

KULTTUURINEN KESTÄVYYS YHTEISKUNNALLISTEN YRITYSTEN VASTUULLISUUSTOIMINNASSA

Alisa Asp
Kulttuurit ja yhteisöt
muuttuvassa maailmassa
Historian ja etnologian laitos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2024

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Historian ja etnologian laitos
Tekijä Alisa Asp	
Työn nimi Kulttuurinen kestävyys yhteiskunnallisten yritysten vastuullisuustoiminnassa	
Oppiaine Kulttuurit ja yhteisöt muuttuvassa maailmassa	Työn laji Pro gradu
Aika Kevät 2024	Sivumäärä 48+6
Tiivistelmä <p>Tässä maisterintutkielmassa tutkin kulttuurista kestävyyttä yhteiskunnallisten yritysten vastuullisuustoiminnassa. Tutkimusaineistoni koostuu yhdestä taustoittavasta puolistrukturoidusta asiantuntijahaastattelusta ja kolmesta teoriaa luovasta asiantuntijahaastattelusta.</p> <p>Päätutkimuskysymykseni on, miten yhteiskunnallisissa yrityksissä suhtaudutaan kulttuuriseen kestävyys- ja miten se huomioidaan osana muuta vastuullisuustyötä. Tutkimukseni lähtökohtana on, että yhteiskunnallisissa yrityksissä arvolähtöinen liiketoiminta mahdollistaa myös vastuullisuuskysymysten ratkaisuun tähtäävät olosuhteet, joissa kulttuurinen kestävyys voidaan ottaa huomioon.</p> <p>Keskeisiä käsitteitä tutkimuksessani ovat kulttuurinen kestävyys, yhteiskunnallinen yritys ja kestävä kehitys. Aihetta on aiemmin sivuttu esimerkiksi talousmaantieteen ja kulttuurituotannon aloilla, sekä sosiaalisen vastuullisuuden näkökulmasta laskentatoimen ja yrittäjyyden aloilla, mutta tutkimukseni tuo keskusteluun humanistisyhteiskuntatieteellisen näkökulman. Käytän aineiston analyysissä menetelmänä sisällönanalyysia, jonka avulla pyrin hahmottamaan haasteltavien käsityksiä edustamansa yrityksen suhtautumisesta ja käytännön toimista kulttuurisen kestävyuden edistämiseksi.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että yhteiskunnallisissa yrityksissä on hyvät lähtökohdat kulttuurisen kestävyuden huomioimiselle, mutta sitä ei aina tunnisteta tai tehdä tietoisesti. Yhteiskunnallisten yritysten lainsäädännöllisen aseman puuttuminen ja määritelmän monitulkintaisuus haastavat myös yhteiskunnallisten yritysten työntekijöiden omaa ymmärrystä paikastaan kolmannen sektorin järjestö- ja säätiötoiminnan sekä ensimmäisen sektorin yrityssectän välillä.</p>	
Asiasanat kulttuurinen kestävyys, kestävä kehitys, yhteiskunnallinen yritys, yritysvastuu	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

Sisällys

1	JOHDANTO	4
1.1	Tutkimustehtävä ja -kysymykset.....	6
2	KULTTUURISESTI KESTÄVÄ KEHITYS JA YHTEISKUNNALLISET YRITYKSET	10
2.1	Kestävä kehitys.....	10
2.1.1	Agenda2030.....	11
2.1.2	Kulttuurinen kestävyys	15
2.2	Yhteiskunnalliset yritykset	17
2.2.1	Määritelmä.....	17
2.2.2	Yritys- ja yhteiskuntavastuu	19
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	21
3.1	Aineiston rajaus ja haastattelumenetelmät.....	21
3.1.1	Haastattelut	21
3.1.2	Verkkosivut	21
3.1.3	Haastatteluaineiston rajaus.....	22
3.1.4	Puolistrukturoitu asiantuntijahaastattelu	23
3.1.5	Teoriaa luova asiantuntijahaastattelu.....	24
3.2	Analyysimenetelmä ja aineistonhallinta.....	25
3.2.1	Laadullinen sisällönanalyysi	25
3.2.2	Aineistonhallinta ja tutkimusetiikka	26
4	YHTEISKUNNALLISET YRITYKSET VASTUULLISUUSTOIMIJAINA	28
4.1	Arvoliitto	28
4.2	Yhteiskunnallisen yrityksen asema	29
4.3	Yhteiskunnalliset yritykset vastuullisuustyön edelläkävijöinä.....	33
5	KULTTUURINEN KESTÄVYYS VASTUULLISUUSTOIMINNASSA	37
5.1	Agenda2030 ohjaamassa vastuullisuustoimintaa	37
5.2	Kulttuurin rooli osana kestävyyskategorioita	39
5.3	Kulttuuriosaamisen merkitys.....	42
6	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	46
	LÄHTEET	49

1 JOHDANTO

Maisterintutkielmani aiheena on kulttuurisen kestävyuden huomioiminen yritysten vastuullisuustoiminnassa. Tutkin, miten yhteiskunnallisissa yrityksissä suhtaudutaan kulttuuriseen kestävyteen ja miten se huomioidaan osana vastuullisuustyötä. Valitsin tutkimusaiheen, koska olen kiinnostunut yritysten ja yhteiskunnan suhteesta ja erityisesti kulttuuriosaamisesta (ks. 5.3 Kulttuuriosaamisen merkitys) yrityksissä.

