuttamaan toimintansa jatkuvuuden tai todistamaan menettelynsä oikeellisuuden, kutsutaan legitimoinniksi. Ympäristöraportointi voidaan tällöin nähdä nimenomaan pyrkimyksenä legitimaation saavuttamiseen. (Mätäsaho & Niskala, 1996, 298; Mätäsaho & Niskala, 1997, 84.)

Legitimaatioteorian mukaan organisaatiot reagoivat ympäristötekijöihin julkaisemalla tiedonantoja, joiden tarkoitus on legitimoida organisaation toimintatapoja. Teoria pohjautuu ajatukseen, jonka mukaan organisaatioiden ja yhteiskunnan välillä on ikään kuin sosiaalinen sopimus, jossa organisaatio sitoutuu toimimaan tietynlaisten sosiaalisten normien mukaan vastineeksi tavoitteidensa hyväksymisestä ja selviytymisensä mahdollistamisesta. Näin ollen, organisaation täytyy julkaista tarpeeksi tietoa, jotta yhteiskunta voi arvioida sen vastuullisuutta. Legitimoimalla toimintansa julkaisujen keinoin, organisaatio pyrkii perustelemaan ja oikeuttamaan olemassaoloaan. (Guthrie & Parker, 1989, 344.)

Freedman ja Jaggi (2010) esittävät, että legitimaatioteoria periaatteessa lisää aiemmin mainitun sidosryhmäteorian mukaisiin näkemyksiin konfliktia ja epä-sopua. Yksinkertaisimmillaan legitimaatioteoria väittää, että organisaatiot voivat jatkaa olemassaoloaan vain, jos ympäröivä yhteiskunta mieltää organisaation toimintatavat yhteiskunnan arvojärjestelmän mukaisiksi eli jos toiminta mielletään legitimeiksi. Organisaatiot voivat kohdata monia legitimaatiota uhkaavia tekijöitä, kuten vakavia ympäristöonnettomuuksia tai taloudellisia skandaaleja. Vastatakseen uhkiin, organisaatiot saattavat pyrkiä palauttamaan legitimizeettinsä erilaisten laajojen legitimointistrategioiden kautta. Tietynlaisten käytäntöjen omaksuminen voi luoda vaikutelman legitimaatiosta, joten monissa tapauksissa toimintatapoja otetaan käyttöön legitimizeetin saavuttamiseksi tai palauttamiseksi (Gregoriou & Finch, 2012, 3).

Legitimaatioteorialla voidaan selittää esimerkiksi yleistä taipumusta korostaa ympäristöraportoinnissa organisaatiokäyttäytymisen positiivisia puolia negatiivisten aspektien sijaan. Tällainen toiminta voidaan nähdä organisaation legitimointitoimena. (Freedman & Jaggi, 2010, 28.) Kuten legitimaatioteoria osoittaa, organisaatioiden on mahdollista pyrkiä oikeuttamaan toimintansa julkaisemalla itselleen edullisia lausuntoja ympäristökysymyksistä. Negatiivisista asioista, kuten ympäristöonnettomuuksista ja niiden taloudellisista seurauksista, ei mielellään raportoida kovin laajasti. Näin ollen raportit saattavat sisältää hyvinkin valikoivaa informaatiota. (Mätäsaho & Niskala, 1997, 88.)

Legitimaatioteoriaan liittyy läheisesti viherpesun käsite. Jussilan (2010) mukaan erityissidosryhmät, kuten ympäristöjärjestöt, joilla on asiantuntemusta ympäristöasioista saattavat olla hyvinkin kriittisiä organisaatioiden ympäristöviestintää kohtaan. Jos asiantuntijat havaitsevat viestinnässä asiavirheitä, saatetaan

organisaatiota syyttää viherpesusta ja tästä voi koitua merkittävää haittaa organisaation imagolle. Viherpesulla tarkoitetaan siis virheellistä tai vääristelevää viestintää, joka antaa organisaation toiminnasta todellisuutta ympäristöystävällisemmän kuvan. Käytännössä tämä voi esiintyä esimerkiksi jonkin yhden ympäristöystävällisen toimintatavan korostamisena, jolloin yksittäisen toimenpiteen avulla pyritään luomaan ympäristöystävällinen ja vastuullinen kokonaiskuva organisaatiosta. Yksittäisen toimenpiteen korostamisen lisäksi viherpesu käsittää puutteellisten tai väärin tietojen antamisen yksittäisistä asioista tai toimijan ympäristönhallinnasta yleisesti.

Viherpesun käsite on selkeä ja laajalti tunnettu käsite, joka korostaa ympäristövastuun viestinnän tärkeyttä. Ympäristöasioihin liittyvien julkaisujen ja tiedonantojen lukijat ovat hyvin perillä viherpesun käsitteestä, joten myös organisaation itsensä pitäisi muistaa kiinnittää huomiota sen välttämiseen ja mahdollisimman totuudenmukaisen kuvan antamiseen. Erityisesti ympäristöön liittyvien raporttien asiasisällön, väittämien ja luotujen mielikuvien suhteen tulisi olla huolellinen. (Jussila, 2010, 94.)

Boyd (2000) erottaa toisistaan kaksi legitimaation tyyppiä: institutionaalisen legitimaation ja toiminnallisen legitimaation. Institutionaalinen legitimaatio perustuu organisaation ja yhteiskunnan välillä vallitsevaan sosiaaliseen sopimukseen, jonka mukaan organisaation täytyy osoittaa hyödyllisyytensä ja vastuullisuutensa sidosryhmilleen voidakseen jatkaa toimintaansa. Boydin (2000) mukaan suurin osa legitimaatioon liittyvästä teoriasta keskittyy institutionaaliseen legitimaatioon, jossa pyrkimyksenä on legitimoida organisaatiota kokonaisuutena ja sen olemassaolon jatkuvuutta. Institutionaalisen legitimaation tavoittelemisen liitetään usein kriisitilanteisiin, kuten organisaatiota koskeviin ympäristöonnettomuuksiin, jotka voivat pahimmillaan vaarantaa toiminnan jatkuvuuden ja jolloin organisaation täytyy legitimoida toimintaansa laajasti.

Toiminnallinen legitimaatio eroaa institutionaalisesta legitimaatiosta niin, että organisaation koko toiminnan legitimoinnin sijaan keskitytään legitimoimaan yksittäisiä toimia tai menettelytapoja. Toiminnallisen legitimaation tavoittelemisen ei liity niinkään kriisinhallintaan vaan se koskee pikemminkin vähemmän mullistavia ja yleisimmin esiintyviä aihepiirejä. Tällaiset aiheet voivat liittyä esimerkiksi henkilöstöpolitiikkaan, tuotannon siirtämiseen toiselle paikkakunnalle tai muutoksiin tuotteiden pakkauksissa. Sidosryhmien reaktiot tällaisiin teemoihin tuskin ovat riittävän vahvoja uhkaamaan organisaation olemassaoloa, mutta toiminnallisen legitimoinnin keinoin organisaatio voi yrittää hakea hyväksyntää yksittäisille toimille ennen niiden toimeenpanoa tai toimeenpanon aikana. Merkittävä ero institutionaalisen ja toiminnallisen legitimaation välillä onkin legitimoinnin ajoitus. Kriisinhallintaan liittyvä institutionaalinen näkökulma tarkastelee legitimaatiota jonkin tapahtuman jälkeen kun taas toiminnallinen ulottuvuus keskittyy legitimaation saavuttamiseen ennen tekojen toimeenpanoa. Näin organisaatiot voivat hyödyntää saamaansa palautetta ja välttää virheitä ja konflikteja sidosryhmien kanssa. (Boyd 2000.)

Toiminnallinen legitimaatio on Boydin (2000) mukaan tärkeä tutkimusaihe, sillä on paljon organisaatioita, jotka eivät ikinä kohtaa laajoja legitimoitaitoimia

vaativaa kriisitilannetta. Lähes kaikki organisaatiot joutuvat kuitenkin joskus tilanteeseen, jossa niiden pitää perustella yksittäisiä menettelytapojaan toiminnallisen legitimaation keinoin. Näin ollen legitimoinnin merkitys korostuu vaikka organisaatio välttäisikin vakavat kriisitilanteet.

Toiminnallisen legitimaation voidaan ajatella olevan kuntasektorin kannalta oleellisempi näkökulma, sillä kuntaorganisaation toiminnalla ei todennäköisesti ole suoraa vaikutusta suurten ympäristökatastrofien syntymiseen. Luonnonvaroja käyttävät teollisuusyritykset joutuvat kuntia todennäköisemmin tilanteeseen, jossa niiden täytyy legitimoida toimintansa jatkuvuutta kokonaisvaltaisesti institutionaalisen legitimoinnin keinoin.

4 LEGITIMOINTISTRATEGIAT

4.1 Aikaisempaa kirjallisuutta legitimointistrategioista

Legitimaatioteoriaan pohjautuvien näkemysten mukaan, julkaisut organisaation ympäristönhallinnasta määrittävät osaltaan organisaation mainetta (Michelon 2011). Säilyttääkseen tai korjatakseen maineensa, vastatakseen sidosryhmien odotuksiin tai pienentääkseen aiemmin mainittua legitimaatioeroa, organisaatio voi käyttää useita erilaisia legitimointistrategioita osana ympäristöraportointiaan.

Dowling ja Pfeffer (1975) kehittävät julkaisussaan viitekehystä organisaatiotason legitimaation analyysille ja legitimointiprosessille, jonka kautta organisaatiot pyrkivät kasvattamaan legitimitteettiään. Käyttäen käytännön esimerkkejä hyväkseen, Dowling ja Pfeffer valaisevat sekä olosuhteita, jotka voivat aiheuttaa ongelmia organisaatioiden legitimitteetille että tekoja, joiden avulla organisaation toimia legitimoidaan.

Organisaatiot voivat legitimoida toimiaan kolmella tavalla. Ensinnäkin, organisaatio voi sopeuttaa tuotantonsa, tavoitteensa ja toimintatapansa olemassa olevien legitimaatiokäsitysten mukaisiksi. Toiseksi, organisaatio voi kommunikaation keinoin yrittää muuttaa yleisiä legitimaatiokäsityksiä omien arvojensa ja toimintansa mukaisiksi. Kolmas vaihtoehto on pyrkiä jälleen kommunikaation kautta identifioimaan itsensä arvoihin ja instituutioihin, joilla on vahva legitimitteettipohja. Sosiaalisten normien ja arvokäsitysten muuttaminen on vaikea prosessi, joten suurin osa organisaatioista todennäköisesti pyrkii legitimoimaan toimintansa sopeutumalla vallitseviin legitimaatiokäsityksiin tai samaistumalla instituutioihin ja arvokäsityksiin, joiden uskotaan olevan legitimejä. (Dowling & Pfeffer, 1975, 127 [Perrow 1970].)

Legitimaatiota tutkivassa kirjallisuudessa on viitattu usein Lindblomin [1994] esittämiin neljään legitimointistrategiaan, joita yritykset voivat käyttää ympäristöraportoinnissaan. (ks. esim. Mätäsaho & Niskala, 1996, 298-299; Freedman & Jaggi, 2010, 28). Yritys voi ensinnäkin informoida tai valistaa sidosryhmiään toimenpiteidensä aiheuttamista muutoksista ympäristöön. Tämä strategia valitaan tyypillisesti silloin, jos yrityksen toiminta ei ole vastannut sidosryhmien odotuksia. Toiseksi yritys voi yrittää muuttaa sidosryhmien käsityksiä yrityksen ympäristönhallinnasta muuttamatta silti omia toimintatapojaan. Selittämällä toimintansa tarkoituksenmukaisuutta yritys voi yrittää korjata mielestään tapahtuneita väärinkäsityksiä. Kolmanneksi yritys saattaa pyrkiä manipuloimaan sidosryhmien käsityksiä tai ohjaamaan huomiota pois tietynlaisista ympäristökysymyksistä. Esimerkiksi ympäristöä merkittävästi toiminnallaan kuormittavat organisaatiot saattavat korostaa toimintansa positiivisia puolia jättämällä samalla toiminnan aiheuttamat negatiiviset vaikutukset joko pienelle huomiolle tai kokonaan raportoimatta. Neljäs Lindblomin [1994] esittämä strategia on pyrkiä muut-

tamaan sidosryhmien odotuksia koskien hyväksyttäviä toimintatapoja. Legitiimaatiostrategioiden noudattamiseen raportoinnissa vaikuttavat eri ajankohdat ja ympäristökysymysten luonne.

Aiemmat tutkimukset legitimointistrategioiden käytöstä ympäristöraportoinnissa keskittyvät tutkimaan asiaa yritysten kannalta. Myös O'Donovan (2002) on tutkinut yritysten käyttämiä legitimointistrategioita. Legitiimaatioteorian pohjalta tehty analyysi tutkii mahdollisen legitiimaatiota uhkaavan ympäristökysymyksen tai -onnettomuuden suhdetta yrityksen vuosikertomuksissa julkaistaviin lausuntoihin asiasta ja käytettyjen legitimointitaktiikoiden valintaan. Legitimointitaktiikoiden valintaan vaikuttaa se haluaako organisaatio saavuttaa tai laajentaa legitiimaatiotaan, pitää yllä olemassa olevaa legitiimaatiotasoa vai korjata uhattua tai menetettyä legitiimaatiotaan.

O'Donovan (2002) esittelee neljä mahdollista yritysten käyttämää legitimointitaktiikkaa vastauksena legitiimaatiota uhkaaviin tekijöihin, kuten yritykseen liitettäviin ympäristöonnettomuuksiin. Ensimmäinen taktiikka on välttely, jolloin yritys ei julkaise negatiivista informaatiota eikä osallistu julkiseen keskusteluun aiheesta. Toinen taktiikka on yrittää muuttaa sosiaalisia arvoja, josta esimerkkinä öljy-yhtiö, joka voi informoida öljynkuljetukseen liittyvistä riskeistä ja öljyn käytön positiivisista puolista suhteessa elintason ylläpitämiseen. Kolmanneksi yritys voi yrittää muokata mielikuvia yrityksestään, korostamalla esimerkiksi aikaisempia ympäristönsuojeluun liittyviä saavutuksiaan tai osoittamalla, että toimii ympäristönhallinnan suhteen vallitsevien lakien ja määräysten mukaisesti. Lisäksi, yritys voi sopeutua yhteiskunnan yleisiin arvoihin vakuuttamalla selvittävänsä asian mahdollisimman pian ja tehokkaasti ja varmistamalla näin ollen ettei vastaavaa ympäristöonnettomuutta tapahdu enää uudelleen.

Yleisesti ottaen strategiat, joiden tarkoitus on korjata legitimizeettiiä, ovat luonteeltaan reaktiivisia ja liittyvät usein äkilliseen ja yllättävään kriisitilanteeseen. Legitimiteetin saavuttamiseen tai ylläpitoon liittyvät tekniikat taas ovat tyypillisesti proaktiivisia eikä niitä yhdistetä kriisitilanteisiin. Ympäristökysymyksen merkittävyydellä on vahva sidos strategioiden valintaan. Jos tapahtumaa tai ympäristökysymystä ei pidetä kovinkaan merkittävänä, eikä näin ollen uhkana yrityksen legitiimaatiolle, ei myöskään legitimointistrategioiden käyttöön panosteta asian tiimoilta. (O'Donovan 2002.)

Dowling ja Pfefferin, Lindblomin ja O'Donovanin esittämät legitimointitaktiikat on jaoteltu ja koottu yhteen ranskalaisen öljy-yhtiön Total SA:n legitimointistrategioita käsittelevässä artikkelissa. Artikkelin keskittyy ottamaan selvää, minkälaisia strategioita yhtiö käytti kahden siihen liitetyn merkittävän ympäristökatastrofin jälkeen puolustukseensa ympäristönhallintaansa ja toimintatapojaan kriisien aiheuttamien ongelmien korjaamiseksi. (Cho 2009.)

Legitimointiin liittyvät kommunikaatiostrategiat on jaoteltu kolmeen ryhmään: imagon kohentaminen, välttely ja vastuuvapautus. Imagon kohentamiseen liittyvässä strategiassa organisaatio voi yrittää vaikuttaa legitimiiltä liittämällä itsensä positiivisiin arvoihin. Organisaatio voi julkaista ylistäviä ja kehuja lausuntoja ympäristöön liittyvistä aikaansaannoksistaan ja sitoumuksistaan. Oi-

kean mielikuvan antamiseen liittyvät myös usein saavutusten korostaminen tarinoiden, kuvien ja raporttien visuaalisen ilmeen kautta. Välttelyyn perustuvaan strategiaan liittyy olennaisesti huomion ohjaaminen pois negatiivisista ympäristökysymyksistä muihin positiivisempiin asioihin. Näin ollen imagon kohentamisstrategiaa ja välttelystrategiaa voidaan joissain tapauksissa käyttää samaan aikaan, sillä ympäristöön sitoutumisen esiintuominen voi vähentää negatiivisista asioista kumpuavaa kritiikkiä. Tyypillistä välttelystrategialle ovat myös informaation salaaminen ja pidättäytyminen keskustelusta, joka liittyy legitimaatiota uhkaaviin aiheisiin. Yritys ei myöskään julkaise mitään negatiivista liittyen mahdolliseen ympäristöonnettomuuteen ja yrittää näin ollen minimoida yhteyttä kriisiin ja organisaation itsensä välillä. Vastuuvapausstrategia puolestaan tarkoittaa sitä, että yritys kieltää olevansa vastuussa ympäristölle vahingollisista tapahtumista tai muista kysymyksistä. Yritys saattaa myös julkaista informaatiota, jossa se kieltää koko kriisin olemassaolon. Tämä taktiikka voidaan liittää esimerkiksi taloudellisten ongelmien kieltämiseen. (Cho 2009.)

Välttely- ja vastuuvapausstrategioiden käyttö ovat yleensä seurausta esimerkiksi ympäristöä vahingoittaneesta onnettomuudesta tai organisaation toiminnan aiheuttamista negatiivisista vaikutuksista. Imagon kohottamisstrategian käyttö on oletettavasti yleisempää, sillä se on tehokas keino vaikuttaa sidosryhmien mielipiteisiin. Organisaatio voi pyrkiä kohottamaan imagoaan myös muina aikoina kuin negatiivisten tapahtumien seurauksena.

4.2 Proaktiiviseen legitimointiin liittyvät strategiat

Edellä kuvatut legitimointistrategiat voivat olla luonteeltaan joko proaktiivisia tai reaktiivisia. Tutkittaessa kuntasektoria on kuitenkin mielekkäämpää keskittyä legitimointistrategioihin, joilla pyritään ylläpitämään tai laajentamaan legitimitteettiä. Kunnat itsessään eivät toimi ympäristöä kuormittavalla alalla eivätkä yleensä joudu varsinaista kriisinhallintaa vaativiin tilanteisiin, joissa vaaditaan reaktiivisia legitimointikeinoja. Näin ollen, on syytä kiinnittää huomiota proaktiivisiin strategioihin, joiden käyttöön ei välttämättä liity kriisitilannetta.

Hahn ja Lülfs (2014) kokoavat yhteen eri tutkijoiden määrittelemiä legitimaation säilyttämiseen liittyviä strategioita. Vaikka Hahn ja Lülfs keskittyvät kuvaamaan erityisesti negatiivisten tapahtumien legitimointiin käytettyjä strategioita, niin monet näistä strategioista soveltuvat myös legitimaation kasvattamiseen yleisesti. Organisaatio voi käyttää raportoinnissaan esimerkiksi Merkl-Daviesin ja Brennanin (2007) peittelystrategiaa, jolloin negatiivista informaatiota monimutkaistetaan tarkoituksellisesti käyttämällä vaikeasti ymmärrettävää kieltä. Peittely voi ilmetä myös positiivisten asioiden korostamisena ja informaation esittämisenä mahdollisimman miellyttävässä muodossa. Attribuutiostrategian mukaan taas toiminnan positiiviset seuraukset liitetään organisaation sisäisiin tekijöihin, mutta negatiiviset seuraukset johtuvat organisaation ulkopuolisista tekijöistä (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Näin ollen onnistumisista otetaan suurempi vastuu kuin epäonnistumisista.