Etsiessäni tietoa yritysten vastuullisuusraportoinnista selasin läpi useampien isojen suomalaisten yritysten GRI-raportteja (Global Reporting Initiative). GRI on itsenäinen säätiö ja Yhdistyneiden kansakuntien ympäristöjärjestön UNEP:in yhteistyöelin. Sen avulla pyritään siihen, että eri toimialoilla toimivat ja eri kokoiset yritykset voivat raportoida yhteiskuntavastuustaan helposti ymmärrettävästi. GRI pitää sisällään sekä yleiset standardit (101 Foundation, 102 General Disclosures & 103 Management Approaches) että aihekohtaiset standardit (200 Economic, 300 Environmental & 400 Social). (The GRI Standards.) Suomessa raportointi on ollut pakollista 31.12.2023 alkaen tarkoittaen sitä, että kevään 2025 aikana raportointivelvolliset yhtiöt julkaisivat vuoden 2024 tietojen pohjalta ensimmäiset EU-direktiivin mukaiset päivitettyt yhteiskuntavastuuraporttinsa. Raportointivelvollisia ovat suuret, yleisen edun kannalta merkittävät yhtiöt, eli listayhtiöt, luottolaitokset ja vakuutusyhtiöt, joiden henkilömäärä ylittää tilikauden aikana keskimäärin 500 henkeä ja joiden liikevaihto on ollut yli 40 miljoonaa euroa tai tase 20 miljoonaa euroa. (Työ- ja elinkeinoministeriö c.)

Sosiaalisen yhteiskuntavastuun raportoinnin kategorioissa (400 Social) on eritelty myös kulttuurisia asioita, kuten alkuperäiskansojen oikeudet ja toiminnan vaikutus paikallisyhteisöihin. Ne eivät kuitenkaan kuulu pakollisten raportoitavien osa-alueiden joukkoon, joten oman selvitykseni perusteella hyvin harva yritys on sisällyttänyt näitä teemoja GRI-raporttiinsa. Lisäksi huomasin, että kulttuurinen kestävyys jää lähes aina sosiaalisen kestävyuden varjoon. Sosiaalisen vastuun kategorioista raportoinnin kohteeksi ovat taas valikoituneet usein yrityksen sisäiset sosiaaliset tekijät, kuten työturvallisuus ja henkilöstön monimuotoisuus, eivät niinkään yrityksen toiminnan vaikutukset sen ulkopuolisiin sidosryhmiin.

Halusin selvittää, miten kulttuuriseen kestävyteen suhtaudutaan yhteiskunnallisissa yrityksissä ja löytää tekijöitä, jotka selittäisivät kulttuurin vähäistä näkyvyyttä vastuullisuuskeskustelussa. Tutkimuskohteeksi valitsin yhteiskunnalliset yritykset, koska oletukseni on, että niissä on muita liiketoimintamalleja toteuttavia yrityksiä enemmän kiinnostusta asiaa kohtaan. Uskon myös, että yhteiskunnallisista yrityksistä löytyy keskimäärin enemmän kulttuurista osaamista

ja ymmärrystä, mikä voi auttaa täsmällisempien vastausten saamisessa (ks. 2.2 Yhteiskunnalliset yritykset).

Tutkimuksen edetessä huomasin, miten monitulkintainen *yhteiskunnallinen yritys* on käsitteenä, ja miten paljon siihen liittyy vääriä oletuksia, kuten että yhteiskunnallisen yrityksen yhtiömuodon täytyy olla osakeyhtiö tai osuuskunta. Samoin kulttuurinen kestävyys on käsitteenä sellainen, jolle ei ole olemassa yhtä yleistä määritelmää, mikä tekee sen tarkastelusta hyvin haastavaa. Kulttuurisen kestävyuden käsittelemisen lisäksi päädyin haastatteluiden pohjalta pohtimaan myös yhteiskunnallisten yritysten määritelmää tai sen puutetta, sekä niiden asemaa suomalaisella yritys kentällä.

Kulttuurinen vastuullisuus ja kulttuurinen kestävyys ovat käsitteitä, jotka menevät helposti sekaisin keskenään, erityisesti puhekielessä. Kestävyys viittaa toiminnan pitkän aikavälin vaikutusten arvioimiseen, kun taas vastuullisuus korostaa enemmänkin toiminnan eettisen oikeutuksen pohdintaa (Lehtonen 2023). Käytän tutkielmassani molempia käsitteitä, koska Yhdistyneiden kansakuntien Agenda2030:n tavoitteet on nimetty kestävä kehityksen tavoitteiksi, jolloin puhutaan myös kulttuurisesti kestävästä kehityksestä (ks. 2.1.3 Kulttuurisesti kestävä kehitys). Kulttuurista kestävyttä on käyttämäni määritelmän mukaan se, miten kulttuurisia asioita, kuten kieltä, perinteitä ja tapoja säilytetään (Lehtonen 2023).

Yrityksimaailmassa sen sijaan puhutaan vastuullisuusraportoinnista ja yritys vastuun kategorioista, (ks. 2.2.2 Yritys- ja yhteiskuntavastuu) joihin myös sosiaalinen ja kulttuurinen vastuullisuus kuuluvat. Pyrin tutkimuksessa noudattamaan tätä käsitteellistä jaottelua sen mukaan, puhutaanko kestävästä kehityksestä (ks. 2.1 Kestävä kehitys) vai yritysten vastuullisuudesta (ks. 2.2.2 Yritys- ja yhteiskuntavastuu). Analyysiosiossa käsitteet sekoittuvat enemmän, koska myös tutkimusta varten haastatellut henkilöt käyttävät puhuessaan molempia käsitteitä. Tästä johtuen suorat lainaukset todennäköisesti pitävät sisällään käsitteiden käyttöä muissa kuin määritelmien mukaisissa yhteyksissä.

Myös vastuullisuuden käsite on haastava, koska sen käyttö on yleistynyt ja arkipäiväistynyt. Suomessa yritysten mainostama vastuullisuus on usein melko aitoa, eikä ainoastaan brändin julkisivun kiillotusta. (Pihlström 2021.) Organisaation sitoutumisesta vastuullisuuteen viestitään ulkopuolellakin usein mainitsemalla vastuullisuus yhtenä organisaation arvoista, joihin suhtaudutaan vakavasti organisaation toiminnassa. Pihlströmin mukaan ”vastuullisuuden mainitseminen yrityksen tai muun yhteisön arvona ei siis yleensä tarjoa kovin sisällöllistä näköalaa harjoitetun toiminnan luonteeseen. Vastuullisuus jää liian helposti vain muodikkaaksi kiillotus sanaksi, joka ”täytyy” mainita, ja liian helposti syntyy vaikutelma, että kun se on mainittu, siitä ei tarvitsekaan enempää huolehtia.” Monet perinteisiä liiketoimintamalleja toteuttavat yritykset saattavat yrittää puhua hyviksi mielletyistä asioista kuten ympäristöystävällisyydestä ja kestävästä kehityksestä häivyttääkseen varsinaisen tavoitteensa, eli voiton tavoittelun. (Pihlström 2021.)

Vaikka tutkielmani kohdistuukin yhteiskunnallisiin yrityksiin, joilla voitontavoittelu ei ole keskeisin osa liiketoimintaa, kiinnostaa minua silti tietää, onko vastuullisuustyöstä ja sen monipuolisuudesta myös konkreettista näyttöä pelkän viherpesun (greenwash) sijaan. Viherpesu tarkoittaa mm. Euroopan parlamentin käyttämän määritelmän mukaan sitä, että kuluttajalle annetaan harhaanjohtavasti vaikutelma tuotteen ympäristöystävällisyydestä (Euroopan parlamentti 2024). Kirjaimellista viherpesua en tutkielmassani pyri löytämään, koska tutkielmassa haastateltavat yritykset harjoittavat palveluliiketoimintaa, eikä heidän tuottoensa tule tuotteiden myynnistä. Viherpesua voi kuitenkin esiintyä missä tahansa markkinoinnissa ja retoriikassa, joten aihe koskettaa myös yhteiskunnallisia yrityksiä ja palveluliiketoimintaa.

Sosiaalisen vastuullisuuden tutkimus on ollut melko suosittu opinnäytetyön aihe Suomessa muilla tieteenaloilla, kuten laskentatoimessa ja yrittäjyydessä (esim. Yli-Antola 2021; Heinolainen ym. 2016) mutta humanistisyhteiskuntatieteellinen näkökulma keskustelusta puuttuu. Pyrin omalla tutkielmallani tuomaan esiin sen, miten laadullinen tutkimus ja kulttuurintutkimuksellinen lähestymistapa voi lisätä ymmärrystä ja tarjota uusia keinoja liiketoiminnan ja vastuullisuuden yhdistämiseksi.