Hahn ja Lülfs (2014) viittavat myös Lindblomin [1994] kehittämiin legitimoitustrategioihin, joita voidaan käyttää proaktiivisesti legitimoimaan yrityksen toimintaa. Ensimmäinen näistä strategioista on muutoksen kommunikointi, jolloin organisaatio muokkaa toimintaansa ja kommunikoi tehdyistä muutoksista raporteissaan. Toinen strategia on käsitysten muuttaminen. Tällöin organisaatio pyrkii osoittamaan toimintansa tarkoituksenmukaisuuden muuttamatta kuitenkaan toimintaansa. Organisaatio voi myös assosioitua symboleihin eli manipuloida sidosryhmien näkemyksiä yhdistämällä toimintansa suuren legitimitetin omaaviin symboleihin. Neljännen strategian mukaan organisaatio voi pyrkiä muokkaamaan ulkopuolisia odotuksia tiedottamisen ja valistamisen kautta.

Edellä esiteltyt legitimoitustrategiat ovat Hahnin ja Lülfsin (2014) näkemys siitä, mitkä strategiat ovat luonteeltaan proaktiivisia. Ei kuitenkaan voida yksiselitteisesti määrittää mitä strategioita voidaan käyttää proaktiivisesti ja mitä reaktiivisesti. Monet legitimoitustrategiat sopivat käytettäväksi sekä osana kriisinhallintaa että tavanomaisemmissa olosuhteissa.

4.3 Visuaalinen legitimointi

Näköaistin on todettu olevan ihmisen hallitsevin aisti (Cho, Michelon & Patten, 2012 [Ackerman 1991]), joten erilaisten kuvien ja graafien käytön ajatellaan olevan tehokas kommunikointikeino (Hrasky 2012; Cho, Michelon & Patten, 2012). Tehokkuus perustuu kuvien ja graafien taipumukseen herättää lukijan huomio, sillä lukija kiinnittää ensimmäisenä huomionsa visuaalisiin asioihin ja keskittyy vasta sen jälkeen tekstiosioihin. Graafeja käytetään kommunikoinnin apuna usein myös selventämään numeerisesta aineistosta saatuja tietoja ja graafiset kuvat jäävät taulukoitua tai kuvailevaa tietoa helpommin mieleen. (Hrasky 2012.)

Visuaalisen kommunikoinnin tehokkuuden vuoksi yritykset käyttävät sekä valokuvia että graafeja raportoinnissaan hallitakseen ja luodakseen mielikuvia ja käsityksiä yrityksestä itsestään tai raporttoimistaan teemoista. Organisaatiot voivat käyttää visuaalista kommunikointia vahvistaakseen haluamaansa sanomaa ja pyrkiäkseen legitimoimaan toimiaan. Näin ollen visuaalisten keinojen käyttöä voidaan mahdollisesti selittää legitimaatioteorian avulla. (Hrasky 2012; Cho, Michelon & Patten, 2012.)

Legitimaatioteorian mukaan organisaatiot pyrkivät usein esittämään itsensä positiivisessa valossa. Tällaista menettelyä voidaan havaita myös käytettäessä visuaalisia raportointikeinoja. Cho, Michelon ja Patten (2012) esittävät, että suuri osa yritysten käyttämistä graafeista kuvaa positiivista kehitystä tai jos graafissa on vääristymiä, kuten poikkeavan skaalan käyttö, vääristyneen graafin käytön tarkoitus on aiheuttaa todellisuutta positiivisempi mielikuva graafin kuvaa-masta asiasta. Yritys voi siis pyrkiä esittämään toimintansa positiivisessa valossa valitsemalla tarkoituksella raporttiinsa positiiviseen suoriutumiseen liittyviä graafeja.

Kim, Bach ja Clelland [2007] erottavat kaksi legitimointistrategioihin liittyvää lähestymistapaa (Hrasky 2012). Ensimmäinen näkemys on, että yritysten toiminnastaan levittämisen tiedon tarkoitus on osoittaa toiminnan olevan vastuullisuuskäsitysten ja yhteiskunnan odotuksien mukaista. Tämä lähestymistapa liittyy Hraskyn (2012) mukaan moraaliseen legitimaatioon, jota yritys voi tavoitella vain jos sen toiminta todella on vastuullista. Toisen näkemyksen mukaan legitimointipyrkimykset voivat pohjautua symboliseen lähestymistapaan, jolloin lausunnoilla yritetään luoda mielikuva vastuullisuudesta, vaikka tosiasiallisesti yrityksen toimet eivät vastaa annettua kuvausta. Symbolinen strategia liittyy pragmaattisen legitimaation tavoittelemiseen, jolloin väitteet vastuullisuudesta eivät pohjautu tosiasiallisiin tekoihin vaan väitteiden ensisijainen tarkoitus on synnyttää positiivinen kuva yrityksen toiminnasta. Valokuvia ja graafeja voidaan käyttää molempien strategioiden tukena, mutta käytön laajuus riippuu pitkälti siitä kumpaa lähestymistapaa yritys noudattaa.

Kvalitatiiviset julkaisut ovat yleensä yhteydessä pragmaattiseen legitimaatioon liittyvään symboliseen strategiaan kun taas kvantitatiivisella tiedolla pyritään tyypillisesti osoittamaan väitteiden paikkansa pitävyyttä. Vastuulliset yritykset raportoivat usein todellisuuteen perustuvista saavutuksista, kuten pienentyneestä hiilijalanjäljestä tai kierrättämisen lisääntymisestä. Tällaiset tiedot ovat luonteeltaan kvantitatiivisia ja ovat näin ollen esitettävissä graafien muodossa. Graafit pohjautuvat aina kvantitatiiviseen tietoon, joten graafien käyttö raportoinnissa indikoi moraalisen legitimaation tavoittelua, jolloin kuvatut toiminnot perustuvat aidosti vastuulliseen toimintaan. Kvantitatiivisen tiedon esittäminen helposti ymmärrettävien graafien muodossa voi auttaa vahvistamaan käsitystä yrityksestä legitimiinä toimijana. (Hrasky 2012.)

Jos yritys tavoittelee pragmaattista legitimaatiota, raportoinnissa korostuu kvantitatiivisen tiedon esittämisen sijaan symboliseen strategiaan liittyvä kvalitatiivinen esitystapa. Näin ollen graafien sijasta käytetään enemmän valokuvia, joilla voidaan luoda positiivinen mielikuva yrityksestä esittämättä konkreettista vastuullisuuteen liittyvää tietoa. Kuvien avulla yritys voi antaa ymmärtää toimivansa vastuullisesti eikä niillä välttämättä ole yhteyttä yrityksen todellisiin toimintatapoihin. Yleistyksenä voidaan sanoa, että mitä vastuullisempi yritys on sitä enemmän se käyttää raportoinnissaan graafeja, jotka heijastavat valokuvia todennäköisemmin todellista toimintaa. Yritykset, jotka taas eivät täytä yhteiskunnan odotuksia vastuullisuuteen liittyen käyttävät enemmän valokuvia positiivisten mielikuvien luomiseen. (Hrasky 2012.)

Valokuvien käyttö raportoinnissa voi kuitenkin olla osa sekä pragmaattiseen että moraaliseen legitimaatioon liittyvää strategiaa riippuen valokuvien sisällöstä ja kuvien käytön laajuudesta. Jos valokuvat ovat luonteeltaan yleisluontoisia eikä niiden ja yrityksen toiminnan välillä ole havaittavissa suoraa yhteyttä, niin kuvien käytön voidaan ajatella olevan symbolista, jolloin tarkoitus on vaikuttaa lukijalle syntyviin mielikuviin yrityksestä. Tällaisia kuvia voivat olla esimerkiksi kuvat iloisista ihmisistä tai kauniista luonnonmaisemasta. Valokuvilla voidaan tehokkaasti luoda mielikuva vastuullisesta yrityksestä ja samalla oh-

jata huomiota pois negatiivisista asioista. Moraaliseen legitimaatioon liittyvät kuvat taas on selvästi yhdistettävissä yrityksen toimiin ja ne kuvaavat yksityiskohdaisemmin ympäristöhallintaan ja vastuullisuuteen liittyviä asioita. Tämän strategian mukaiset teemat voivat liittyä esimerkiksi kierrätykseen tai uusiutuvan energian käyttöön. Kuvien tarkoitus on mielikuvien luomisen sijaan pikemminkin yrityksen todellisen toiminnan ja saavutusten korostaminen. Valokuvat ovat siis tehokas keino kiinnittää lukijan huomio yrityksen haluamiin asioihin, jolloin valokuvien käyttö voi tukea graafien käyttöä moraalista legitimaatiota tavoiteltaessa. Vastuullisten yritysten oletetaan graafien lisäksi käyttävän jonkin verran valokuvia osana visuaalista raportointiaan. (Hrasky 2012.)

Vaikka graafien ajatellaan kuvaavan kvantitatiivisen luonteensa vuoksi todellista toimintaa, voidaan niitä silti käyttää myös symbolisen strategian tukena. Hraskyn (2012) mukaan symbolista strategiaa noudattavat yritykset voivat käyttää raporteissaan graafeja, jotka ovat esteettisesti miellyttäviä, mutta jotka eivät ilmennä kuvattavaa asiaa tarkimmalla mahdollisella tavalla. Cho, Michelin ja Patten (2012) esittävät, että yritykset voivat myös tuoda esille positiivisia saavutuksiaan graafeilla ja ohjata huomiota pois negatiivisista aspekteista. On mahdollista, että ainoastaan positiivinen kehitys kuvataan graafien avulla ja negatiivisesta kehityksestä saatetaan mainita vain tekstin seassa, jolloin positiivisille asioille asetetaan enemmän painoarvoa. Graafeja saatetaan myös muokata antamaan todellisuutta positiivisempi kuva vääristelemällä esimerkiksi graafin asteikkoja tai mittasuhteita. Näin positiivisia trendejä pystytään liioittelemaan ja negatiivisten trendien merkitystä vähättelemään. Pelkästään positiivista kehitystä kuvaavien graafien esittämisestä ei kuitenkaan voida yksiselitteisesti tehdä johtopäätöstä symbolisen strategian käytöstä ja vastuullisuuden noudattamatta jättämisestä. On myös mahdollista, että yritys todella on parantanut suoriutumistaan ja positiiviset tulokset ovat osoitus kehityksestä.

5 TUTKIMUSMENETELMÄT JA -AINEISTO

5.1 Menetelmät

Tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen vertailututkimus ja aineiston analysointimenetelmäksi on valittu laadullinen sisällönanalyysi. Menetelmä sopii tutkimukseen hyvin, sillä sisällönanalyysiin liittyvän aineiston teemoittelun avulla saadaan eriteltyä raporteissa käytettyjä legitimointistrategioita ja vertailtua niitä toisiinsa. Laadullisen sisällönanalyysin avulla voidaan systemaattisesti kuvata aineiston merkitystä tietyistä näkökulmista, jonka tutkimuskysymykset määrittävät (Schreier 2012, 3-4). Aineiston luonteen vuoksi on mielekästä käyttää laadullista menetelmää, sillä merkitysten etsiminen raporteista vaatii tulkintaa siitä minkälaiset ilmaisut kuvaavat tarkasteltavia näkökulmia.

Analyysi toteutetaan deduktiivisesti eli teorialähtöisesti. Aineiston analyysi luokitellaan aikaisemman viitekehyksen perusteella ja aineistosta etsitään valmiiksi määriteltyjen teemojen mukaisia asioita. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 113; Schreier 2012, 60.) Tässä tutkimuksessa aineiston analyysi perustuu aiemmissä tutkimuksissa määriteltyihin legitimointistrategioihin, joita voidaan ajatella käytettävän proaktiivisesti legitimaation ylläpitämiseen tai laajentamiseen.

Sisällönanalyysin tueksi on kehitetty taulukon 1 mukainen analyysirunko, joka kuvaa proaktiivisia legitimointistrategioita. Analyysirunko on strukturoitu eli aineistosta kerätään ainoastaan analyysirunkoon sopivia asioita (Tuomi & Sarajärvi, 2009, 113). Analyysirunko koostuu pääkategorioista ja alakategorioista. Pääkategorioita tarkentavat alakategoriat jakautuvat edelleen omiin alakategorioihinsa, joiden avulla aineistosta pystytään tarkemmin kartoittamaan haluttuja asioita. Proaktiivisia legitimointistrategioita kuvaavat pääkategoriat ovat semanttiset eli merkitysopilliset strategiat sekä visuaaliset strategiat. Aineistosta pyritään tunnistamaan ilmauksia, jotka vastaavat merkitykseltään semanttisten strategioiden alakategorioita ja joilla pyritään osoittamaan toiminnassa tehdyt muutokset tai muokkaamaan sidosryhmien mielikuvia. Visuaalisia strategioita tutkimalla pyritään selvittämään käytetäänkö graafeja ja valokuvia raporteissa legitimoititarkoitukseen. Analyysissä on mukana strategioita, joita voidaan käyttää sekä proaktiivisesti että reaktiivisesti. Monet strategioista sopivat sekä kriisinhallintaan että yleiseen legitimaatiotason ylläpitämiseen. Kaikille strategioille yhteistä on positiivisen vaikutelman vahvistaminen ja negatiivisten mielikuvien minimoiminen.

Aineistosta etsitään systemaattisesti jokaista taulukossa 1 esiintyvää strategiaa kuvaavia lauseita ja ilmauksia sekä valokuvia erikseen. Kun jokaista strategiaa ilmentävät lauseet ja valokuvat on tunnistettu, lasketaan niiden määrä yhteen. Tämän jälkeen tulokset taulukoidaan, jolloin nähdään kootusti eri strategioiden käytön laajuus vuosittain. Ympäristöraporttien pituudet vaihtelevat kaupungeittain ja vuosittain suurestikin, joten legitimointistrategioiden mukaisten

lausuntojen ja kuvien määrä suhteutetaan raporttien sivumääriin. Suhteuttamalla lausuntojen määrä raporttien pituuteen, pystytään paremmin vertailemaan strategioiden käyttöä eri vuosina ja kaupunkien välillä.

TAULUKKO 1 Proaktiiviset legitimointistrategiat

Semanttiset strategiat	Toiminnan muuttaminen	Tapahtuneet muutokset
		Suunnitellut muutokset
	Mielikuvien muokkaaminen	Symboleihin identifiointi
		Itsensä korostaminen
		Peittely
		Näkemyksen ja odotusten muuttaminen
		Korjaavat toimenpiteet
Visuaaliset strategiat	Graafinen esitys	Positiivinen trendi
		Negatiivinen trendi
		Neutraali
	Valokuvien käyttö	Toimintaa kuvaava
		Ei toimintaa kuvaava

5.1.1 Semanttiset strategiat

Semanttiset legitimointistrategiat on jaettu toiminnan muuttamista ja mielikuvien muokkaamista tarkasteleviin alakategorioihin. Toiminnan muuttaminen perustuu Dowlingin ja Pfefferin (1975) näkemykseen toiminnan sopeuttamisesta olemassa olevien legitimaatiokäsitysten mukaiseksi, Lindblomin [1994] esittämään muutoksista kommunikointiin (Hahn & Lülfs, 2014) sekä Hahnin ja Lülfsin (2014) tunnistamaan strategiaan korjaavien toimenpiteiden esittämisestä konkreettisella tavalla. Toiminnan muuttaminen jakautuu edelleen raportointiin jo tapahtuneista ja vasta suunnitteilla olevista muutoksista. Yhteistä toiminnan muuttamiseen liittyvillä lausunnoilla on, että muutoksia kuvataan konkreettisilla esimerkeillä, prosessien täsmällisillä kuvauksilla tai tarkoilla numeerisilla arvoilla. Tämä strategia perustuu konkretiaan ja sen voidaan ajatella ilmentävän todellista toiminnan kehittämistä, josta kommunikointi vahvistaa organisaation legitimitettä.

Toiminnan muuttamista koskevaa strategiaa tarkasteltaessa huomioon otetaan lausunnot organisaation aktiivisista toimista, mutta ei passiivissa esitettyjä esimerkkejä siitä kuinka jokin asia on muuttunut. Jos organisaatio kuvailee passiivisesti käyttäen esimerkiksi päästöjen laskeneen x%, ei muutoksella katsota olevan yhteyttä organisaation tekemiin konkreettisiin toimiin päästöjen vähentämiseksi. Suunniteltuja muutoksia kuvaavia lausuntoja laskettaessa huomioidaan myös organisaation raportissaan kuvaamat konkreettiset tavoitteet tulevaisuudelle.

Mielikuvien muokkaamiseen perustuvat strategiat eroavat toiminnan muuttamisesta siten, että organisaatio voi julkaista vastuullisuudestaan lausuntoja, jotka eivät välttämättä pohjautu todelliseen toimintaan. Näiden lausuntojen tarkoitus on kasvattaa legitimaatiota symbolisin keinoin ja luoda positiivinen mielikuva organisaatiosta. Mielikuvien muokkaamiselle tyypillistä ovat epätarkat ja yleisluontoiset ilmaukset eikä väitteitä perustella konkreettisella faktatiedolla.

Mielikuvien muokkaaminen jakautuu viiteen alakategoriaan: symboleihin identifiointi, itsensä korostaminen, peittely, näkemysten ja odotusten muuttaminen, ja korjaavat toimenpiteet. Organisaatio voi tavoitella legitimaatiota identifioidulla itsensä yleisesti legitimeihin symboleihin, arvoihin ja instituutioihin (Dowling & Pfeffer, 1975; Lindblom [1994]; Cho 2009). Symboleihin identifiointia tarkastellaan laskemalla viittauksia lakeihin, määräyksiin ja standardeihin, legitimeihin auktoriteetteihin tai benchmarkkeihin sekä yhteistyöhön eri toimijoiden kanssa. Lisäksi lasketaan epätarkkoja ja yleisluontoisia eettisiä lausuntoja, jotka koskevat yleistä huolta ympäristöstä, vastuullisuutta ja sidosryhmien huomioonottamista.

Itsensä korostamisella tarkoitetaan legitimaation kasvattamista julkaisemalla itseä ylistäviä lausuntoja, jotka koskevat aikaisempia vastuullisuuteen liittyviä saavutuksia, suuria rahallisia investointeja ympäristönsuojeluun, ympäristöystävällistä mainetta ja ympäristönsuojeluun liittyviä innovaatioita. Korostamalla tällaisia asioita organisaatio voi pyrkiä kohentamaan imagoaan muuttamatta kuitenkaan käytäntöjään. (Cho 2009; O'Donovan 2002.) Investoinneista kertovissa lausunnoissa huomioidaan tekstin sävy. Taloudellisen informaation osioissa lueteltuja ympäristöinvestointeja ei lasketa osaksi itsensä korostamista, sen sijaan muualla raportissa selvästi korostetut rahalliset panostukset lasketaan osaksi kyseistä strategiaa.

Peittelystrategia käsittää negatiivisen informaation peittelyn tai vähättelyn ja positiivisen informaation korostamisen raportoinnissa. Negatiivista informaatiota voidaan tarkoituksella monimutkaistaa käyttämällä epäselvää tai harhaanjohtavaa kieltä. Organisaatio voi myös ottaa enemmän vastuuta onnistumisista kuin epäonnistumisista. Negatiiviset aspektit voidaan esimerkiksi yleistää koskemaan koko toimialaa, jolloin organisaatio ilmaisee olevansa vain osavastuullinen asiasta. Negatiivisia asioita voidaan myös vähätellä tai niihin voidaan viitata epämääräisesti. (Merkl-Davies & Brennan, 2007; Hahn & Lülfs, 2014.)