Kulttuurinen kestävyys tutkimusaiheena on myös tiedossa, mutta Suomessa sitä on tarkasteltu esimerkiksi talousmaantieteen (esim. Sakko 2008) ja kulttuurituotannon (esim. Rissanen 2014) näkökulmista kaupallisen alan jäädessä huomattavasti vähemmälle. Yritysmaailmasta ei löydy juurikaan tutkimusta, jossa kulttuurista kestävyttä olisi käsitelty muuten, kuin yhtenä osana yritysvastuuta, yrityksen sisäistä organisaatiokulttuuria tai sosiaalisesti kestävää kehitystä.

1.1 Tutkimustehtävä ja -kysymykset

Maisterintutkielmani tavoitteena on tuottaa tietoa siitä, miten yhteiskunnallisissa yrityksissä huomioidaan kulttuurinen kestävyys osana yrityksen vastuullisuustoimintaa. Tutkimuskohdeksi valikoituivat juuri yhteiskunnalliset yritykset, koska oletuksenani on, että niissä vastuullisuuden ja siitä raportointiin kiinnitetään erityistä huomiota. Lisäksi oletuksena on, että joulukosta löytyy vastaajia, joille kulttuurisen kestävyden käsite on tutumpi, ja joita vastuullisuus ja yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen kiinnostaa myös henkilökohtaisella tasolla.

Tutkimuskysymykseni ovat:

- Millaisia erityispiirteitä liittyy yhteiskunnallisten yritysten vastuullisuustoimintaan?
- Millainen rooli kulttuurisella kestävyydellä on yhteiskunnallisten yritysten kestävään kehitykseen tähtäävässä toiminnassa?

Minua kiinnostaa se, miten yhteiskunnallisissa yrityksissä suhtaudutaan kulttuuriseen kestävyteen ja miten se huomioidaan osana muuta vastuullisuustyötä. Tutkimuskysymysteni avulla pyrin saamaan käsityksen siitä miten yhteiskunnalliset yritykset huomioivat ja edistävät kulttuurista kestävyttä osana muuta vastuullisuustoimintaansa.

Esittelen luvussa 2. tutkielman kannalta keskeisimmät käsitteet. Perustelen käyttämäni kestävä kehityksen määritelmää ja Agenda2030:n tavoitteiden hyödyntämistä tutkielmassani. Selitän kestävyden ja vastuullisuuden käsitteiden vaihtelevaa käyttöä tutkielman eri osissa ja avaun myös yhteiskunnallisen yrityksen käsitteen monitulkintaisuutta ja yritys vastuun sisältöä.

Luvussa 3. perustelen tutkimusaineiston rajausta, sekä pohdin aineistonhallinnan ja tutkimusetiikan roolia tutkielmassani. Yhteiskunnallisiin yrityksiin liittyen tein yhden taustahaastattelun, jonka sisältöä hyödynnän sekä käsitteen määrittelyssä että analyysivaiheessa. Tutkielman ensisijaisena aineistona on kolme puolistrukturoitua asiantuntijahaastattelua (ks. 3.1.1 Haastattelut) joita analysoin laadullisen sisällönanalyysin (ks. 3.2.1 Laadullinen sisällönanalyysi) keinoin.

Haastateltaviksi yhteiskunnallisiksi yrityksiksi rajasin Arvoliiton (ks. 4.1. Arvoliitto) jäsenyrityksistä sellaisia yhteiskunnallisen yrityksen määritelmät täyttäviä toimijoita, jotka olivat Arvoliiton jäseniksi hakiessaan valinneet pyrkivänsä noudattamaan toiminnassaan YK:n kestävä kehityksen tavoitteiden joukosta kulttuurisesti kestävä kehityksen osa-alueeseen kuuluvia tavoitteita. Näitä tavoitteita ovat 11. Kestävät kaupungit ja yhteisöt, 16. Rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto, sekä 17. Yhteistyö ja kumppanuus (Kestävä kehitys 2024). Näihin tavoitteisiin sitoutuneista yhteiskunnallisista yrityksistä valitsin kolme, jotka edustavat hieman eri toimialaa ja kokoluokkaa, mutta tutkimuksessa ei eritellä tarkemmin näiden yhteiskunnallisten yritysten yksityiskohtia, jotta ne säilyvät vaikeammin tunnistettavina.

Kahdessa pääanalyysiluvussa (ks. 4. Yhteiskunnalliset yritykset vastuullisuustoimijoina ja 5. Kulttuurinen kestävyys vastuullisuustoiminnassa) käsittelen yhteiskunnallisia yrityksiä vastuullisuustoimijoina ja kulttuurista kestävyttä osana vastuullisuustoimintaa. Pyrin haastatteleaineistoa analysoimalla selvittämään yhteiskunnallisten yritysten asemaa suhteessa muihin yrityksiin, sekä kulttuurisen kestävyden roolia vastuullisuustyössä. Pyrin tunnistamaan, millaista suhtautuminen kulttuuriseen kestävyteen ylipäättään on ja löytämään tapoja, joilla kulttuurisen kestävyden huomioiminen tapahtuu. Toisen analyysiluvun lopuksi pohdin myös sitä, millainen paikka yhteiskunnallisilla yrityksillä on osana yrityskenttää, ja voisiko niiden käytäntöjä hyödyntää myös omistajilleen voittoa tavoittelevissa yrityksissä.

Lopuksi kokoan yhteen keräämäni aineiston ja lähdemateriaalin perusteella tekemiäni johtopäätöksiä ja pohdin, mitä hyötyä tutkimuksesta on tulevaisuudessa. Ehdotan myös, millaiseen suuntaan tutkimusta aiheesta voisi tulevaisuudessa jatkaa.

Kestävä kehitys on monimutkainen käsite, joka on saanut alkunsa huolesta luonnonvarojen kulutukseen liittyen jo 1700-luvulla. Tunnetuin määritelmä muotoiltiin YK:ssa vuonna 1987, jolloin Brundtlandin komissio asetti sosiaaliset, ympäristölliset ja taloudelliset ulottuvuudet pitkän aikavälin kestävyden olennaisiksi osiksi. Nämä ulottuvuudet otettiin osaksi Yhdistyneiden

kansakuntien kaikkea toimintaa sen alaisissa toimielimissä, kuten Unescossa ja WHO:ssa. Tämän myötä Unesco omaksui 1980- ja 1990-luvuilla kestävän kehityksen jatkaakseen kulttuuripolitiikan rakentamista omana osa-alueenaan. The World Decade for Cultural Developmentin (1988–1997) loppuraportti *Our Creative Diversity* (1996) loi perustan kulttuurin erityisroolien korostamiselle. (Kangas ym. 2024.)

Kestävän kehityksen katsotaan usein muodostuvan toisistaan riippuvaisista, taloudellisista, ekologisista ja sosiaalisista ulottuvuuksista tai "pilareista". Nämä pilarit muodostettiin ensimmäistä kertaa kestävän kehityksen kongressissa Johannesburgissa vuonna 2002, ja myöhemmin tutkijat ovat kehittäneet niitä edelleen. Kestävän kehityksen tausta on ekologisissa huolenaiheissa, ja siksi ympäristöulottuvuus on ollut eniten pinnalla. Siitä huolimatta sosiaalinen ulottuvuus nähdään yhä tärkeämpänä ympäristötavoitteiden saavuttamisessa (ks. esim. Bostrom 2012). Poliitiikan kentällä kulttuuri on mainittu sosiaalisen kestävyuden osana ja toisinaan jopa erillisenä näkökulmana tai ulottuvuutena. Erityisesti The World Decade for Cultural Developmentin (1988–1997) aikana keskusteltiin kulttuurin ja kestävän kehityksen keskinäisistä suhteista (Soini & Birkeland 2014).

Kansainvälisesti United Cities and Local Governments (UCLG) on työskennellyt aktiivisesti edistääkseen kulttuuria kestävän kehityksen osana. Vuonna 2009 UCLG hyväksyi Agenda 21 for Culture -ohjelman, jossa ehdotetaan, että kulttuuri on otettava huomioon paikallisissa politiikan prosesseissa. Vaikka sekä kansalliset poliittiset instituutiot että kansalaisyhteiskunta tunnustavat yhä paremmin kulttuurin merkityksen kestävän kehityksen näkökulmasta, ei kulttuuria ole vielä vakiinnutettu kestävän kehityksen osana, koska sitä ei ole sisällytetty järjestelmällisesti kestävän kehityksen politiikkaan, käytäntöihin tai vertailuihin. Yksi kulttuuripolitiikan keskeisistä tavoitteista on edistää kestävyttä edistämällä kulttuurisia oikeuksia ja kulttuurista osallistumista. Toiminnan edistämiseksi on välttämätöntä erilaisiin kulttuurikäytäntöihin sisällytetty aktiivinen toiminta, mukaan lukien perinteinen ekologinen tieto. (Kangas ym. 2024.)

Arkisten ja kulttuuristen ilmiöiden merkitystä on alettu havaita sen pohjalta, miten kestävän kehityksen haasteisiin pitäisi vastata, koska kestävä yhteiskunta on riippuvainen kestävästä kulttuurista. Tästä näkökulmasta katsottuna kolme aiemmin tunnettua pilaria eivät ole riittäviä tarjoamaan kattavaa ymmärrystä kestävän kehityksen jokapäiväisistä näkökohdista. (Marshall 2019.)