Näkemysten ja odotusten muuttamisella viitataan Lindblomin [1994] ajatukseen, jonka mukaan käsityksiä organisaation vastuullisuudesta voi pyrkiä muuttamaan perustelemalla menettelytapojen tarkoituksenmukaisuutta tekemättä muutoksia toimintaan. Yhteiskunnan odotuksiin voidaan vaikuttaa valistamalla ja tiedottamalla toiminnan vaikutuksista. (Hahn & Lülfs, 2014.) Tutkimuksessa ei oteta huomioon ulkopuolisten tekijöiden, kuten sään tai taloudellisen tilanteen, vaikutusta organisaation toimintaan. Huomioon otetaan sen sijaan ilmaukset, joilla kuvataan organisaation päätöksenteon tai omien aktiivisten menettelytapojen vaikutuksia.

Korjaavat toimenpiteet pitävät sisällään epätarkat lausunnot siitä, kuinka ongelmiin on puututtu tai aiotaan puuttua jatkossa tai kuinka ongelmat aiotaan välttää kokonaan. Ratkaisuja kuvaillaan epäselvillä ja ylimalkaisilla adjektiiveilla tai ilmauksilla. (Hahn & Lülfs, 2014.) Lisäksi tähän strategiaan kuuluvat lausunnot, joissa luvataan korjata ongelmat tai vakuutetaan, että negatiivisiin asioihin tullaan puuttumaan (Benoit 1997).

5.1.2 Visuaaliset strategiat

Taulukosta 1 on nähtävissä visuaalisten strategioiden jako graafiseen esitykseen ja valokuvien käyttöön. Tarkastelussa ovat mukana ympäristöraporteissa esiintyvät valokuvat ja graafit, jotka ovat esimerkiksi viiva-, pylväs- tai ympyräkaavion muodossa. Taulukoiden käyttöä ei ole otettu mukaan legitimointistrategioihin. Graafinen esitys on jaettu positiivista kehitystä ja negatiivista kehitystä kuvaaviin graafeihin. Tarkastelemalla positiivisen ja negatiivisen kehityksen graafien määriä, voidaan mahdollisesti päätellä käytetäänkö graafeja luomaan positiivista mielikuvaa organisaatiosta. Jos positiivista kehitystä kuvaavia graafeja on selvästi enemmän, on mahdollista että graafien käyttö tukee symbolista legitimointia. Positiivista ja negatiivista kehitystä kuvaavien graafien lisäksi huomioidaan myös niin kutsutut neutraalit graafit. Neutraaliin ryhmään kuuluvat graafit, joissa ei ole vertailutietoa edellisvuodelta, mitattu asia ei ole muuttunut edellisvuodesta tai kuvatun asian ei voida sanoa olevan positiivisen eikä negatiivisen kehityksen mukainen. Viimeisimpään voivat kuulua esimerkiksi vuosittain vaihtelevien ympäristöinvestointien määrää kuvaavat graafit, joista ei kuitenkaan yksiselitteisesti voida sanoa onko investointien määrä positiivinen vai negatiivinen asia.

Graafien kuvaaman asian kehityssuunta tulkitaan vertaamalla edellisvuoteen, ei kokonaiskehitykseen. Ilmiöiden kehityksessä voi esiintyä vaihtelua vuosittain, jolloin graafeista voi olla hankalaa tulkita onko kehitys positiivista vai negatiivista. Edellisvuoteen vertaaminen helpottaa tulkitsemista. Täytyy kuitenkin huomioida, että tämä saattaa vääristää tuloksia, jos jotkut graafit tulkitaan esimerkiksi positiivisiksi vaikka yleinen trendi olisi ollut negatiivinen.

Valokuvia tarkasteltaessa erotetaan toisistaan toimintaa heijastavat valokuvat ja valokuvat, joilla ei ole suoraa kytköstä organisaation toimintaan. Valokuvat jaotellaan näin, koska valokuvien määrä itsessään ei kerro onko kyseessä symbolinen legitimointistrategia vai keino ohjata huomiota tärkeisiin asioihin. Kuvien määrien suhde kertoo Hraskyn (2012) mukaan sen, käytetäänkö valokuvia ensisijaisesti keinona kiinnittää lukijan huomio todenmukaisesti saavutuksiin vai vastuullisen mielikuvan luomiseen, joka ei välttämättä perustu todellisuuteen.

Toimintaa heijastaviin valokuviin lasketaan kuvat, jotka ilmentävät konkreettisia toimenpiteitä tai joilla on selkeä yhteys tekstissä raportoituihin asioihin. Myös esimerkiksi haastateltujen henkilöiden tai avainasemassa olevien henkilöiden kuvat lasketaan toimintaa ilmentäviin kuviin. Tällainen voi olla esimerkiksi kaupunginjohtajan kuva, joka on yhdistetty kaupunginjohtajan kirjoittamaan katsaukseen raportin teemoista.

Valokuviin, jotka eivät ilmennä organisaation toimintaa, lasketaan esimerkiksi kuvat maisemista tai iloisista ihmisistä. Kyseiset valokuvat eivät kuvaa organisaation konkreettisia toimia eikä niillä ole suoraa liityntäkohtaa raportoituihin asioihin. Valokuvat, joilla ei tulkita olevan suoraa yhteyttä organisaation toimintaan voivat kuitenkin myös ilmentää konkreettisia toimia. Kuvissa voi olla esimerkiksi rakennustyömiehiä töissään, mutta jos kuvalla ei ole selvää liityntäkohtaa tekstissä mainittuihin asioihin, kuva lasketaan toimintaan liittymättömäksi. Valokuvia laskettaessa ei huomioida karttakuvia tai piirrettyjä kuvia.

Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan käyttävätkö kunnat suhteessa enemmän graafista esitystapaa vai valokuvia. Jos graafien käyttö on selvästi suositumpaa kuin valokuvien käyttö, voidaan tämän ajatella kertovan aidosti vastuullisesta toiminnasta, jota perustellaan konkreettisella informaatiolla. Jos taas valokuvia käytetään selvästi graafeja enemmän, on tämä mahdollisesti merkki pyrkimyksestä luoda mielikuva legitiimistä toiminnasta, joka ei välttämättä perustu todellisuuteen.

5.2 Aineisto

Aineistoksi tähän tutkimukseen on valittu Suomen suurimpien kaupunkien ympäristöraportointiin ja kestävän kehityksen raportointiin liittyviä julkaisuja. Julkaisuihin kuuluu kaupunkien ympäristöraportteja, ympäristötilinpäätöksiä ja kestävän kehityksen seurantaraportteja. Suomen asukasluvultaan suurimmat kaupungit järjestyksessä suurimmasta pienimpään olivat vuoden 2014 lopussa: Helsinki, Espoo, Tampere, Vantaa, Oulu ja Turku (Väestörekisterikeskus 2014). Kaupunkeja kutsutaan yleisesti kuutoskaupungeiksi. Tutkimuksen aineistoon on otettu mukaan viiden suurimman kaupungin ympäristönhallintaan liittyviä raportteja, sillä Turun kaupungin osalta ei ole saatavilla tarpeeksi raportteja tarkasteluajankohdalta.

Aineistovalintaan johtavia seikkoja olivat mm. raporttien hyvä saatavuus, kaupunkien kattava raportointi ympäristöön liittyen sekä kaupunkien vertailukelpoisuus. Raporttien vertailukelpoisuutta parantaa se, että kuutoskaupungit ovat tehneet yhteistyötä kestävän kehityksen raportoinnin yhtenäistämiseksi ja kehittäneet aiheeseen liittyviä indikaattoreita. Kehitettyihin indikaattoreihin liittyen on tehty kaksi julkaisua, joihin on koottu yhteiset indikaattorit ajanjaksoille 2004–2006 ja 2006–2010. (Kuutoskaupunkien kestävän kehityksen indikaattorit 2004–2006, 2008; Kuutoskaupunkien ekologisen kestävyuden indikaattorit 2006–2010, 2012.) Lisäksi, yritysten kohdalla on tutkittu, että isommat yritykset raportoivat ympäristönhallinnastaan todennäköisesti enemmän ja laajemmin kuin pienet yritykset, johtuen suuremmasta näkyvyydestään ja koska niihin kohdistuu enemmän paineita (Amran & Ooi, 2014, 39). Näkyvyyden ja paineiden vuoksi voidaan olettaa, että suurilla yrityksillä on myös suurempi tarve käyttää legitimoitustrategioita raportoinnissaan. On todennäköistä, että sama periaate koon

vaikutuksesta raportointiin pätee yritysten ohella myös kuntasektorilla. Näin ollen, on tutkimuksen tulosten mielenkiintoisuutta ajatellen perusteltua valita tarkastelun kohteeksi suurien kaupunkien ympäristöraportteja.

Huolimatta siitä, että kuutoskaupungit ovat pyrkineet yhtenäistämään raportointikäytäntöjään, voidaan silti havaita eroja esimerkiksi raporttien julkaisuaktiivisuudessa. Taulukossa 2 on esitetty kuutoskaupunkien julkaisemat ympäristöraportit vuosittain. Jotta aineisto olisi mahdollisimman yhtenäinen ja vertailukelpoinen, on tutkimuksen kannalta olennaista valita tarkasteluun samaan aikaan julkaistuja raportteja jokaiselta kaupungilta. Raportteja valitaan melko pitkältä aikaväliltä, jotta voidaan tutkia raportoinnin kehitystä ja muutoksia legitimoitistратегияissa. Raportteja ei ole kuitenkaan mielekästä valita jokaiselta vuodelta, jotta aineiston koko pysyy järkevänä suhteessa tutkimuksen luonteeseen.

TAULUKKO 2 Kuutoskuntien julkaisemat ympäristöraportit vuosittain

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Helsinki	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Espoo				x		x		x		x			x
Tampere						x		x		x	x	x	x
Vantaa							x	x	x	x	x	x	x
Oulu				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Turku	x	x	x	x	x	x	x	x					

Koska julkaisuaktiivisuudessa on eroja kaupunkien välillä, on tarkasteluun valittu mahdollisimman kattavan aineiston saamiseksi seuraavat ympäristöraportit:

Helsinki: 2006, 2008, 2010, 2013

Espoo: 2006, 2008, 2010, 2013

Tampere: 2006, 2008, 2010, 2013

Vantaa: 2008, 2010, 2013

Oulu: 2006, 2008, 2010, 2013

Turun kaupunki on muuttanut raportointikäytäntöjään eikä ole vuoden 2008 jälkeen julkaissut kestävän kehityksen raporttejaan samassa muodossa kuin aiemmin. Turun kaupunki ei voisi toimia vertailukohtana muille kaupungeille kuin vuosien 2006 ja 2008 osalta, joten kaupunki rajataan tutkimuksen aineistosta pois. Vantaan kaupungilta ei löydy raporttia vuodelta 2006, mutta koska muilta vuosilta raportteja löytyy sen verran, että Vantaata voidaan verrata muihin kaupunkeihin ja myös muutosta on mahdollista tutkia, sisältyvät kaupungin raportit aineistoon vuosilta 2008, 2010 ja 2013. Näin ollen, tutkimus keskittyy siis Suomen viiden suurimman kaupungin ympäristöraportointikäytäntöihin aikavälillä 2006–2013.

5.2.1 Helsinki

Helsingin kaupungin osalta aineistona toimivat seuraavat raportit:

Helsingin kaupungin ympäristöraportin tiivistelmä 2006
Helsingin kaupungin ympäristöraportin tiivistelmä 2008
Helsingin kaupungin ympäristöraportin tiivistelmä 2010
Helsingin kaupungin ympäristöraportti 2013

Vuosilta 2006, 2008 ja 2010 on Helsingin kaupungin kotisivuilta saatavilla tiivistelmät kyseisten vuosien ympäristöraporteista. Aineiston osaksi olisi mahdollista sisällyttää myös vuosien 2006 ja 2008 ympäristöraportit kokonaisuudessaan, mutta kyseisten raporttien pelkistetyn ulkoasun vuoksi voidaan olettaa, että niitä ei ensisijaisesti ole suunnattu kaupungin sidosryhmille. Tiivistelmät sen sijaan ovat vuoden 2013 raportin tapaan melko visuaalisia ja tutkimalla tiivistelmiä parannetaan myös raporttien vertailukelpoisuutta Helsingin osalta. Tutkimuksen tarkastelukohteena on legitimointi, joka liittyy vahvasti sidosryhmien odotusten täyttämiseen. Näin ollen on tutkimuksen kannalta perusteltua käyttää ympäristöraporttien tiivistelmiä, jotka on selvästi suunnattu sidosryhmille eikä tarvetta omaan käyttöön tarkoitettujen laajempien raporttien tutkimiseen ole.

5.2.2 Espoo

Seuraavat Espoon kaupungin ympäristölautakunnan julkaisemat raportit sisällytetään osaksi tutkimuksen aineistoa:

Espoon kaupungin ympäristöraportti 2006
Espoon kaupungin ympäristöraportti 2008
Espoon kaupungin ympäristöraportti 2010
Espoon kaupungin ympäristöraportti 2013

Espoon kaupungin raportointikäytännöissä ei ole havaittavissa eroja tarkasteluajankohtana. Raporttien rakenne noudattaa joka vuosi lähes samaa kaavaa ja myös visuaalinen ilme on pysynyt raporteissa yhteneväisenä.

5.2.3 Tampere

Tampereen kaupungin osalta tutkimusaineistoon sisältyvät seuraavat julkaisut:

Tampereen kaupungin kestävän kehityksen raportti 2006
Tampereen kaupungin kestävän kehityksen raportti 2008
Tampereen kaupungin kestävän kehityksen raportti 2010
Kestävän kehityksen indikaattorit 2013

Tampereen kaupunki on vuodesta 2010 alkaen julkaissut kestävään kehitykseen liittyvät indikaattoritiedot diaesityksen muodossa. Vaikka raporttien ulkoasu on

muuttunut, ovat raportit pysyneet sisällöllisesti melko samanlaisina. Kestävän kehityksen indikaattoritietojen lisäksi vuodelta 2013 on saatavilla erillinen raportti, jossa esitellään Tampereen kaupungin ympäristötilinpäätös. Tutkimuksen aineiston osana käytetään kuitenkin vuoden 2013 osalta vain kestävän kehityksen indikaattorit 2013 –diaesitystä, koska se on sisällöltään samankaltainen kuin aiempien vuosien raportit ja näin ollen vertailukelpoisempi muiden raporttien kanssa.

5.2.4 Vantaa

Vantaan kaupunki on julkaissut seuraavat raportit, joita käytetään osana tutkimuksen aineistoa:

Vantaan kestävän kehityksen raportti 2008
 Vantaan ympäristöraportti 2010–2011
 Vantaan ympäristöraportti 2013

Vuodelta 2006 ei ole saatavilla Vantaan kaupungin laatimaa ympäristö- tai kestävän kehityksen raporttia, joten Vantaan osalta aineistona toimivat kolmen muun tarkasteluvuoden raportit. Vuodesta 2010 ei ole tehty erillistä ympäristöraporttia, vaan raportti sisältää tiedot sekä vuodelta 2010 että 2011. Tarkasteltavat raportit ovat sisällöltään melko samankaltaisia, mutta vuoden 2008 kestävän kehityksen raportti sisältää muista poiketen myös sosiaalisen kestävyuden osaluheen. Kaksi muuta raporttia keskittyvät lähinnä ympäristönäkökulmaan ja ympäristön kannalta oleellisiin taloudellisiin asioihin, mutta sosiaalinen näkökulma on rajattu näistä raporteista pois. Muutos raporttien nimissä kertoo tästä sisällöllisestä rajauksesta.

5.2.5 Oulu

Oulun osalta aineistona toimivat seuraavat Oulun kaupungin ja Oulun seudun ympäristötoimen julkaisut:

Kestävän kehityksen seurantaraportti 2006
 Kestävän kehityksen seurantaraportti 2008
 Ympäristötilinpäätös 2010
 Ympäristötilinpäätös 2013

Oulun kaupunki on vuonna 2010 siirtynyt vuosittaisten kestävän kehityksen seurantaraporttien julkaisemisesta ympäristötilinpäätösten julkaisemiseen. Sisällöllisesti ympäristötilinpäätökset eroavat aiemmista raporteista esimerkiksi niin, että ilmastoasioiden painoarvoa on lisätty ja sosiaalisen kestävyuden tunnusluvut on jätetty uusista raporteista pois (Oulun kaupunki, 2011).

6 TULOKSET

6.1 Helsinki

Taulukossa 3 on eritelty Helsingin ympäristöraporteissaan käyttämien legitimoitustrategioiden määrät. Määrät on suhteutettu raporttien sivumääriin eri vuosien, ja toisaalta myös kaupunkien välisen, vertailun helpottamiseksi. Taulukossa 3 on lueteltu erikseen toiminnan muuttamiseen ja mielikuvien muokkaamiseen liittyvien semanttisten strategioiden käyttö vuosittain. Lisäksi visuaalisiin strategioihin liittyen on taulukoitu erityyppisten graafien ja valokuvien käytön laajuus ja niiden suhde toisiinsa.

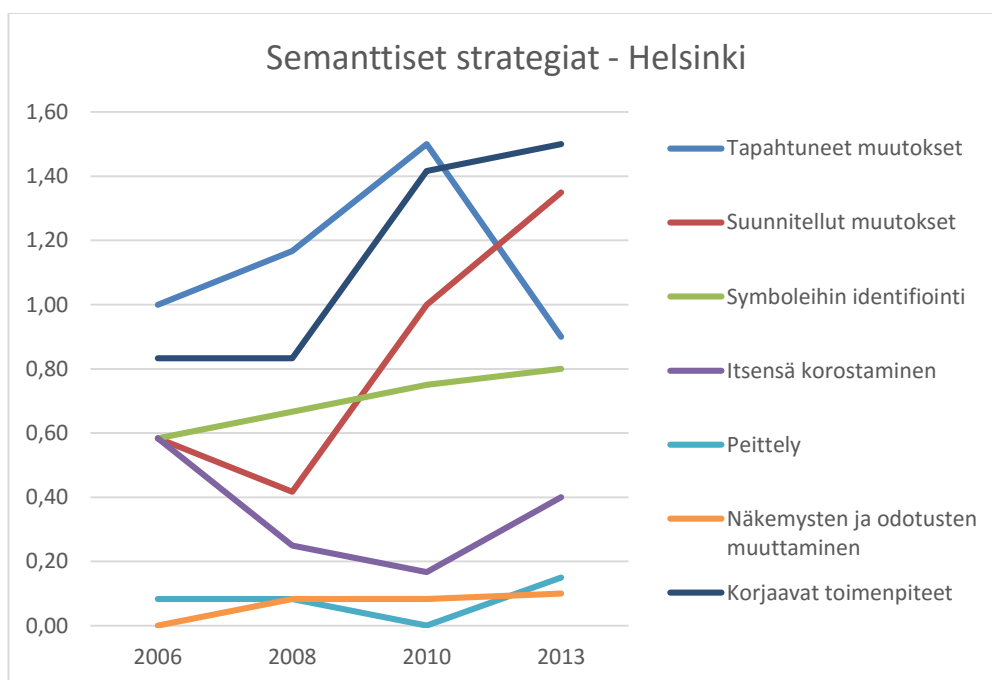
TAULUKKO 3 Legitimointistrategioiden käyttö - Helsinki

	2006	2008	2010	2013	Yhteensä
Semanttiset strategiat					
<i>Toiminnan muuttaminen</i>					
Tapahtuneet muutokset	1,00	1,17	1,50	0,90	4,57
Suunnitellut muutokset	0,58	0,42	1,00	1,35	3,35
Yhteensä	1,58	1,58	2,50	2,25	7,92
<i>Mielikuvien muokkaaminen</i>					
Symboleihin identifiointi	0,58	0,67	0,75	0,80	2,80
Itsensä korostaminen	0,58	0,25	0,17	0,40	1,40
Peittely	0,08	0,08	0,00	0,15	0,32
Näkemyksen ja odotusten muuttaminen	0,00	0,08	0,08	0,10	0,27
Korjaavat toimenpiteet	0,83	0,83	1,42	1,50	4,58
Yhteensä	2,08	1,92	2,42	2,95	9,37
Semanttiset strategiat yhteensä	3,67	3,50	4,92	5,20	17,28
Visuaaliset strategiat					
<i>Graafinen esitys</i>					
Positiivinen trendi	0,08	0,42	0,33	0,15	0,98
Negatiivinen trendi	0,33	0,08	0,17	0,10	0,68
Neutraali	0,25	0,25	0,25	0,25	1,00
Yhteensä	0,67	0,75	0,75	0,50	2,67
Positiivinen trendi %	13 %	56 %	44 %	30 %	37 %
Negatiivinen trendi %	50 %	11 %	22 %	20 %	26 %

Neutraali %	38 %	33 %	33 %	50 %	38 %
<i>Valokuvien käyttö</i>					
Toimintaa kuvaava	0,08	0,17	0,17	0,15	0,57
Ei toimintaa kuvaava	0,92	0,50	0,33	0,65	2,40
Yhteensä	1,00	0,67	0,50	0,80	2,97
Toimintaa kuvaava %	8 %	25 %	33 %	19 %	19 %
Ei toimintaa kuvaava %	92 %	75 %	67 %	81 %	81 %
Visuaaliset yhteensä	1,67	1,42	1,25	1,30	5,63
Graafinen esitys %	40 %	53 %	60 %	38 %	47 %
Valokuvien käyttö %	60 %	47 %	40 %	62 %	53 %

6.1.1 Semanttisten strategioiden käyttö Helsingin raporteissa

Kuvio 1 havainnollistaa semanttisten strategioiden käytön kehitystä Helsingin ympäristöraporteissa vuodesta 2006 vuoteen 2013.