Tutkijoiden keskuudessa kiinnostus kulttuurin huomioon ottamisesta kestävän kehityksen yhteydessä on kasvanut. Vuonna 2001 Jon Hawkes nosti kulttuurisen kestävyuden kestävän kehityksen neljänneksi pilariksi ja korosti kulttuurin roolia paikallisessa suunnittelussa tutkimuksessaan *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's essential role in public planning*. Muita 2000-luvun alkupuolella tehtyjä tutkimuksia kulttuuriseen kestävyteen liittyen ovat esimerkiksi Rebecca L. H. Chiun *Socio-cultural sustainability of housing: a conceptual exploration* (2004), Nancy Duxburyn ja Eileen Gilletten *Culture as a Key Dimension of Sustainability: Exploring Concepts, Themes, and Models* (2007), Inger Birkelandin *Cultural Sustainability: Industrialism, Placelessness and the Re-animation of Place* (2008), sekä David Throsbyn *Linking Cultural and Ecological Sustainability* (2008). (Soini ym. 2014.)

Kansainvälisessä politiikassa on käynyt yhä selvemmäksi, että kestävyteen perustuvan ylikansallisen kulttuuripolitiikan edellytykset nojaavat yhteisiin sitoumuksiin ja ihanteisiin. Haluttomuus tai voimattomuus miettiä uudelleen kulttuurin määritelmiä kestävä kehityksen ja kulttuuripolitiikan kontekstissa on saattanut aiheuttaa kuilun kestävästä kehityksestä käytävän laajemman keskustelun ja kulttuuripolitiikan kehityksen välille, minkä takia kulttuuri on usein jätetty kokonaan sivuun. (Kangas ym. 2024.)

Tämän tutkielman avulla pyrin selvittämään, onko yhteiskunnallisissa yrityksissä olemassa kulttuurisen kestävyden suhteen osaamista, jota yritysmaailmassa voitaisiin hyödyntää laajemminkin. Minua kiinnostaa tietää, millaisena osana kestävä kehitys kulttuuri nähdään juuri ensimmäisen ja kolmannen sektorin välimaastoon sijoittuvissa yhteiskunnallisissa yrityksissä.

2 KULTTUURISESTI KESTÄVÄ KEHITYS JA YHTEISKUNNALLISET YRITYKSET

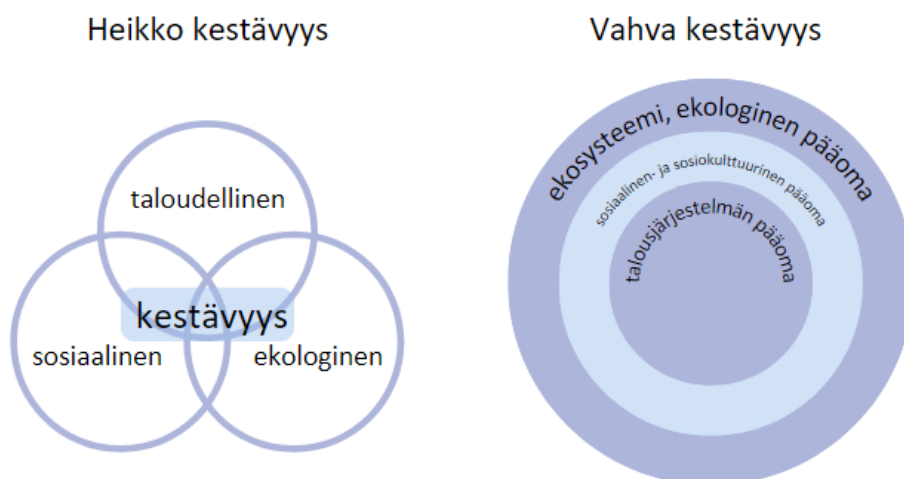
2.1 Kestävä kehitys

Kestäväille kehitykselle on vuosikymmenien aikana mietitty useampia määritelmiä samalla kun tietoisuus ihmisten toiminnan aiheuttamasta ilmastonmuutoksen kiihdyttämisestä on lisääntynyt kansainvälisesti. Vuonna 1987 Yhdistyneet Kansakunnat julkaisi myös Our Common Futurena tunnetun Brundtlandin raportin, jossa kestävä kehitys (sustainable development) määriteltiin prosessiksi, joka tyydyttää nykyiset tarpeet tinkimättä tulevien sukupolvien tarpeista tyydyttää omia tarpeitaan. Raportissa tunnustetaan myös kestävyiden kolme perinteistä ulottuvuutta – taloudellinen-, ympäristöllinen- ja sosiaalinen kestävyys. (United Nations 1987.) Raporttia on kuitenkin kritisoitu monesta syystä, kuten esimerkiksi siitä, että raportissa esitelty kestävyiden yleinen määritelmä on koettu liian abstraktiksi, jotta sitä voitaisiin soveltaa käytäntöön. Myös jo alkuperäisessä raportissa kestävyys -käsitettä käytetään epä johdonmukaisesti ja eri tavalla eri kohdissa, minkä takia se jää epäselväksi ja jättää lukijalle sisältöä koskien paljon tulkinnanvaraa. (Heikkurinen 2014.)

Jo vuonna 1992 ilmestyneessä tutkimuksessa (Pezzey 1992) löydettiin 60 erilaista määritelmää kestävyidelle. Määritelmien erot koskivat tuolloin taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen pääoman välisiä suhteita. Tutkimus jakoi kestävyiden käsitteen heikkoon ja vahvaan kestävyideseen. Heikossa kestävyidessä yhden pääoman lisääntymisellä voidaan korvata toisen pääoman vähentymistä. Tätä ajatusmallia kuvataan kolmella päällekkäisellä ympyrällä, joiden yhteisen leikkauspisteen keskellä on kestävyys. Koska ekologinen pääoma on tämän näkemyksen mukaan korvattavissa ihmisen tuottamalla pääomalla, ekologisen pääoman käytön rajoittamista ei nähdä tarpeellisena. Ekologisen pääoman käyttöön perustuvaa taloudellista toimintaa voi siis jatkaa ja kiihdyttää. (Heikkurinen 2014.)

Kestävyiden käsitteen toinen puoli, vahva kestävyys, on melkein heikon kestävyiden vastakohta. Vahvassa kestävyysajattelussa taloudellinen, sosiaalinen ja ekologinen pääoma täydentävät toisiaan, mutta eivät voi korvata toista ulottuvuutta. Tätä mallia havainnollistetaan kolmella sisäkkäisellä ympyrällä, joista uloimmainen ympyrä kuvaa ekosysteemiä ja sen ekologista pääomaa, keskimäinen sosiaalista- ja sosiokulttuurista pääomaa sekä sisimmäinen talousjärjestelmää ja sen tuottamaa pääomaa. Koska ihmisen tuottama pääoma ei voi tässä

mallissa korvata luonnonresursseja ja -prosesseja, luonnonpääomaa pitää suojella ja säästää nykyisille ja tuleville sukupolville. (Heikkurinen 2014.)



Kuvio 1. Heikko ja vahva kestävyys

Monissa yrityksissä kestävyys -käsite kiinnostaa Heikkurisen (2014) mukaan ihmisiä vain taloudellisen hyödyn näkökulmasta. Suomalaisissa yrityksissä kestävyys tulkitaan juuri heikkona kestävytenä, tai kestävyden käsitettä ei ymmärretä. Yrity maailmassa toimitaan yleensä nimenomaan heikon eli riittämättömän kestävyden näkökulmasta. Yritysjohdajille on vaikea selittää, miksi yrityksen tulisi osallistua vahvan kestävyden mukaiseen toimintaan, jos ei vahvisteta kilpailukykyä ja taloudellista kasvupotentiaalia. Talouden kontekstissa kestävyys tulee siis lähes aina käsitteellistetyksi heikon kestävyden kautta. (Heikkurinen 2014.) Itse pohdin kuitenkin sitä, koskeeko heikon kestävyden ajattelu myös yhteiskunnallisia yrityksiä, koska niissä taloudellinen kasvu ja kilpailukykyyn kasvattaminen eivät ole ensisijaisina tavoitteina.

2.1.1 Agenda2030

Agenda2030 on Yhdistyneiden kansakuntien (jäljempänä YK) vuonna 2015 tekemä toimintaohjelma, jonka tavoitteena on ohjata kestävä kehityksen työtä kaikissa maailman maissa. Agenda2030 pitää sisällään yhteensä 17 tavoitetta, joiden saavuttaminen vuoteen 2030 mennessä on maiden yhteinen tavoite. Yksittäisten maiden osallistumisesta yhteistyöhön vastaa jokaisen maan oma hallitus, joka on laatinut suunnitelmat tavoitteiden saavuttamiseksi, ja on velvollinen raportoimaan työn edistymisestä YK:lle. Toimeenpanon onnistuminen Agenda2030:n suhteen vaatii sitä, että koko yhteiskunta osallistuu. Myös yritysten, tutkimuksen ja kansalaisyhteiskunnan toimijoiden rooli on merkittävä toimeenpanossa, ja jatkuva yhteistyö ja kommunikaatio hallituksen ja muiden toimijoiden välillä on välttämätöntä. (Kestävä kehitys a.)

Agenda2030:sta erityisen merkittävän tekee se, että tavoitteet ovat kaikille maailman maille samat, vaikka maiden kehitystason mukaan ne painottuvat eri tavalla. Agenda2030 myös kiinnittää huomion siihen, että tavoitteet ovat keskinäisriippuvaisessa suhteessa toisiinsa, eli yhtä edistettäessä toimenpiteiden vaikutukset myös muihin tavoitteisiin pitää huomioida. (Kestävä kehitys a.) YK:n erityisjärjestö Unescon eräänä tehtävänä on tukea Agenda2030:n tavoitteiden saavuttamista. Rauhaa ja turvallisuutta ylläpidetään, sekä ihmisoikeuksien ja kestävän kehityksen toteutumista edistetään koulutuksen, tieteen, kulttuurin ja viestinnän kautta. (Suomi ulkomailla.)