KUVIO 1 Semanttisten strategioiden käyttö - Helsinki

Eri strategioiden käytöstä kertovasta kuvaajasta (kuvio 1) voi havaita, että suurinta osaa strategioita on käytetty vaihtelevasti eri vuosina. Näkemysten ja odotusten muuttaminen sekä peittely ovat pysyneet melko samalla tasolla vuodesta toiseen, mutta muiden strategioiden käytössä ilmenee vaihtelua. Poikkeuksena

tähän on symboleihin identifiointi, jonka käyttö on kasvanut tasaisesti vuodesta 2006 vuoteen 2013. Kuvaajasta voi myös huomata, että kaikkien muutoksen kommunikointiin liittyvien strategioiden, eli tapahtuneiden muutosten, suunniteltujen muutosten ja korjaavien toimenpiteiden, käyttö lisääntyi merkittävästi vuonna 2010. Vuonna 2013 korjaavia toimenpiteitä ja suunniteltuja muutoksia kuvaavat strategiat lisääntyivät jälleen selvästi. Tätä selittää osittain uutena ympäristöraporttiin lisätyt niin sanotut infolaatikot, joissa kuvataan ympäristöpoliittisia vuosiin 2020 ja 2050 mennessä toteutettavia tavoitteita. Tavoitteita on kirjattu sekä konkreettisin esimerkein että epämääräisimmin ilmauksin. Kaiken kaikkiaan sekä toiminnan muuttamiseen että mielikuvien muokkaamiseen liittyvien legitimointistrategioiden käyttö on lisääntynyt 42 prosenttia tarkasteluajan jaksona Helsingin ympäristöraportoinnissa.

Taulukko 4 kuvaa jokaisen legitimointistrategian käytön laajuutta suhteessa kaikkien strategioiden käytön yhteismäärään. Legitimointistrategiat on järjestetty eniten käytetystä vähiten käytettyyn.

TAULUKKO 4 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Helsinki

Korjaavat toimenpiteet	27 %
Tapahtuneet muutokset	26 %
Suunnitellut muutokset	19 %
Symboleihin identifiointi	16 %
Itsensä korostaminen	8 %
Peittely	2 %
Näkemysten ja odotusten muuttaminen	2 %

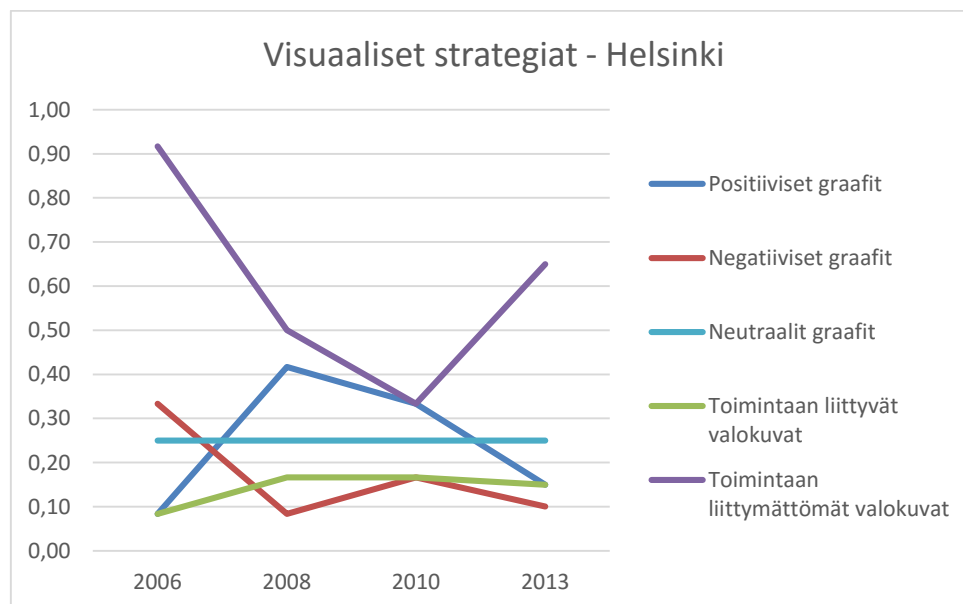
Muutoksesta kommunikointi on Helsingin raporteissa merkittävässä roolissa. Legitimointistrategioista käytetyimpiä ovat korjaavat toimenpiteet, tapahtuneet muutokset sekä suunnitellut muutokset (taulukko 4). Jo toteutettua tai suunnitella olevaa toiminnan kehittämistä on siis kuvattu raporteissa sekä konkreettisin esimerkein että epämääräisemmällä ilmaisuilla. Konkreettisia toiminnan muuttamista kuvaavia strategioita on käytetty suhteessa melko paljon, sillä kahdesta strategiasta koostuva toiminnan muuttaminen kattaa 45 prosenttia kaikkien semanttisten strategioiden käytöstä. Vastaavasti mielikuvien muokkaaminen vastaa 55 prosenttia strategioista, mutta tämän kategorian alle lukeutuu viisi erilaista legitimointistrategiaa. Toiminnan muuttamisesta kertovien strategioiden suhteellisen laaja käyttö voi olla merkki aidosti vastuullisen toiminnan kommunikoinnista. Toisaalta, mielikuvien muokkaaminen kattaa hieman suuremman osan strategioiden käytöstä, joka taas voi viestiä siitä, että organisaatio yrittää luoda vastuullista mielikuvaa itsestään, vaikka tosiasiasa vastuullisuutta edistävät toimet ovat vähäisellä tasolla. Näkemysten ja odotusten muuttaminen sekä peittelystrategian käyttö ovat hyvin vähäisiä Helsingin raporteissa. Myös itsensä korostamista esiintyy raporteissa melko vähän. Symboleihin identifiointia on havaittavissa jonkun verran, mutta ei sitäkään merkittävästi.

Helsingin vuoden 2013 ympäristöraportissa on käytetty runsaasti nostoja eli tekstistä otettuja katkelmia. Nostoja ei esiinny aiemmissa raporteissa. Tämä voidaan nähdä eräänlaisena legitimointikeinona, sillä positiivisia asioita korostetaan nostojen avulla. Esimerkkinä positiivisesta korostamisesta on nosto: *”Yli 300 auditoitua Ekokompassi- ja Ilmastokumppaniyritystä sekä Itämerihaasteen vastaanottanutta organisaatiota!”* (Helsingin kaupungin ympäristöraportti 2013, 11). Lausehduksen positiivista sävyä on korostettu päättämällä se huutomerkkiin.

Nostojen käytössä on huomattavissa myös viitteitä peittelystrategiasta. Esimerkkinä tästä on nosto: *”Kaupungin omistamien metsien luonnon monimuotoisuuden kannalta arvokkaiden kohteiden inventointi valmistui.”* (Helsingin kaupungin ympäristöraportti 2013, 14). Raportin tekstissä samainen lause kuitenkin jatkuu *”...lukuun ottamatta saaristoa.”* Tekstissä ei kerrota kuinka suuren osan saariston kohteet kattaisivat ja nostosta saakin todellisuudesta poikkeavan kuvan.

Helsingin vuoden 2013 raportissa on uutena elementtinä myös Ympäristöpolitiikka 2020 ja 2050 -osiot, joissa esitellään ympäristöpoliittisia tavoitteita tulevaisuudelle. Tämä selittää osaltaan suunniteltuja muutoksia ja korjaavia toimenpiteitä kuvaavien strategioiden kasvua kyseisenä vuonna (kuvio 1). Korjaavat toimenpiteet -strategiaa on nähtävissä monissa eri ilmaisuissa kuten: *”Helsinki on eturivoin toimija...”*, *”...öljyntorjunnan vaikuttavuus ...on merkittävä useimmissa olosuhteissa”* sekä *”öljyntorjunta-apu on huomattavan tehokasta”* (Helsingin kaupungin ympäristöraportti 2013; 5, 19). Tekstissä käytetään paljon epätarkkoja ilmaisuja kuten huomattava ja merkittävä, jotka eivät kuvaa toimintaa konkreettisesti.

6.1.2 Visuaalisten strategioiden käyttö Helsingin raporteissa



KUVIO 2 Visuaalisten strategioiden käyttö - Helsinki

Kuviossa 2 esitetään visuaalisten strategioiden käyttöä Helsingin ympäristöra-
 porteissa. Strategioiden käytössä esiintyy sekä vaihtelua että tasaista kehitystä.
 Neutraalien graafien ja toimintaan liittyvien valokuvien käyttö on pysynyt
 melko tasaisena kun taas muiden strategioiden käyttö on ollut vaihtelevampaa.
 Eniten Helsingin ympäristöraporteissa on käytetty positiivista kehitystä kuva-
 via graafeja sekä valokuvia, jotka eivät suoraan kuvaa organisaation toimintaa.
 Tämä viittaa mahdollisesti symboliseen lähestymistapaan, jolloin organisaatio
 pyrkii luomaan mielikuvan vastuullisesta toiminnasta (Hrasky 2012; Cho,
 Michelon & Patten, 2012). Määrällisesti Helsingin raporteissa on käytetty melko
 saman verran graafista esitystapaa ja valokuvia. Valokuvia raporteissa on yh-
 teensä 42 kappaletta eli 53 prosenttia kaikista visuaalisista keinoista ja graafeja
 vastaavasti 36 kappaletta, joka vastaa 47 prosenttia. Valokuvista selvästi enem-
 män on käytetty kuvia, joilla ei ole suoraa yhteyttä toimintaan tai raportoituihin
 asioihin. Toimintaan liittymättömät kuvat kattavat 81 prosentin osuuden kai-
 kista valokuvista, jolloin raportoituun toimintaan suoraan liittyviä kuvia on vain
 19 prosenttia (taulukko 3). Graafeissa jakautuminen on tasaisempaa, sillä kaikista
 graafeista positiivisia on 37 prosenttia, negatiivisia 26 prosenttia ja neutraaleja
 38 prosenttia (taulukko 3). Koska visuaalisista strategioista eniten on käytetty toi-
 mintaan suoraan liittymättömiä valokuvia ja positiivista trendiä kuvaavia
 graafeja, on mahdollista, että visuaalisia keinoja on käytetty legitimointitarkoi-
 tuksessa luomaan positiivinen kuva kunnasta. Visuaalisten strategioiden käyttö
 kokonaisuudessaan on kuitenkin vähentynyt tarkastelluissa Helsingin ympäris-
 töraporteissa 22 prosenttia.

6.2 Espoo

Taulukkoon 5 on koottu semanttisten ja visuaalisten legitimointistrategioiden
 käytön laajuus Espoon ympäristöraporttien osalta.

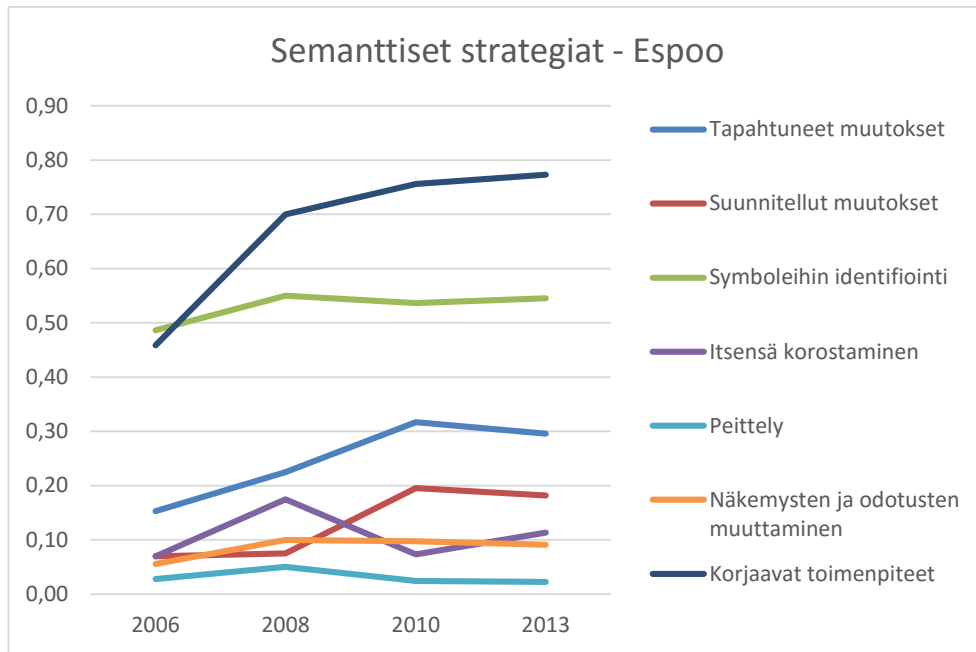
TAULUKKO 5 Legitimointistrategioiden käyttö - Espoo

	2006	2008	2010	2013	Yhteensä
Semanttiset strategiat					
<i>Toiminnan muuttaminen</i>					
Tapahtuneet muutokset	0,15	0,23	0,32	0,30	0,99
Suunnitellut muutokset	0,07	0,08	0,20	0,18	0,52
Yhteensä	0,22	0,30	0,51	0,48	1,51
<i>Mielikuvien muokkaaminen</i>					
Symboleihin identifiointi	0,49	0,55	0,54	0,55	2,12
Itsensä korostaminen	0,07	0,18	0,07	0,11	0,43
Peittely	0,03	0,05	0,02	0,02	0,12

Näkemyksen ja odotusten muuttaminen	0,06	0,10	0,10	0,09	0,34
<u>Korjaavat toimenpiteet</u>	<u>0,46</u>	<u>0,70</u>	<u>0,76</u>	<u>0,77</u>	<u>2,69</u>
Yhteensä	1,10	1,58	1,49	1,55	5,71
Semanttiset strategiat yhteensä	1,32	1,88	2,00	2,02	7,22
Visuaaliset strategiat					
<i>Graafinen esitys</i>					
<u>Positiivinen trendi</u>	<u>0,17</u>	<u>0,25</u>	<u>0,27</u>	<u>0,14</u>	<u>0,82</u>
Negatiivinen trendi	0,18	0,15	0,17	0,27	0,77
<u>Neutraali</u>	<u>0,26</u>	<u>0,30</u>	<u>0,24</u>	<u>0,30</u>	<u>1,10</u>
Yhteensä	0,61	0,70	0,68	0,70	2,70
Positiivinen trendi %	27 %	36 %	39 %	19 %	30 %
Negatiivinen trendi %	30 %	21 %	25 %	39 %	29 %
Neutraali %	43 %	43 %	36 %	42 %	41 %
<i>Valokuvien käyttö</i>					
<u>Toimintaa kuvaava</u>	<u>0,11</u>	<u>0,10</u>	<u>0,07</u>	<u>0,09</u>	<u>0,38</u>
<u>Ei toimintaa kuvaava</u>	<u>0,04</u>	<u>0,05</u>	<u>0,05</u>	<u>0,05</u>	<u>0,19</u>
Yhteensä	0,15	0,15	0,12	0,14	0,56
Toimintaa kuvaava %	73 %	67 %	60 %	67 %	67 %
Ei toimintaa kuvaava %	27 %	33 %	40 %	33 %	33 %
Visuaaliset yhteensä	0,76	0,85	0,80	0,84	3,26
Graafinen esitys %	80 %	82 %	85 %	84 %	83 %
Valokuvien käyttö %	20 %	18 %	15 %	16 %	17 %

6.2.1 Semanttisten strategioiden käyttö Espoon raporteissa

Kuvio 3 havainnollistaa semanttisten legitimointistrategioiden esiintymistä Espoon ympäristöraporteissa kun strategioita kuvaavien lausuntojen määrät on suhteutettu raporttien sivumääriin.



KUVIO 3 Semanttisten strategioiden käyttö - Espoo

Kuten kuviosta 3 voidaan havaita, toiminnan muuttamiseen liittyvä tapahtuneista muutoksista kommunikointi on kasvanut tasaisesti vuodesta 2006 lähtien. Ainoastaan vuonna 2013 on nähtävissä pientä laskua strategian käytössä. Suunnitelluissa muutoksissa taas on nähtävissä kasvua 2010-luvulla aikaisempiin vuosiin verrattuna. Mielikuvien muokkaamiseen liittyvistä strategioista korjaavia toimenpiteitä kuvaavan strategian käyttö lisääntyi vuonna 2008 huomattavasti. Tämän jälkeen kyseisen strategian käyttö on jatkanut maltillisesti kasvuaan. Itsensä korostamisen määrä on kuvion 3 mukaan vaihdellut vuosittain. Strategiaa kuvaavien lausuntojen absoluuttisissa määrissä on kuitenkin ollut vain pieniä eroja, joten vaihtelun ei voida sanoa olevan suurta. Muut mielikuvien muokkaamisesta kertovat strategiat eli peittely, näkemysten ja odotusten muuttaminen sekä symboleihin identifiointi ovat pysyneet melko samalla tasolla vuosittain. Kokonaisuudessaan semanttisten strategioiden käyttö on Espoon raporteissa kasvanut 53 prosenttia tarkastellulla aikavälillä.

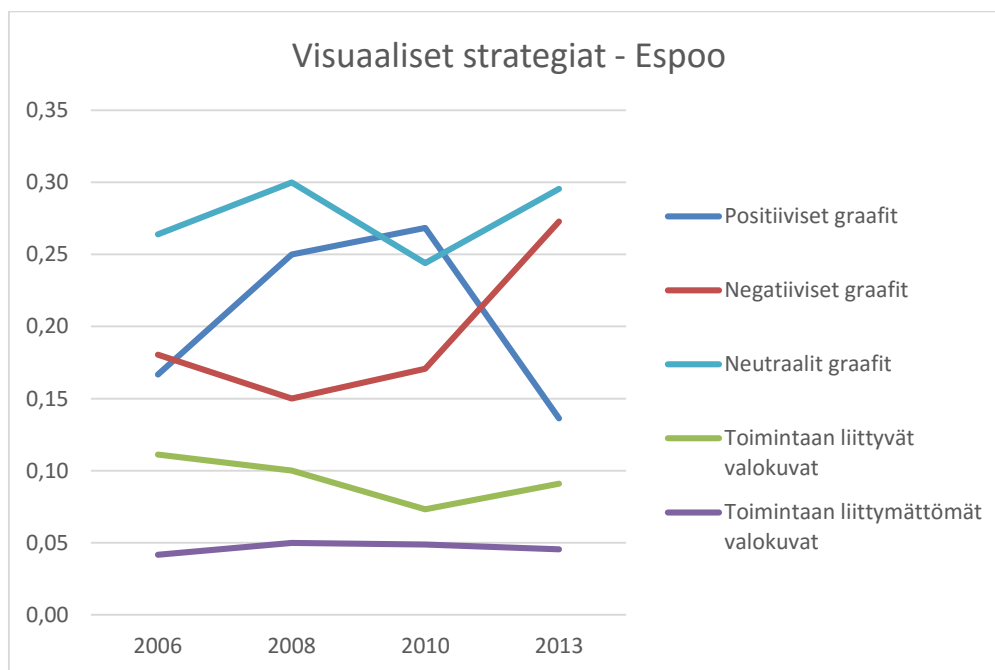
TAULUKKO 6 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Espoo

Korjaavat toimenpiteet	37 %
Symboleihin identifiointi	29 %
Tapahtuneet muutokset	14 %
Suunnitellut muutokset	7 %
Itsensä korostaminen	6 %
Näkemysten ja odotusten muuttaminen	5 %
Peittely	2 %

Taulukosta 6 käy Espoon ympäristöraporttien osalta ilmi jokaisen strategian käytön laajuus suhteessa kaikkien strategioiden käyttöön. Eniten Espoon raporteissa esiintyy korjaavia toimenpiteitä kuvaavia ilmaisuja, jotka liittyvät mielikuvien muokkaamiseen. Korjaavat toimenpiteet kattavat 39 prosenttia kaikista ilmaisuista. Myös symboleihin identifiointia esiintyy melko paljon, 29 prosenttia strategioiden käytöstä. Kolmanneksi eniten Espoon ympäristöraporteissa havaittiin tapahtuneita muutoksia kuvaavaa strategiaa. Tapahtuneet muutokset kattavat 14 prosenttia legitimointistrategioiden käytöstä. Muita strategioita on Espoon raporteissa käytetty melko vähän tai ei juuri ollenkaan. Etenkin peittelystrategian käyttö on hyvin vähäistä. Kaiken kaikkiaan toiminnan muuttamiseen liittyvien strategioiden käyttö kattaa 21 prosenttia ja mielikuvien muokkaaminen 79 prosenttia kaikkien strategioiden käytöstä.

Kuten todettua, korjaavia toimenpiteitä kuvaavat ilmaukset lisääntyivät vuonna 2008. Esimerkkinä tällaisista lausahduksista voidaan pitää lausetta: *”Jotkut yksiköt ovat laatineet omia ympäristöohjelmia.”* *”Jotkut yksiköt”* on epätarkka ilmaisu eikä yksiköiden määrää tarkenneta tekstissä. Vuosien 2010 ja 2013 ympäristöraporteissa korjaavista toimenpiteistä kommunikoitiin jälleen enemmän. Tämä johtuu osaltaan siitä, että raporteihin on lisätty Espoon ympäristöpolitiikan toteutumista käsittelevä osio. Ympäristöpolitiikan toteutumista ja tulevia tavoitteita on arvioitu lähinnä epätarkoin ilmaisin ja konkreettisia esimerkkejä on käytetty vähemmän.

6.2.2 Visuaalisten strategioiden käyttö Espoon raporteissa



KUVIO 4 Visuaalisten strategioiden käyttö - Espoo

Visuaalisten strategioiden käyttöä Espoon ympäristöraporteissa havainnollistetaan kuviossa 4. Kuvioista voi havaita, että valokuvien käyttö on pysynyt melko tasaisena vuodesta toiseen. Sen sijaan graafien käytössä esiintyy enemmän vaihtelua. Sekä positiivisten, negatiivisten että neutraalien graafien määrä raporteissa vaihtelee vuosittain. Yhteensä positiiviset graafit kattavat 30 prosenttia, negatiiviset 29 prosenttia ja neutraalit 41 prosenttia kaikista graafeista (taulukko 5). Vuosittaisen määrällisen vaihtelun ja erilaisten graafien tasaisen jakautumisen vuoksi graafien osalta ei voida havaita legitimointiin viittaavaa positiivisten asioiden korostamista. Tutkimuksessa ei arvioida graafien vääristyneisyyttä tai harhaanjohtavien skaalojen käyttöä, mutta huomioitakoon, että Espoon ympäristöraporteissa graafit näyttävät päällisin puolin luotettavilta eikä ilmeistä graafien vääristelyä ole nähtävissä.

Valokuvien käyttö on Espoon ympäristöraporteissa hyvin vähäistä. Valokuvien osuus kattaa vain 17 prosenttia visuaalisten strategioiden käytöstä graafien käytön yltäessä 83 prosenttiin (taulukko 5). Graafien verrattain suuri määrä viittaa moraalisen legitimaation tavoitteluun, jolloin visuaalisia strategioita käytetään kuvaamaan todellisia saavutuksia (Hrasky 2012). Valokuvien maltillisen käytön lisäksi toimintaa kuvaavien valokuvien suurempi määrä tukee käsitystä aidosti vastuullisen toiminnan korostamisesta (Hrasky 2012). Kuvista 67 prosenttia on luokiteltavissa toimintaan liittyviin kuviin. Yleisluontoisempia, toimintaan suoraan liittymättömiä, kuvia on 33 prosenttia kaikista valokuvista. (taulukko 5.)

Kaiken kaikkiaan visuaalisten strategioiden käyttö on Espoon ympäristöraporttien osalta kasvanut kymmenen prosenttia tarkasteluajanjaksona.

6.3 Tampere

Taulukkoon 7 on koottu eri legitimointistrategioita kuvaavien ilmaisujen esiintymisen laajuus Tampereen osalta. Ilmaisujen määrät on suhteutettu Tampereen ympäristöraporttien sivumääriin.

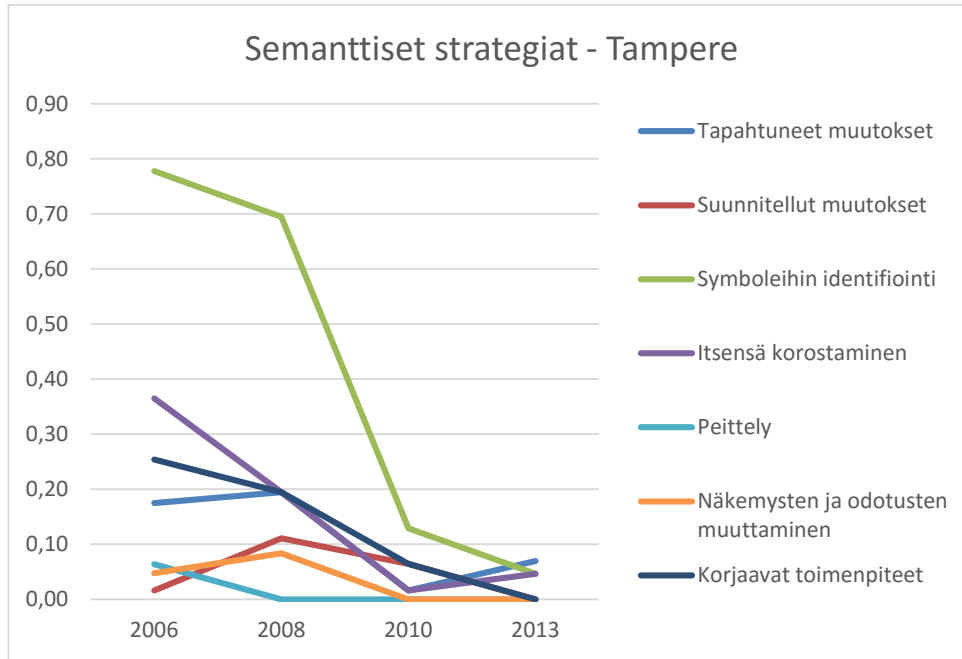
TAULUKKO 7 Legitimointistrategioiden käyttö - Tampere

	2006	2008	2010	2013	Yhteensä
Semanttiset strategiat					
<i>Toiminnan muuttaminen</i>					
Tapahtuneet muutokset	0,17	0,19	0,02	0,07	0,45
Suunnitellut muutokset	0,02	0,11	0,06	0,00	0,19
Yhteensä	0,19	0,31	0,08	0,07	0,65
<i>Mielikuvien muokkaaminen</i>					
Symboleihin identifiointi	0,78	0,69	0,13	0,05	1,65
Itsensä korostaminen	0,37	0,19	0,02	0,05	0,62

Peittely	0,06	0,00	0,00	0,00	0,06
Näkemysten ja odotusten muuttaminen	0,05	0,08	0,00	0,00	0,13
Korjaavat toimenpiteet	0,25	0,19	0,06	0,00	0,51
<u>Yhteensä</u>	1,51	1,17	0,21	0,09	2,98
Semanttiset strategiat yhteensä	1,70	1,47	0,29	0,16	3,62
Visuaaliset strategiat					
<i>Graafinen esitys</i>					
<u>Positiivinen trendi</u>	0,25	0,50	0,15	0,23	1,13
Negatiivinen trendi	0,17	0,11	0,18	0,23	0,70
<u>Neutraali</u>	0,16	0,39	0,15	0,05	0,74
<u>Yhteensä</u>	0,59	1,00	0,47	0,51	2,57
Positiivinen trendi %	43 %	50 %	31 %	45 %	44 %
Negatiivinen trendi %	30 %	11 %	38 %	45 %	27 %
Neutraali %	27 %	39 %	31 %	9 %	29 %
<i>Valokuvien käyttö</i>					
<u>Toimintaa kuvaava</u>	0,35	0,39	0,03	0,00	0,77
<u>Ei toimintaa kuvaava</u>	0,35	0,22	0,18	0,00	0,75
<u>Yhteensä</u>	0,70	0,61	0,21	0,00	1,52
Toimintaa kuvaava %	50 %	64 %	15 %	0	51 %
Ei toimintaa kuvaava %	50 %	36 %	85 %	0	49 %
Visuaaliset yhteensä	1,29	1,61	0,68	0,51	4,09
Graafinen esitys %	46 %	62 %	69 %	100 %	63 %
Valokuvien käyttö %	54 %	38 %	31 %	0 %	37 %

6.3.1 Semanttisten strategioiden käyttö Tampereen raporteissa

Kuvio 5 havainnollistaa semanttisten strategioiden käytön kehitystä Tampereen ympäristöraporteissa vuodesta 2006 vuoteen 2013.



KUVIO 5 Semanttisten strategioiden käyttö - Tampere

Kuten kuviosta 5 voi havaita, symboleihin identifiointia esiintyi selvästi enemmän kuin muita strategioita vuosina 2006–2008. Vuosina 2010 ja 2013 eri strategioiden käytön välinen hajonta on huomattavasti pienempää.

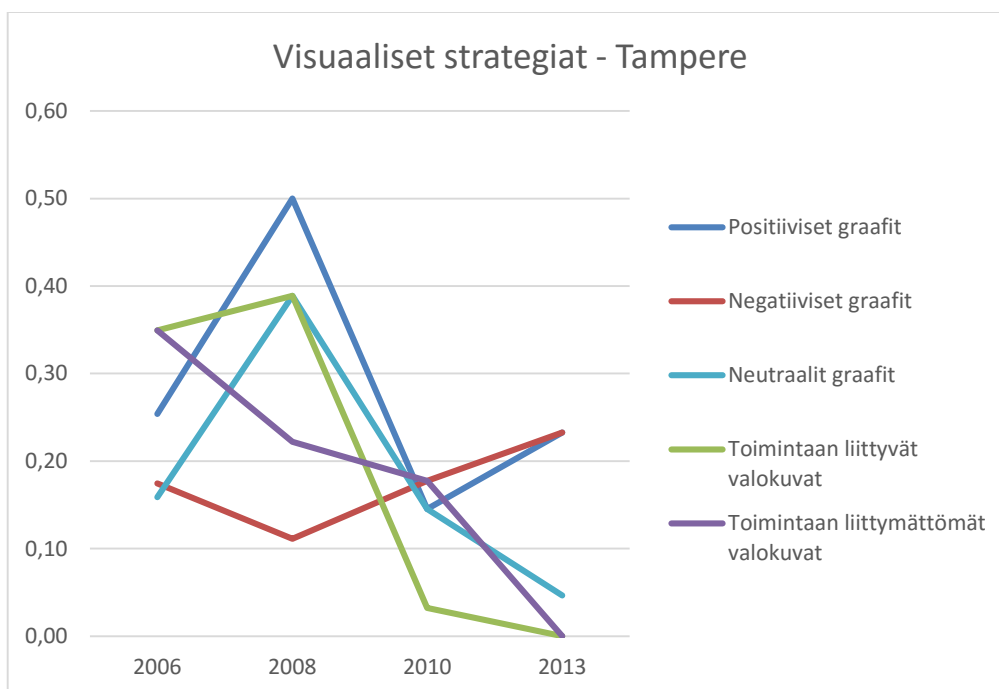
Vaikka monien strategioiden määrissä esiintyy myös ajoittaista kasvua edellisvuosiin verrattuna, on semanttisten strategioiden käyttö kokonaisuudessaan vähentynyt joka vuosi (taulukko 7). Kaiken kaikkiaan semanttisten strategioiden käyttö on vähentynyt 90 prosenttia vuodesta 2006 vuoteen 2013. Legitimointistrategioiden käytön huomattava väheneminen selittyy sillä, että vuonna 2010 Tampere muutti raportointikäytäntöään. Vuonna 2010 siirryttiin perinteisemmästä raporttimuodosta ympäristönhallintaa käsitteleviin diaesityksiin, jotka ovat aikaisempia raportteja lyhyempiä ja sisältävät huomattavasti vähemmän tekstiä.

TAULUKKO 8 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Tampere

Symboleihin identifiointi	45 %
Itsensä korostaminen	17 %
Korjaavat toimenpiteet	14 %
Tapahtuneet muutokset	13 %
Suunnitellut muutokset	5 %
Näkemysten ja odotusten muuttaminen	4 %
Peittely	2 %

Taulukko 8 kuvaa eri strategioiden käytön laajuutta. Taulukosta voidaan havaita, että symboleihin identifiointia ilmenee Tampereen ympäristöraporteissa selvästi enemmän kuin muita strategioita. Seuraavaksi eniten on käytetty itsensä korostamista sekä korjaavista toimenpiteistä ja tapahtuneista muutoksista kommunikointia. Suunniteltuja muutoksia, näkemysten ja odotusten muuttamista sekä peittelyä ei ole käytetty juuri ollenkaan. Toiminnan muuttamiseen liittyvät strategiat ovat melko pienessä osassa legitimointistrategioiden käyttöä. Mielikuvien muokkaamista esiintyy selvästi enemmän. Tämä voi olla merkki pyrkimyksestä positiivisen mielikuvan luomiseen legitimointitarkoituksessa.

6.3.2 Visuaalisten strategioiden käyttö Tampereen raporteissa



KUVIO 6 Visuaalisten strategioiden käyttö - Tampere

Kuviossa 6 esitetään visuaalisten strategioiden käytön kehitystä Tampereen ympäristöraporteissa. Kuvioista voi havaita, että neutraalien ja positiivisten graafien käyttö lisääntyi huomattavasti vuonna 2008, mutta laski rajusti vuoden 2010 raportissa. On kuitenkin todettava, että määrälliset erot eivät kyseisten graafien kohdalla ole kovinkaan suuret, mutta suhteutettuna raporttien sivumääriin erot ovat merkittäviä. Suurin osa graafeista kuvaa positiivista kehitystä. Positiivisia graafeja on 44 prosenttia, negatiivisia 27 prosenttia ja neutraaleja 29 prosenttia kaikista graafeista (taulukko 7). Positiivista kehitystä kuvaavien graafien suhteellisen suuri määrä saattaa olla merkki symbolisesta lähestymistavasta, jossa pyritään korostamaan positiivisia asioita (Cho, Michelin, Patten, 2012). Graafinen esitystapa kattaa visuaalisten strategioiden käytöstä selvästi suuremman osan, 63 prosenttia. Valokuvien käyttö vastaa 37 prosenttia visuaalisten strategioiden käytöstä. (taulukko 7.) Tämä taas viittaa moraalisen legitimaation tavoitteluun,

jolloin kvantitatiivisella tiedolla kuvataan aidosti vastuullista toimintaa (Hrasky 2012).

Valokuvista 51 prosenttia on toimintaa kuvaavia ja 49 prosenttia toimintaan liittymättömiä (taulukko 7). Näin ollen, ei voida yksiselitteisesti sanoa onko valokuvia käytetty pragmaattisen vai moraalisen legitimoinnin tavoitteluun. Kuviosta 6 voi havaita, että toimintaan liittymättömien valokuvien määrä on laskenut melko tasaisesti tarkasteluajanjaksona. Toimintaan liittyvien valokuvien määrä taas kasvoi hieman vuonna 2008, jonka jälkeen määrä romahti. Vuonna 2013 valokuvia ei käytetty enää ollenkaan tarkastellussa Tampereen raportissa. Vuosina 2010 ja 2013 valokuvia on käytetty Tampereen muussa ympäristöasioita koskevassa raportoinnissa, mutta tässä tutkimuksessa on haluttu tutkia kyseisten vuosien osalta kestävään kehitykseen keskittyviä diaesityksiä, koska ne vastaavat siällöltään aikaisempien vuosien kestävä kehityksen raportteja.

Visuaalisten legitimointistrategioiden käyttö on tarkastelluissa Tampereen raporteissa vähentynyt yhteensä 60 prosenttia. Ainakin osittain huomattava vähentyminen selittyy jälleen kerran siirtymisellä perinteisemmästä raportointitavasta tiiviimpään diaesitysmuotoon.

6.4 Vantaa

Taulukkoon 9 on koottu kaikkien legitimointistrategioiden käytön laajuus Vantaan ympäristöraporteissa. Määrät on jälleen suhteutettu raporttien sivumääriin ja tiedot on esitetty kolmen raportin osalta.

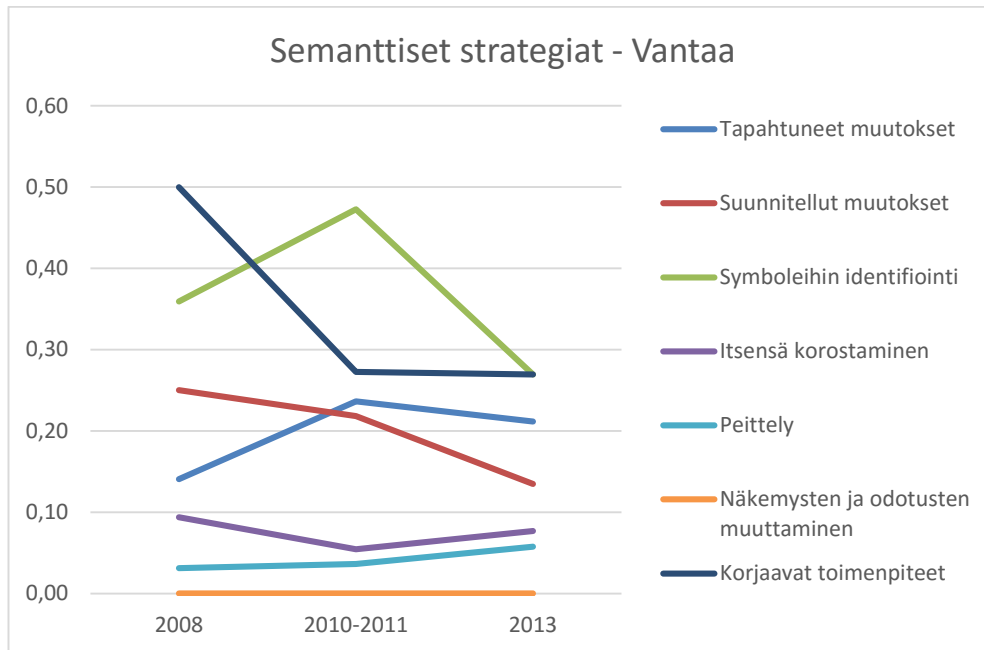
TAULUKKO 9 Legitimointistrategioiden käyttö - Vantaa

	2008	2010-2011	2013	Yhteensä
Semanttiset strategiat				
<i>Toiminnan muuttaminen</i>				
Tapahtuneet muutokset	0,14	0,24	0,21	0,59
Suunnitellut muutokset	0,25	0,22	0,13	0,60
Yhteensä	0,39	0,45	0,35	1,19
<i>Mielikuvien muokkaaminen</i>				
Symboleihin identifiointi	0,36	0,47	0,27	1,10
Itsensä korostaminen	0,09	0,05	0,08	0,23
Peittely	0,03	0,04	0,06	0,13
Näkemyksen ja odotusten muuttaminen	0,00	0,00	0,00	0,00
Korjaavat toimenpiteet	0,50	0,27	0,27	1,04
Yhteensä	0,98	0,84	0,67	2,49

Semanttiset strategiat yhteensä	1,38	1,29	1,02	3,69
Visuaaliset strategiat				
<i>Graafinen esitys</i>				
Positiivinen trendi	0,25	0,02	0,27	0,54
Negatiivinen trendi	0,11	0,02	0,15	0,28
Neutraali	0,28	0,24	0,23	0,75
Yhteensä	0,64	0,27	0,65	1,57
Positiivinen trendi %	39 %	7 %	41 %	34 %
Negatiivinen trendi %	17 %	7 %	24 %	18 %
Neutraali %	44 %	87 %	35 %	48 %
<i>Valokuvien käyttö</i>				
Toimintaa kuvaava	0,16	0,31	0,54	1,00
Ei toimintaa kuvaava	0,17	0,16	0,13	0,47
Yhteensä	0,33	0,47	0,67	1,47
Toimintaa kuvaava %	48 %	65 %	80 %	68 %
Ei toimintaa kuvaava %	52 %	35 %	20 %	32 %
Visuaaliset yhteensä	0,97	0,75	1,33	3,04
Graafinen esitys %	66 %	37 %	49 %	52 %
Valokuvien käyttö %	34 %	63 %	51 %	48 %

6.4.1 Semanttisten strategioiden käyttö Vantaan raporteissa

Kuvio 7 havainnollistaa semanttisia strategioita kuvaavien ilmaisujen määrää Vantaan ympäristöraporteissa. Kehitystä kuvataan kolmen raportin osalta vuodesta 2008 vuoteen 2013.



KUVIO 7 Semanttisten strategioiden käyttö - Vantaa

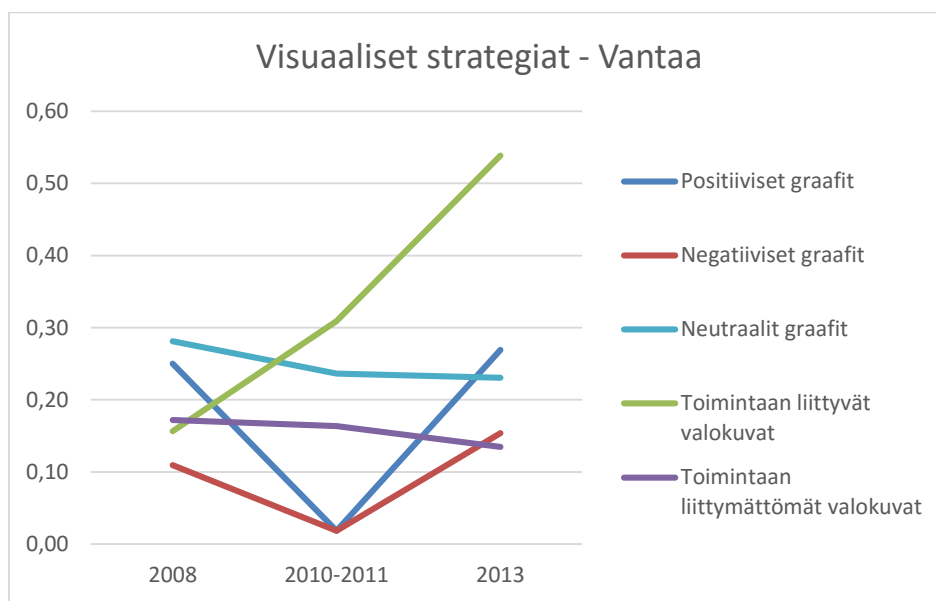
Kuten kuviosta 7 voi havaita, mielikuvien muokkaamiseen liittyvä korjaavat toimenpiteet -strategia oli vuonna 2008 korkealla tasolla, jonka jälkeen strategian käyttö väheni merkittävästi. Symboleihin identifiointissa esiintyy eniten vuosittaista vaihtelua. Symboleihin identifiointi lisääntyi vuoden 2010–2011 raportissa, mutta väheni jälleen vuoden 2013 raportissa. Vaihtelua esiintyy myös tapahtuneisiin muutoksiin keskittyvissä ilmaisuissa, mutta vaihtelu ei ole kovinkaan suurta. Suunnitelluista muutoksista kommunikointi on laskenut tasaisesti tarkasteluajanjaksona. Näkemysten ja odotusten muuttamista ei Vantaan raporteissa ole havaittavissa yhtään. Peittelyä ja itsensä korostamista on käytetty vain vähän ja vuosittain esiintyvä vaihtelu on kyseisten strategioiden määrissä hyvin pientä. Semanttisten legitimointistrategioiden käyttö on Vantaan raporteissa vähentynyt tarkasteluajanjaksona yhteensä 26 prosenttia.

TAULUKKO 10 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Vantaa

Symboleihin identifiointi	30 %
Korjaavat toimenpiteet	28 %
Tapahtuneet muutokset	16 %
Suunnitellut muutokset	16 %
Itsensä korostaminen	6 %
Peittely	3 %
Näkemyksen ja odotusten muuttaminen	0 %

Taulukko 10 havainnollistaa legitimointistrategioiden käytön jakaantumista Vantaan ympäristöraporteissa. Eniten raporteissa esiintyy symboleihin identifiointia ja korjaavia toimenpiteitä, jotka molemmat liittyvät mielikuvien muokkaukseen. Molempia toiminnan muuttamiseen liittyviä strategioita on käytetty yhtä paljon, yhteensä 32 prosenttia kaikkien semanttisten strategioiden käytöstä. Itsensä korostamista, peittelyä sekä näkemysten ja odotusten muuttamista esiintyy raporteissa hyvin vähän tai ei ollenkaan.

6.4.2 Visuaalisten strategioiden käyttö Vantaan raporteissa



KUVIO 8 Visuaalisten strategioiden käyttö - Vantaa

Kuviossa 8 esitetään visuaalisten legitimointistrategioiden käytön kehitystä Vantaan raporttien osalta. Visuaalisten strategioiden käyttö on lisääntynyt yhteensä 37 prosenttia tarkasteluajanjaksona. Graafista esitystä ja valokuvia on käytetty melkein yhtä paljon, graafit kattavat 52 prosenttia ja valokuvat 48 prosenttia strategioiden käytöstä (taulukko 9). Positiivista kehitystä kuvaavia graafeja on 34 prosenttia ja negatiivista kehitystä kuvaavia graafeja 18 prosenttia. Neutraaleja graafeja on selvästi eniten, 48 prosenttia kaikista graafeista. (taulukko 9.) Kuviossa 8 näkee, että sekä positiivisten että negatiivisten graafien käyttö väheni reilusti vuoden 2010–2011 raportissa. Vuonna 2013 molempien graafien käyttö lisääntyi jälleen. Neutraalien graafien määrä on pysynyt melko tasaisena vuodesta toiseen. Graafien käytössä ei ole huomattavissa pragmaattisen legitimoinnin tavoitteluun liittyvää positiivista korostamista.

Valokuvista selvästi enemmän on käytetty toimintaa kuvaavia valokuvia. 68 prosenttia kuvista liittyy suoraan organisaation toimintaan, kun taas toimintaan liittymättömiä kuvia on 32 prosenttia kaikista kuvista (taulukko 9). Toimin-

taan liittyvien kuvien suurempi määrä voidaan tulkita merkiksi moraalisen legitimaation tavoittelemisesta, jolloin valokuvilla korostetaan todellisia saavutuksia (Hrasky 2012). Toimintaa kuvaavien valokuvien määrä on kuvion 8 mukaan ollut jatkuvassa kasvussa vuodesta 2008 lähtien. Toimintaan liittymättömien valokuvien määrä on pysynyt melko tasaisena.

6.5 Oulu

Legitimointistrategioiden käytön laajuus Oulun osalta on esitetty taulukossa 11. Strategioidenmäärät on jälleen suhteutettu ympäristöraporttien sivumääriin.

TAULUKKO 11 Legitimointistrategioiden käyttö - Oulu

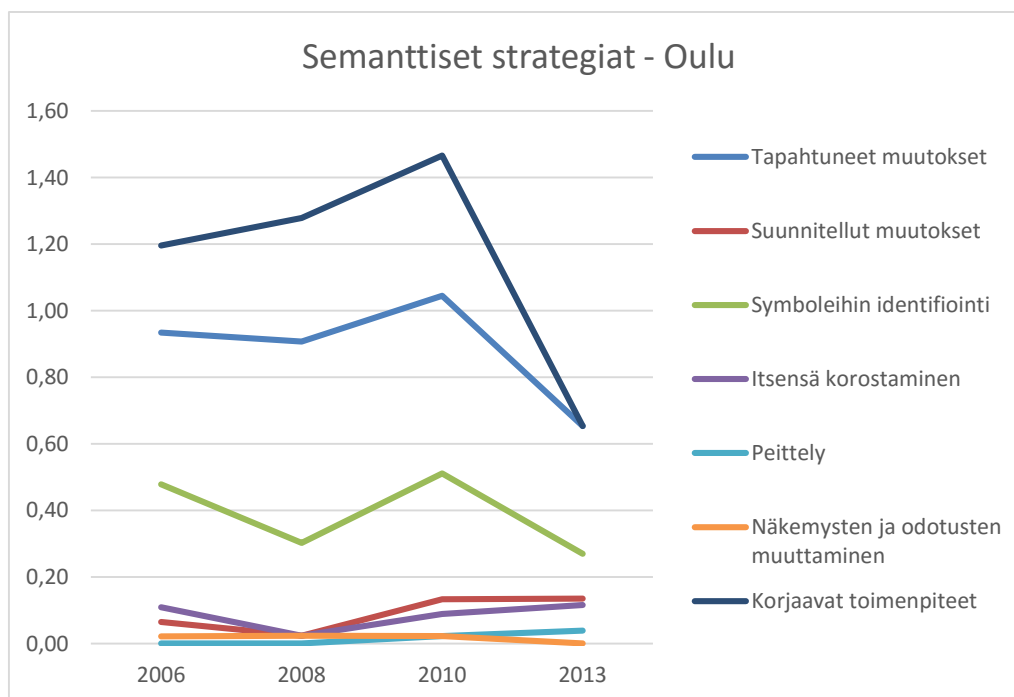
	2006	2008	2010	2013	Yhteensä
Semanttiset strategiat					
<i>Toiminnan muuttaminen</i>					
Tapahtuneet muutokset	0,93	0,91	1,04	0,65	3,54
Suunnitellut muutokset	0,07	0,02	0,13	0,13	0,36
Yhteensä	1,00	0,93	1,18	0,79	3,90
<i>Mielikuvien muokkaaminen</i>					
Symboleihin identifiointi	0,48	0,30	0,51	0,27	1,56
Itsensä korostaminen	0,11	0,02	0,09	0,12	0,34
Peittely	0,00	0,00	0,02	0,04	0,06
Näkemysten ja odotusten muuttaminen	0,02	0,02	0,02	0,00	0,07
Korjaavat toimenpiteet	1,20	1,28	1,47	0,65	4,60
Yhteensä	1,80	1,63	2,11	1,08	6,62
Semanttiset strategiat yhteensä	2,80	2,56	3,29	1,87	10,52
Visuaaliset strategiat					
<i>Graafinen esitys</i>					
Positiivinen trendi	0,07	0,07	0,31	0,19	0,64
Negatiivinen trendi	0,02	0,07	0,31	0,37	0,77
Neutraali	0,09	0,12	0,24	0,15	0,60
Yhteensä	0,17	0,26	0,87	0,71	2,01
Positiivinen trendi %	38 %	27 %	36 %	27 %	32 %
Negatiivinen trendi %	13 %	27 %	36 %	51 %	38 %
Neutraali %	50 %	45 %	28 %	22 %	30 %

Valokuvien käyttö

Toimintaa kuvaava	0,30	0,23	0,27	0,21	1,02
Ei toimintaa kuvaava	0,02	0,02	0,33	0,29	0,67
Yhteensä	0,33	0,26	0,60	0,50	1,68
Toimintaa kuvaava %	93 %	91 %	44 %	42 %	60 %
Ei toimintaa kuvaava %	7 %	9 %	56 %	58 %	40 %
Visuaaliset yhteensä	0,50	0,51	1,47	1,21	3,69
Graafinen esitys %	35 %	50 %	59 %	59 %	54 %
Valokuvien käyttö %	65 %	50 %	41 %	41 %	46 %

6.5.1 Semanttisten strategioiden käyttö Oulun raporteissa

Kuvio 9 havainnollistaa Oulun ympäristöraporteissa käytettyjen semanttisten legitimointistrategioiden määriä. Kehitystä kuvataan vuodesta 2006 vuoteen 2013.



KUVIO 9 Semanttisten strategioiden käyttö - Oulu

Kuviosta 9 voi havaita, että peittelystrategiaa, näkemysten ja odotusten muuttamista, itsensä korostamista ja suunnitelluista muutoksista kommunikointia on vuodesta toiseen käytetty hyvin vähän eikä vuosien välillä esiinny juurikaan vaihtelua. Symboleihin identifiointissa sen sijaan vaihtelua on enemmän. Vuosina 2006 ja 2010 kyseistä strategiaa on käytetty enemmän kuin vuosina 2008 ja

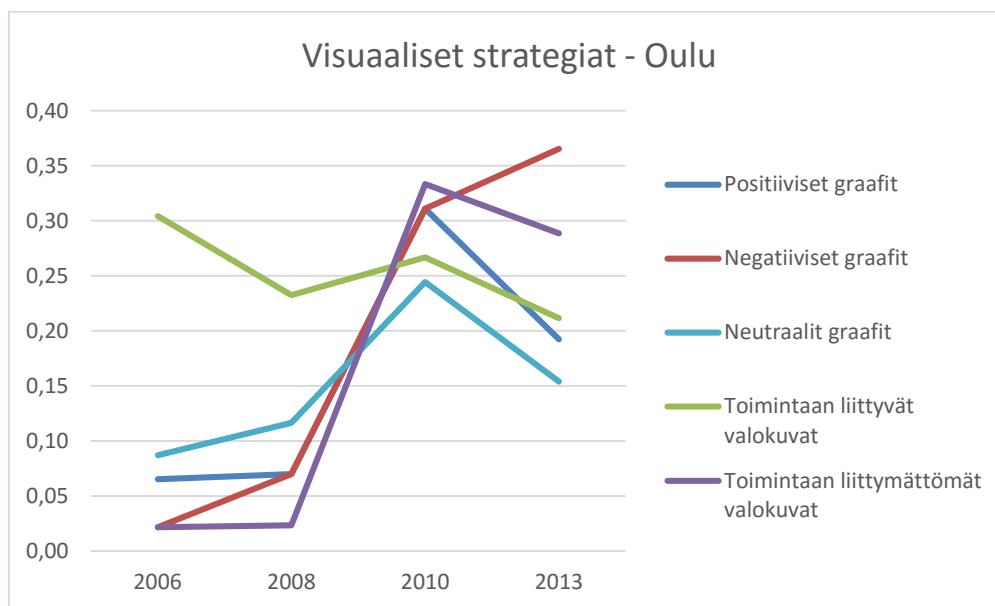
2013. Tapahtuneita muutoksia kuvaavien ilmaisujen määrissä esiintyy myös vaihtelua. Vuoteen 2010 asti vaihtelu on hyvin pientä, mutta vuonna 2013 ilmaisujen määrä laski melko paljon. Korjaavista toimenpiteistä kommunikointi kasvoi vuoteen 2010 asti tasaisesti, mutta väheni huomattavasti vuonna 2013. Kaiken kaikkiaan semanttisten legitimointistrategioiden käyttö on vähentynyt Oulun raporteissa 33 prosenttia.

TAULUKKO 12 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen - Oulu

Korjaavat toimenpiteet	44 %
Tapahtuneet muutokset	34 %
Symboleihin identifiointi	15 %
Suunnitellut muutokset	3 %
Itsensä korostaminen	3 %
Peittely	1 %
Näkemyksen ja odotusten muuttaminen	1 %

Taulukossa 12 kuvataan legitimointistrategioiden käytön jakaantumista Oulun osalta. Eniten Oulun ympäristöraporteissa on korjaavia toimenpiteitä kuvaavia ilmaisuja. Kyseinen strategia kattaa 44 prosenttia kaikkien strategioiden käytöstä. Seuraavaksi eniten on tapahtuneisiin muutoksiin liittyviä ilmaisuja, yhteensä 34 prosenttia. Korjaavien toimenpiteiden ja tapahtuneiden muutosten suuri määrä selittyy raporttien lopussa olevalla osiolla, jossa esitellään ympäristötavoitteiden toteutumista ja toteutettuja toimenpiteitä yksiköittäin. 15 prosenttia kaikista ilmaisuista liittyy symboleihin identifiointiin. Muita semanttisia strategioita ei ole käytetty juuri ollenkaan. Kaiken kaikkiaan toiminnan muuttamiseen liittyvien strategioiden käyttö kattaa vähän yli kolmanneksen strategioiden käytöstä. Mielikuvien muokkaamista on havaittavissa siis selvästi enemmän Oulun raporteissa.

6.5.2 Visuaalisten strategioiden käyttö Oulun raporteissa



KUVIO 10 Visuaalisten strategioiden käyttö - Oulu

Kuviossa 10 havainnollistetaan visuaalisten strategioiden ilmenemistä Oulun ympäristöraporteissa. Kuvion 10 mukaan toimintaan liittyvien valokuvien käytön kehitys on ollut melko tasaista verrattuna muihin visuaalisiin strategioihin. Erilaisia graafeja sekä toimintaan liittymättömiä valokuvia esiintyy vuosien 2010 ja 2013 raporteissa selvästi enemmän kuin vuosina 2006 ja 2008. Graafeista 32 prosenttia kuvaa positiivista kehitystä, 38 prosenttia negatiivista kehitystä ja 30 prosenttia lukeutuu luonteeltaan neutraaleihin graafeihin (taulukko 11). Graafien käytössä ei siis ole havaittavissa legitimointiin viittaavaa positiivisten asioiden korostamista. Graafien käyttö kattaa 54 prosenttia ja valokuvien käyttö 46 prosenttia kaikkien visuaalisten strategioiden käytöstä. Graafien ja valokuvien tasainen suhde viittaa siihen, ettei valokuvia käytettäisi mielikuvien muokkaamiseen ja positiivisen korostamiseen (Hrasky 2012). Sen sijaan kuvat toimivat graafien tukena ja kiinnittävät huomion oikeisiin asioihin.

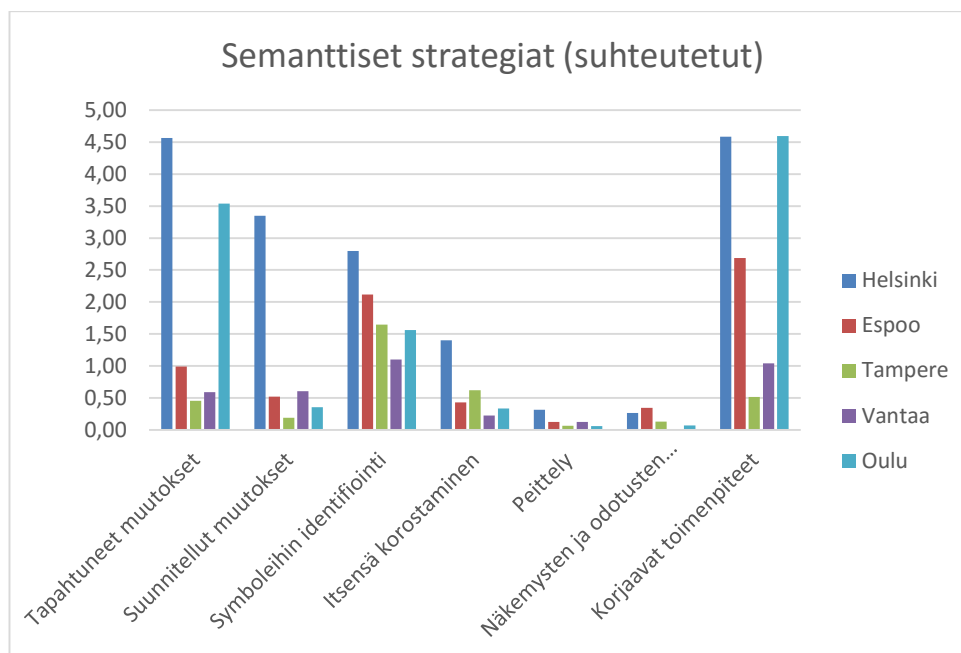
Valokuvista 60 prosenttia on toimintaa kuvaavia. Kuvat, jotka eivät suoraan liity raportoituun asiaan kattavat 40 prosenttia kuvien käytöstä. Toimintaan liittymättömiä valokuvia ei käytetty vuosina 2006–2008 juuri ollenkaan, mutta vuosina 2010 ja 2013 on niiden käyttö mennyt toimintaan liittyvien kuvien edelle. Toimintaan liittyvien kuvien määrä on kuitenkin pysynyt melko samana vuodesta toiseen eli valokuvien käyttöä yleisesti on lisätty reilusti vuodesta 2010 eteenpäin. Toimintaan liittymättömien valokuvien suuri määrä vuosina 2010 ja 2013 on ristiriidassa aiemman tulkinnan kanssa, jonka mukaan valokuvia käytettäisiin vain graafien tukena. Toimintaan liittymättömien valokuvien huomattava lisäys on mahdollisesti tehty legitimointitarkoituksessa ja niillä saatetaan pyrkiä mielikuvien muokkaamiseen.

Visuaalisten strategioiden käytössä on Oulun kohdalla tapahtunut huomattavaa kasvua. Strategioiden käyttö on kokonaisuudessaan lisääntynyt 142 prosenttia.

6.6 Vertailu

6.6.1 Semanttisten legitimointistrategioiden käyttö

Kuvioissa 11 ja 12 vertaillaan semanttisten legitimointistrategioiden käyttöä eri kaupunkien välillä. Kuviot havainnollistavat kaupungeittain jokaisen strategian käytön yhteismäärän tarkasteluajanjaksona. Kuviossa 11 strategioiden määrät on suhteutettu raporttien sivumääriin ja kuviossa 12 esitellään strategioita kuvaavien ilmausten absoluuttiset määrät.

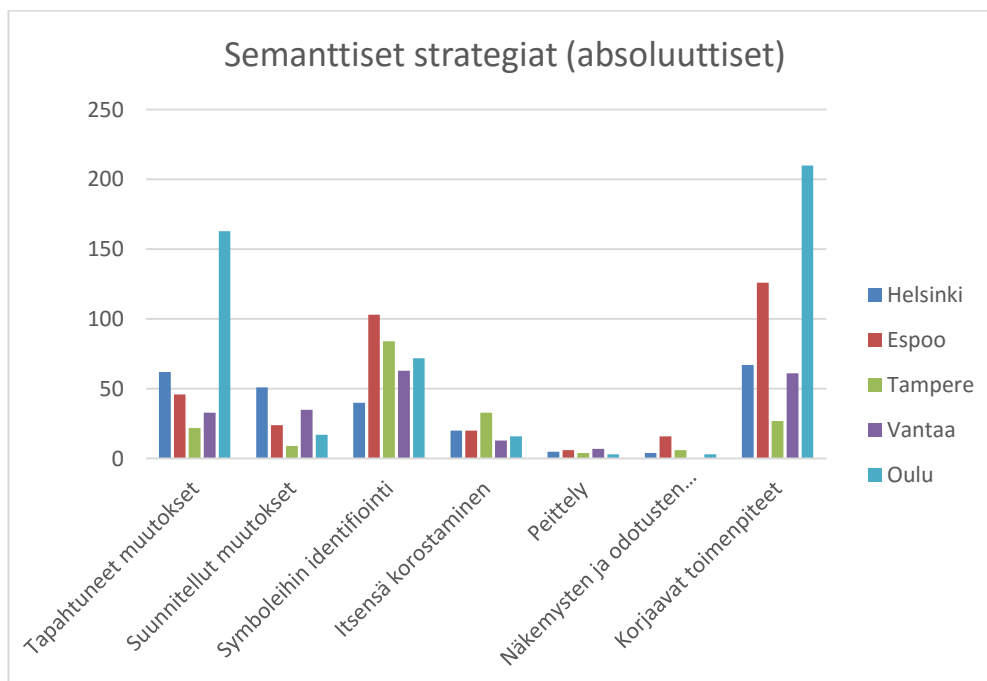


KUVIO 11 Semanttisten strategioiden suhteellinen käyttö

Raporttien sivumääriin suhteutettuja strategioiden määriä tutkittaessa (kuvio 11) voidaan huomata, että Helsinki ja Oulu ovat käyttäneet selvästi eniten tapahtuneita muutoksia ja korjaavia toimenpiteitä kuvaavia strategioita. Helsinki erottuu joukosta, sillä se on käyttänyt lähes kaikkia strategioita enemmän kuin muut kaupungit. Etenkin kaikkien muutoksen kommunikointiin liittyvien strategioiden käyttö on ollut laajaa Helsingin ympäristöraporteissa.

Myös Oulun kohdalla tapahtuneisiin muutoksiin ja korjaaviin toimenpiteisiin liittyvien ilmaisujen käyttö on ollut erittäin runsasta. Tätä selittävät Oulun raporteissa olevat laajat osiot, joissa kuvataan yksiköittäin ympäristönhallintaan liittyviä toimenpiteitä ja tavoitteiden toteutumista.

Peittelyä sekä näkemysten ja odotusten muuttamista esiintyy kaikilla kaupungeilla vain vähän. Kyseisten strategioiden kohdalla myös kaupunkien välinen vaihtelu on vähäistä kun taas muiden strategioiden käytön laajuudessa on enemmän kaupunkikohtaisia eroja.



KUVIO 12 Semanttisten strategioiden absoluuttinen käyttö

Strategioita kuvaavien ilmaisujen absoluuttisia määriä tarkasteltaessa huomataan, että kuviosta 12 erottuvat selkeästi Oulun tapahtuneita muutoksia ja korjaavia toimenpiteitä ilmentävät pylväät. Syynä tähän ovat jo mainitut toimenpiteitä ja tavoitteita kuvaavat osiot Oulun raporteissa.

Pylväät, jotka kuvaavat Espoon käyttämiä korjaaviin toimenpiteisiin ja symboleihin identifiointiin liittyviä ilmaisuja ovat verrattain korkeat. Helsingin osalta pylväät ovat yleisesti yllättävän korkealla myös absoluuttisesti mitattuna, vaikka Helsingin raportit ovat merkittävästi lyhyempiä kuin muiden.

TAULUKKO 13 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen kaupungeittain

Suhteelliset		Absoluuttiset	
Helsinki	41 %	Oulu	33 %
Oulu	25 %	Espoo	23 %
Espoo	17 %	Helsinki	17 %
Tampere	9 %	Vantaa	14 %
Vantaa	9 %	Tampere	13 %

Taulukko 13 ilmentää kuinka paljon eri kaupungit käyttävät semanttisia legitimointistrategioita raporteissaan. Taulukossa esitellään strategioiden käytön laajuus sekä suhteutettuna raporttien sivumääriin että absoluuttisin määrin mitattuna.

Raporttien sivumääriin suhteutettuna Helsinki on käyttänyt selvästi eniten semanttisia legitimointistrategioita. Helsingin osuus kattaa 41 prosenttia kaikesta semanttisten strategioiden käytöstä. Myös ilmaisujen absoluuttisilla määrillä mitattuna Helsingin osuus on yllättävän korkea, vaikka Helsingin raportit ovat huomattavasti muiden kaupunkien raporteja lyhyempiä. (Taulukko 13.)

Oulun prosenttiosuudet ovat korkealla sekä raporttien sivumääriin suhteutettuina että absoluuttisin määrin mitattuna (taulukko 13). Tämä johtuu osaltaan jo aiemmin mainituista asioista raporteissa, joissa käsitellään ympäristöpoliittisten tavoitteiden toteutumista ja tehtyjä toimenpiteitä.

Absoluuttisesti mitattuna Espoon osuus semanttisten strategioiden käytöstä on melko suuri, 23 prosenttia. Espoon raportit ovat kuitenkin melko pitkiä ja kun strategioiden käyttö suhteutetaan raporttien sivumääriin, Espoon osuus laskee 17 prosenttiin. (Taulukko 13.)

Taulukosta 13 ilmenee, että Tampere ja Vantaa ovat käyttäneet semanttisia legitimointistrategioita vähiten sekä suhteellisesti että absoluuttisesti mitattuna. Vantaan osalta tulokset kuitenkin vääristyvät, sillä Vantaan osalta aineisto koostuu kolmesta raportista, kun muilla kaupungeilla raporteja on neljä. On vaikea sanoa kuinka korkealle Vantaan prosenttiosuudet kohoaisivat, jos raporteja olisi tarkastelussa saman verran kuin muilla kaupungeilla.

TAULUKKO 14 Semanttisten strategioiden käytön jakaantuminen

Korjaavat toimenpiteet	32 %
Tapahtuneet muutokset	24 %
Symboleihin identifiointi	22 %
Suunnitellut muutokset	12 %
Itsensä korostaminen	7 %
Peittely	2 %
Näkemysten ja odotusten muuttaminen	2 %

Taulukko 14 havainnollistaa kuinka paljon kutakin semanttista legitimointistrategiaa on käytetty tarkastelluissa ympäristöraporteissa yhteensä.

32 prosenttia kaikista ilmaisuista kuvaa korjaavia toimenpiteitä. Ympäristönhallinnan tavoitteisiin ja toimenpiteisiin liittyviä epätarkkoja ilmaisuja on siis selvästi eniten. Seuraavaksi eniten on kuitenkin kuvattu toteutettuja toimenpiteitä konkreettisesti ja tapahtuneisiin muutoksiin liittyvän strategian käyttö katkaakin 24 prosenttia kaikkien strategioiden käytöstä. (Taulukko 14.)

Myös symboleihin identifiointia esiintyy melko paljon tarkasteltujen kuntien ympäristöraporteissa. 22 prosenttia kaikista ilmaisuista liittyy symboleihin identifiointiin (taulukko 14).

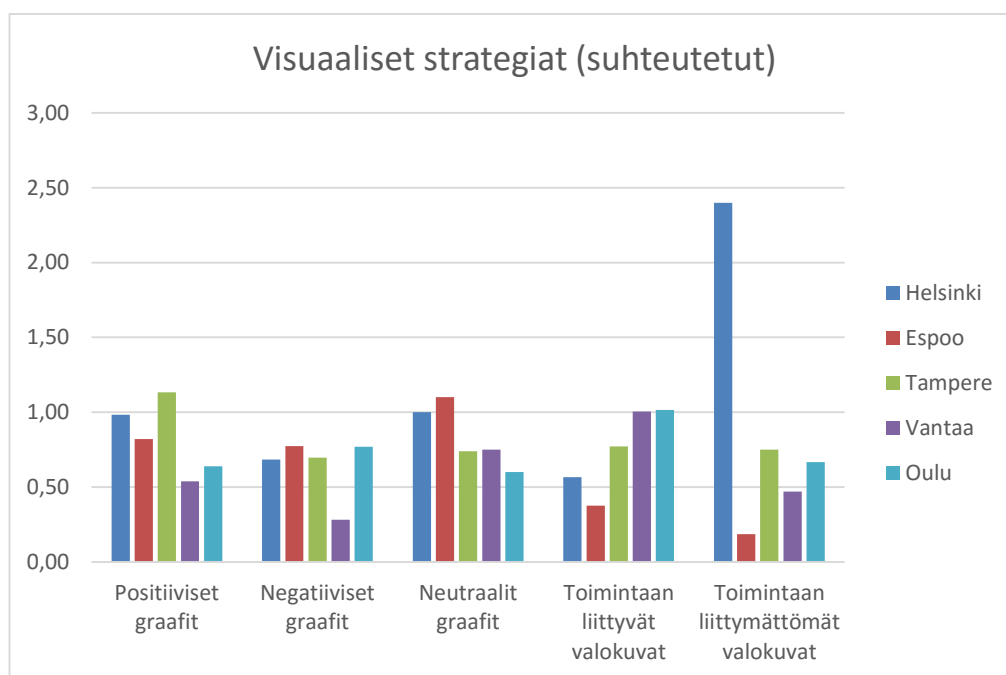
Tulevaisuuden tavoitteista ja kehityssuunnitelmista ei ole kerrottu paljoakaan konkreettisesti. Suunnitellut muutokset –strategia kattaa vain 12 prosenttia strategioiden käytöstä (taulukko 14). Tarkastelluissa raporteissa on keskitytty kertomaan enemmän jo toteutetuista toimenpiteistä kuin suunnitteilla olevasta toiminnasta.

Itsensä korostamista, peittelyä sekä näkemysten ja odotusten muuttamista on havaittavissa tarkastelluissa raporteissa vain vähän. Itsensä korostaminen kattaa 7 prosenttia semanttisten strategioiden käytöstä ja kahta viimeksi mainittua strategiaa on käytetty vain 2 prosentin verran kumpaakin (taulukko 14).

Kaiken kaikkiaan semanttisiin strategiaihin kuuluvista ilmaisista 36 prosenttia lukeutuu toiminnan muuttamiseen ja 64 prosenttia mielikuvien muokkaamiseen. Näin ollen kuntien voidaan tulkita käyttävän legitimointistrategioita ainakin osittain antaakseen positiivisen vaikutelman kunnan ympäristönhallinnasta.

6.6.2 Visuaalisten legitimointistrategioiden käyttö

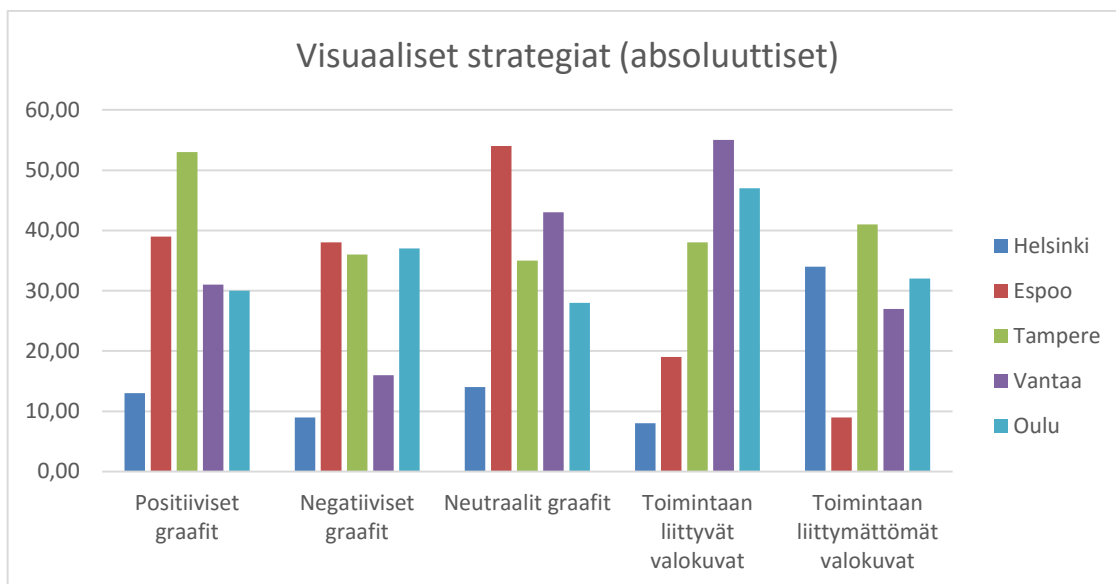
Visuaalisten strategioiden käytön jakaantumista kaupungeittain kuvataan kuvioissa 13 ja 14. Kuviossa 13 visuaalisten strategioiden määrät on suhteutettu tutkittavien raporttien sivumääriin kun taas kuvio 14 ilmentää strategioiden käyttöä absoluuttisin määrin.



KUVIO 13 Visuaalisten strategioiden suhteellinen käyttö

Kuviosta 13 ilmenee, että sivumääriin suhteutettuna visuaalisten strategioiden käytössä ei ole kovinkaan suuria eroja kaupunkien välillä. Poikkeuksen tekee toi-

mintaan liittymättömien valokuvien määrä Helsingin ympäristöraporteissa. Helsinki on käyttänyt selvästi muita kuntia enemmän kuvia, jotka eivät suoraan liity todelliseen toimintaan.



KUVIO 14 Visuaalisten strategioiden absoluuttinen käyttö

Visuaalisten strategioiden absoluuttisia määriä tarkasteltaessa ei kuviosta 14 erotu mitään yhtä poikkeavaa kuin kuviossa 13. Huomion arvoista on kuitenkin valokuvien määrä Tampereen raporteissa. Valokuvien määrää ilmentävät pylväät ovat Tampereen kohdalla melko korkeat, vaikka Tampereen vuoden 2013 raportissa ei ole ollenkaan valokuvia. Tämä kertoo siitä, että aiempien vuosien raporteissa Tampereen on täytynyt käyttää hyvin runsaasti valokuvia.

TAULUKKO 15 Visuaalisten strategioiden käytön jakaantuminen kaupungeittain

Suhteelliset		Absoluuttiset	
Helsinki	29 %	Tampere	26 %
Tampere	21 %	Oulu	22 %
Oulu	19 %	Vantaa	22 %
Espoo	17 %	Espoo	20 %
Vantaa	15 %	Helsinki	10 %

Taulukossa 15 esitetään visuaalisten strategioiden käytön laajuus kaupungeittain sekä suhteellisesti että absoluuttisesti mitattuna.

Helsingin prosenttiosuus visuaalisten strategioiden käytöstä on absoluuttisesti mitattuna pienin. Kuitenkin, kun määrät suhteutetaan raporttien sivumääriin käy ilmi, että Helsinki on käyttänyt suhteessa eniten visuaalisia legitimointistrategioita.

Suhteutettuna raporttien sivumääriin Vantaa on käyttänyt vähiten visuaalisia legitimointistrategioita. Absoluuttisesti mitattuna Vantaan käyttämät visuaaliset strategiat kattavat 22 prosenttia kaikesta strategioiden käytöstä (taulukko 15). Tämä on melko suuri prosenttiosuus ottaen huomioon, että Vantaan osalta aineistoon kuuluu vain kolme raporttia. Vantaa on käyttänyt siis suhteessa enemmän visuaalista legitimointia kuin muut kunnat. Raporttien pienemmästä määrästä huolimatta Vantaa on käyttänyt absoluuttisesti kaikkein eniten toimintaa aidosti heijastavia valokuvia (kuvio 14).

Taulukosta 15 voi huomata, että visuaalisten strategioiden käytössä kaupunkien väliset erot eivät ole loppujen lopuksi kovinkaan suuria.

TAULUKKO 16 Visuaalisten strategioiden käytön jakaantuminen

Toimintaan liittymättömät valokuvat	23 %
Positiiviset graafit	21 %
Neutraalit graafit	21 %
Toimintaan liittyvät valokuvat	19 %
Negatiiviset graafit	16 %

Taulukko 16 havainnollistaa visuaalisten strategioiden käytön jakaantumista. Eniten tutkittavissa ympäristöraporteissa on käytetty toimintaan liittymättömiä valokuvia ja positiivisia graafeja. Vähiten on käytetty negatiivista kehitystä kuvaavia graafeja. Tämä viittaa mahdollisesti pragmaattisen legitimaation tavoitteluun ja positiivisen mielikuvan luomiseen (Hrasky 2012; Cho, Michelon & Patten, 2012). On kuitenkin huomioitava, että strategioiden käytön laajuutta kuvaavissa prosenttiosuuksissa ei ole kovinkaan suuria eroja eikä pragmaattisen legitimoinnin tavoitteluun liittyviä strategioita ole käytetty merkittävästi enempää kuin muita strategioita. Kaiken kaikkiaan visuaalisia strategioita on käytetty melko tasaisesti tutkittavissa raporteissa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTAA

7.1 Yhteenveto tutkimuksen tuloksista

Tutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa minkälaisia legitimointistrategioita Suomen suurimmat kunnat käyttävät ympäristöraportoinnissaan ja miten strategioiden käyttö on muuttunut tarkasteluajanjaksona. Lisäksi haluttiin selvittää onko strategioiden käytössä kaupunkikohtaisia eroja.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että semanttisten strategioiden käytössä esiintyy jonkin verran eroja. Selvästi eniten tarkastelluissa raporteissa on käytetty korjauksia toimenpiteitä kuvaavia ilmaisuja. Epätarkat lausunnot tavoitteista ja toiminnasta ovat siis melko yleisiä raporteissa. Paljon on kuitenkin myös kerrottu konkreettisesti toteutetuista toimenpiteistä, mutta konkreettisia tulevaisuuden suunnitelmia ei ole kuvattu kovinkaan laajasti. Konkreettiset esimerkit keskittyvät siis menneeseen tulevien kehitysideoiden sijaan. Raporteissa esiintyy myös jonkin verran symboleihin identifiointia. Itsensä korostamista, peittelyä sekä näkemysten ja odotusten muuttamista on havaittavissa vain vähän.

Yhteistä kaikille kunnille on se, että peittelyä tai näkemysten ja odotusten muuttamista ei ole käytetty joko ollenkaan tai niin vähän ettei sillä ole kokonaisuuden kannalta merkitystä. Etenkin peittelyn puuttuminen voidaan nähdä positiivisena asiana. Epäedullisista ja kehitystä kaipaavista asioista on kerrottu avoimesti raporteissa. Myös negatiivisia asioita on tuotu esille ja tämä voidaan tulkita merkinä todellisesta huolesta ympäristöä kohtaan. On normaalia, että positiivista ja negatiivista vaihtelua esiintyy vuosittain, mutta jos aina korostettaisiin vain positiivisia puolia, olisi syytä epäillä raportoinnin tarkoituksenmukaisuutta.

Visuaalisten strategioiden käyttö jakaantuu hyvin tasaisesti ja kaikkia strategioita on käytetty melkein saman verran. Pienistä eroista huolimatta on havaittavissa, että raporteissa on käytetty eniten toimintaan liittymättömiä valokuvia ja positiivisia graafeja ja vastaavasti vähiten on käytetty negatiivisia graafeja. Tämä viittaa mahdollisesti positiivisen mielikuvan luomiseen legitimoinnin keinoin.

Legitimointistrategioiden käyttö on vaihdellut melko paljon vuosien 2006 ja 2013 välillä. Helsingin kohdalla semanttisten strategioiden käyttö on kokonaisuudessaan lisääntynyt 42 prosenttia ja visuaalisten strategioiden käyttö vähentynyt 22 prosenttia. Espoon raporteissa semanttiset strategiat ovat lisääntyneet 53 prosenttia ja visuaaliset strategiat 10 prosenttia. Tampereen osalta kaikkien strategioiden käyttö on laskenut selvästi, sillä semanttisten strategioiden käyttö on pudonnut 90 prosenttia ja visuaalisten strategioiden käyttö 60 prosenttia. Vantaan raporteissa semanttiset strategiat ovat vähentyneet 26 prosenttia, kun taas visuaaliset strategiat ovat lisääntyneet 37 prosenttia. Oulun kohdalla semanttisten strategioiden käyttö on vähentynyt 33 prosenttia, mutta visuaalisten strategioiden käyttö on lisääntynyt jopa 142 prosenttia tarkastellulla aikavälillä.

Vaihtelua strategioiden käytössä esiintyy siis melko paljon. Espoo on ainoa, jonka raporteissa sekä semanttisten että visuaalisten strategioiden käyttö on lisääntynyt. Tampere sen sijaan on ainoa, jonka kohdalla semanttisten ja visuaalisten strategioiden käyttö on vähentynyt. Strategioiden käytössä tapahtuneessa muutoksessa ei siis ole havaittavissa mitään yleistä trendiä.

Tutkimuksen tuloksista voidaan havaita kuntien välisiä eroja legitimointistrategioiden käytössä. Suhteutettuna raporttien sivumääriin Helsinki on käyttänyt eniten sekä semanttisia että visuaalisia legitimointistrategioita. Helsinki on kaupungeista suurin ja pääkaupunkina mahdollisesti eniten esillä mediassa, joten voisi olla mahdollista että sillä on myös suurimmat paineet legitimoida toimiaan. Vähiten sekä semanttisia että visuaalisia strategioita on käyttänyt Vantaa. Tampereen kohdalla strategioiden määrään vaikuttaa siirtyminen diaesityksiin. Tampereen raportointi on tiivistetty dioihin ja raporteissa keskitytään enemmänkin luettelemaan ympäristöhallintaan liittyviä faktoja. Tämä vähentää myös legitimointistrategioiden käyttöä Tampereen osalta. Semanttisten strategioiden käytön laajuudessa on jonkin verran eroja kaupunkien välillä, mutta visuaalisten strategioiden käyttö jakaantuu tasaisemmin.

Yksi tämän tutkimuksen tarkoituksista on herättää tietoisuutta legitimointistrategioiden käytöstä, jotta lupauksiin ja raportoituihin asioihin osattaisiin suhtautua myös kriittisesti eikä kaikkea välttämättä uskottaisi sokeasti. Legitimointistrategioiden käyttö raportoinnissa ei kuitenkaan ole pelkästään huono asia, sillä strategioilla pystytään lisäämään mielenkiintoa tekstiin ja kiinnittämään huomiota ympäristöasioihin. Epätarkat lausunnot saattavat perustua todelliseen huoleen ympäristöstä, vaikkei konkreettisista toimenpiteistä kerrottaisikaan.

7.2 Caset ja haastattelut raporteissa

Tutkimus keskittyy kartoittamaan määriteltyjen legitimointistrategioiden käyttöä valituissa ympäristöraporteissa. Aineistoa läpikäydessä tutkijan huomio kiinnittyi kuitenkin myös erilaisten case-esimerkkien ja haastatteluiden käyttöön osana raportointia. Caset ja haastattelut voivat itsessään olla osa legitimointia ja niillä saatetaan pyrkiä vahvistamaan positiivista kuvaa organisaatiosta. Lähes kaikki tarkastellut kunnat käyttivät caseja tai haastatteluja raporteissaan.

Tulkintaa haastattelujen käyttämisestä osana legitimointia vahvistaa esimerkiksi Espoon vuoden 2008 raportissa oleva ministeri Lehtomäen haastattelu. Haastattelu voidaan nähdä osittain symboleihin identifiointina, sillä ympäristöministerin ajatellaan yleisesti olevan legitiimi toimija.

Casejen ja haastattelujen avulla pystytään vetoamaan lukijaan tehokkaasti, sillä kirjoituksen sävy on usein vapaamuotoisempi verrattuna muuhun raporttiin. Kun ympäristöasiat liitetään johonkin yksittäiseen tahoon tai ihmiseen, niin asiasta tulee konkreettisempi ja lukija saa kuvan siitä, että ympäristöasioiden eteen tehdään todellisia toimenpiteitä.

7.3 Tutkimuksen luotettavuus ja rajoituksia

Valittu tutkimusmenetelmä mittaa hyvin tutkittavia asioita ja soveltuu tutkimuksen tarkoitukseen. Legitimointistrategioiden käyttö ei ole yksiselitteisesti mitattavissa ja menetelmä jättää sopivasti tilaa tutkijan omalle harkinnalle. Jokaisen legitimointistrategian kohdalla on määritelty minkälaiset seikat kuvaavat juuri kyseistä strategiaa. Tutkimuksen luotettavuutta kuitenkin heikentää hieman se, että vaikka strategiat onkin valmiiksi määritelty, on osittain tutkijan subjektiivisen tulkinnan varassa mitkä ilmaisut tai sanamuodot kuuluvat minkäkin strategian piiriin. Joidenkin ilmaisujen kohdalla ei aina ole selvää lasketaanko se osaksi strategioiden käyttöä. Myös analyysirunko on tutkijan itsensä kokoama ja se saattaa jättää huomiotta joitakin asioita.

Luotettavuuteen vaikuttavat myös mahdollisesti vääristyneet tulokset. Vantaan osalta tulosten vertailtavuuteen vaikuttaa heikentävästi se, että Vantaan kohdalla aineisto koostuu vain kolmesta raportista, kun muilla kaupungeilla tuloksiin on laskettu neljässä raportissa käytetyt legitimointistrategiat. Myös vaihtelua legitimointistrategioiden käytössä on vaikea arvioida luotettavasti vain kolmen vuoden perusteella. Tampereen osalta tulokset saattavat olla vääristyneitä, sillä raportoinnin siirtyminen diaesitysten muotoon kyseenalaistaa vertailukelpoisuuden muiden raporttien kanssa. Legitimointistrategioiden määrät on suhteutettu raporttien sivumääriin ja dioihin mahtuu selvästi vähemmän tekstiä kuin tekstitiedoston sivuihin. Näin ollen, tulokset saattavat vääristyä myös Tampereen osalta.

7.4 Jatkotutkimusaiheita

Tässä tutkimuksessa on keskitytty legitimointiin kuntasektorin kannalta. Tutkimuksessa on tarkasteltu määriteltyjen legitimointistrategioiden käyttöä Suomen suurimpien kuntien ympäristöraporteissa tiettyinä ajanjaksona. Valittu aihepiiri tarjoaa kuitenkin runsaasti mahdollisuuksia aiheita käsitteleviin tuleviin tutkimuksiin.

Tässä tutkimuksessa tarkastelun kohteena ovat Suomen suurimmat kunnat, mutta mielenkiintoista tutkittavaa tarjoaisi varmasti osaltaan Talvivaaran kaivosyhtiön vuoksi julkisuutta saanut Kainuun maakunnassa sijaitseva Sotkamon kunta. Legitimoinnin kannalta Sotkamo olisi mielenkiintoinen tutkimuskohde, sillä oletettavasti legitimointikeinoja tarvinneen Talvivaaran yhtiön lisäksi, myös Sotkamon kunta on mahdollisesti joutunut legitimoimaan toimiaan valvovana viranomaisena. Legitimointistrategioiden käytön laajuutta Sotkamon kunnassa voisi verrata esimerkiksi tässä tutkimuksessa tutkittavien kuntien legitimoinnin määrään. Olisi mielekäästä verrata Sotkamo kuntiin, jotka eivät ole kohdanneet samankaltaista mittavaa ympäristökatastrofia.

Kuntasektorilla tutkittavaa olisi myös pienempien kuntien kohdalla. Legitimointia tai ympäristöraportointia yleensäkin ei ole tutkittu pienten kuntien

osalta. Tämän tutkimuksen tuloksia olisi mielenkiintoista verrata pienempien kuntien legitimoitikäytäntöihin. Ongelmaksi voisi kuitenkin muodostua ympäristöraporttien saatavuus. Pienillä kunnilla ympäristöraportointi ei ole yhtä laajaa kuin suuremmilla kunnilla eikä ympäristöhallintaan liittyviä raportteja välttämättä julkaista ollenkaan.

Kuntien legitimoitikäytäntöjä voisi myös verrata yritysten käytäntöihin. Kiinnostavaa olisi tietää, käyttävätkö yritykset enemmän legitimoitua ympäristöraporteissaan kuin kunnat. Legitimoitua on tutkittu yritysten kannalta melko paljon, joten aiempaa tutkimusta olisi helppo löytää. Monet yritykset myös julkaisevat aktiivisesti kattavia ympäristöraportteja. Haasteena olisi selvittää voiko kuntia ja yrityksiä luotettavasti verrata keskenään organisaatioiden erilaisuuden vuoksi. Olisi myös vaikea määrittää minkä kokoluokan tai toimialan yrityksiä sisällytettäisiin tutkimukseen.

Legitimointiin liittyen voitaisiin myös tutkia tarkemmin erilaisten haastattelujen ja casejen merkitystä raportoinnissa. Myös valokuvien ja graafeihin voisi perehtyä tarkemmin. Tässä tutkimuksessa ei esimerkiksi otettu huomioon graafien vääristelyä tai valokuvien kokoa ja sijoittelua. Näistäkin voisi löytyä legitimoitimahdollisuuksia, joihin voisi syventyä tulevilla tutkimuksilla.

Yllä on esitetty vain muutamia esimerkkejä legitimointiin ja ympäristöraportointiin liittyen. Mahdollisuuksia tuleviin tutkimuksiin on kuitenkin erittäin paljon, sillä aihepiiriä on tutkittu vasta melko vähän aikaa.

LÄHTEET

- Anttiroiko, A-V. 2004. Yhteiskuntavastuu ja sen määrittelyprosessi. Teoksessa Järvinen, R. (toim.) Yhteiskuntavastuu: näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. [Tampere]: Tampere U.P.
- Amran, A. & Ooi, S. K. 2014. Sustainability reporting: meeting stakeholder demands. *Strategic Direction* 30 (7), 38-41.
- Azzone, G., Brophy, M., Noci, G., Welford, R. & Young, W. 1997. A Stakeholders' View of Environmental Reporting. *Long range planning* 30 (5), 699-709.
- Bennett, M., James, P., & Klinkers, L. 1999. Sustainable measures : evaluation and reporting of environmental and social performance. Sheffield U.K.: Greenleaf Pub.
- Benoit, W. L. 1997. Image repair discourse and crisis communication. *Public relations review* 23 (2), 177-186.
- Boyd, J. 2000. Actional Legitimation: No Crisis Necessary. *Journal of Public Relations Research* 12 (4), 341-353.
- Bremser, W. G. 2014. A Growing Interest in Sustainability. *CPA Journal*, 15-17.
- Brønn, P. & Vidaver-Cohen, D. 2009. Corporate Motives for Social Initiative: Legitimacy, Sustainability, or the Bottom Line? *Journal of Business Ethics* 87, 91-109.
- Cho, C. H. 2009. Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster: A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents. Routledge.
- Cho, C. H., Michelon, G. & Patten, D. M. 2012. Impression Management in Sustainability Reports: An Empirical Investigation of the Use of Graphs. *Accounting & the Public Interest* 12 (1), 16-37.
- Dowling, J. & Pfeffer, J. 1975. Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific sociological review* , 122-136.
- English, D. M. & Schooley, D. K. 2014. The Evolution of Sustainability Reporting. *CPA Journal* , 26-35.
- Freedman, M. & Jaggi, B. 2010. Sustainability, environmental performance and disclosures. Bingley: Emerald,. *Advances in environmental accounting & management ; ISSN v. 4.*
- Global Reporting Initiative. 2013. G4 Sustainability reporting guidelines. Reporting principles and standard disclosures. [Viitattu 23.4.2015] Saatavana: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>
- Gregoriou, G. N., & Finch, N., 2012. Best practices in management accounting. New York N.Y.: Palgrave Macmillan,. ebrary SUPO. .
- Guenther, E., Hoppe, H. & Poser, C. 2007. Environmental Corporate Social Responsibility of Firms in the Mining and Oil and Gas Industries: Current Status Quo of Reporting Following GRI Guidelines. *Greener Management International* (53), 7-25.

- Guthrie, J. & Parker, L. D. 1989. Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting & Business Research* (Wolters Kluwer UK) 19 (76), 343-352.
- Hahn, R. & Lülfes, R. 2014. Legitimizing Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. *Journal of Business Ethics* 123 (3), 401-420.
- Hrasky, S. 2012. Visual disclosure strategies adopted by more and less sustainability-driven companies. *Accounting Forum* 36 (3), 154-165.
- Jussila, M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. [Helsinki]: Infor.
- Kalpala, A. 2004. Johdantopuheenvuoro. Teoksessa Järvinen, R. (toim.) Yhteiskuntavastuu: näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen. [Tampere]: Tampere U.P.
- Kirjanpitolautakunnan kuntajaosto. 2009. Yleisohje ympäristöasioiden kirjaamisesta ja esittämisestä kunnan ja kuntayhtymän tilinpäätöksessä. [Helsinki]: Suomen kuntaliitto.
- Knuutila, H. 2007. Ohje kunnan ympäristötilinpäätöksen laatimiseen – Tehty KUTU-ptojektissa. Efeko Oy. [Helsinki]: Canon Kuntatalo. [Viitattu 11.11.2015]. Saatavana: <http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/ymparisto/ymparistonsuojelu/kunta/Ymparistotilinpaaotos/Documents/Ohje%20kunnan%20ymp%C3%A4rist%C3%B6tilinp%C3%A4%C3%A4t%C3%B6ksen%20laatimiseen.pdf>
- Kolk, A. 1999. Evaluating corporate environmental reporting. *Business Strategy and the Environment* 8 (4), 225-237.
- Kuntalaki 365/1995, 29§.
- Kuutoskaupunkien ekologisen kestävyden indikaattorit 2006-2010. 2012. [Viitattu 11.1.2015]. Saatavana: <http://www.ouka.fi/documents/64417/5a261bfe-03d8-4efa-9c89-ad059a26c684>
- Kuutoskaupunkien kestävä kehityksen indikaattorit 2004-2006. 2008. [Viitattu 11.1.2015] Saatavana: <http://www.ouka.fi/documents/64417/8f169b47-f3b2-40a0-9fd9-363e9fa52d11>
- 24.7.1986/64 (Laki kuntien ympäristönsuojelun hallinnosta).
- 5.12.1996/1013 (Laki kuntien ympäristönsuojelun hallinnosta, 1§ muutossäädös, HE 212/1996).
- Merkel-Davies, D. M. & Brennan, N. M. 2007. Discretionary disclosure strategies in corporate narratives: incremental information or impression management? *Journal of accounting literature* 27, 116-196.
- Michelon, G. 2011. Sustainability Disclosure and Reputation: A Comparative Study. *Corporate Reputation Review* 14 (2), 79-96.
- Mätäsaho, R. & Niskala, M. 1996. Ympäristölaskentatoimi. [Helsinki]: WSOY. *Ekonomia* ISSN.
- Mätäsaho, R. & Niskala, M. 1997. Ympäristölaskentatoimi ja valta-ympäristö. *Liiketaloudellinen aikakauskirja*, 1/97, 76-91.

- Niskala, M., Pajunen, T. & Tarna-Mani, K. 2009. Yhteiskuntavastuureportointi: raportointi- ja laskentaperiaatteet. Helsinki: KHT-media. KHTpro. ISSN.
- Niskala, M. & Pretes, M. 1995. Environmental reporting in Finland: A note on the use of annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 20 (6), 457-466.
- O'Donovan, G. 2002. Environmental disclosures in the annual report: extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15 (3), 344-371.
- Patten, D. M. 2002. The relation between environmental performance and environmental disclosure: a research note. *Accounting, Organizations & Society* 27 (8), 763-773.
- Schreier, M. 2012. *Qualitative content analysis in practice*. Thousand Oaks (Calif.): Sage Publications. Lisäpainokset: Repr. 2013.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Väestörekisterikeskus. 2014. Kuntien asukasluvut suuruusjärjestyksessä. Väestötietojärjestelmä. [Viitattu 11.1.2015]. Saatavana: <http://vrk.fi/default.aspx?docid=8699&site=3&id=0>
- Ympäristönsuojelulaki 86/2000, 25§.