Unescon kulttuurisopimukset osoittavat, kuinka kulttuuri voi auttaa saavuttamaan Agenda2030:n tavoitteita edistämällä inhimillistä ja sosioekonomista kehitystä identiteetin, luovuuden ja innovaation lähteenä, sekä laadukasta koulutusta varmistamalla, että koulutusjärjestelmät soveltuvat paikallisiin tarpeisiin hyödyntäen yhteisöjen kulttuuriperintöä ja kehittämällä työllisyyden, ihmisarvoisten työpaikkojen ja yrittäjyyden edellyttämiä taitoja. Kulttuuri auttaa luomaan kestäviä kaupunkeja vahvistamalla yhteisöjen ja niiden rakennetun ympäristön välistä yhteyttä ja ylläpitämällä vilkasta kulttuurielämää. Se tukee ympäristön kestävyttä, joka on luonnollinen osa luonnonympäristöä ja edistää biologisen monimuotoisuuden säilymistä ja ekologisesti järkevää kehitystä. Rauhanomaiset yhteiskunnat ja osallisuus syntyvät myös perusvapauksia ja kulttuurin osallistavia hallintojärjestelmiä vahvistamalla, sekä kulttuurista monimuotoisuutta kunnioittamalla ja sukupuolten tasa-arvoa edistämällä. (UNESCO 2017.)

Vaikka Unesco on tärkeä kansainvälinen areena keskustelulle kulttuurista ja kulttuurin välisistä yhteyksistä kestävyystyöhön, on sitä kohtaan esitetty myös kritiikkiä ja epäilyksiä. Kritiikki koskee erityisesti sen toiminnan konkreettista toteuttamista, koska Unescon toimet ovat osittain hajanaisia ja moni kehittynyt maa on haluton ja välinpitämätön lisäämään kulttuuriteollisuutta kansainvälisen kehityspolitiikan asialistalle. Unescolta puuttuu myös alhaalta ylöspäin suuntautuva ylikansallinen liike, joka antaisi laajemman monenvälisen legitimitetin kulttuuriteollisuuden ja kehityksen väliselle yhteydelle. (Vlassis 2016.)

Unesco ei ole vielä onnistunut vakuuttamaan vaikutusvaltaisempia "uusia" kehitysrahoittajia (suuret yksityiset säätiöt ja hyväntekijät) kulttuuriteollisuuden merkityksestä kestävän kehityksen ja köyhyyden vähentämisen kannalta. Toisaalta kulttuuriteollisuuden ja kehityksen kansainväliset polut seuraavat kansallista kehitystä, joissa kulttuurille suunnatut resurssit ovat edelleen hyvin vähäisiä verrattuna ympäristö-, turvallisuus- tai sosiaalisiin kysymyksiin. Kansainvälinen keskustelu jatkuu kulttuurin ja kulttuuriteollisuuden entistä selkeämmästä sisällyttämisestä kansainvälisen kehityksen kehyksiin. (Vlassis 2016.)

YK:n Agenda2030 kestävän kehityksen tavoitteista kulttuurisesti kestävään kehitykseen kuuluvat erityisesti tavoitteet 11. Kestävät kehitykset ja yhteisöt, 16. Rauha oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto, sekä 17. Yhteistyö ja kumppanuus (Kestävä kehitys 2024). Vaikka nämä kolme edellä mainittua kestävän kehityksen tavoitetta nähdään kulttuurisen kestävyuden kannalta keskeisimpinä, on kulttuuri kuitenkin sidoksissa jollain tavalla kaikkiin seitsemääntoista

tavoitteeseen. Kaikki tavoitteista voi jollain tavalla liittää kulttuuriin, jos niitä katsoo juuri kulttuurin näkökulmasta (ks. esim. UCLG 2018). Tässä tutkimuksessa keskityn esittelemään kuitenkin vain seuraavat kolme tavoitetta, joiden sisältöjen kautta kulttuurista kestävyttä on helppoa tunnistaa.

11. Kestävät kaupungit ja yhteisöt

Kestävän kehityksen tavoitteen numero 11. mukaan pyritään takaamaan turvalliset ja kestävät kaupungit sekä asuinyhdyskunnat vuoteen 2030 mennessä. Tämän tavoitteen seitsemän alakohtaa sisältävät muun muassa riittävän, turvallisen ja edullisen asunnon, peruspalvelut, sekä kestävä liikennejärjestelmän. Slummialueita pyritään parantamaan, huono-osaisten, naisten, lasten, vammaisten ja ikääntyneiden tarpeisiin kiinnitetään erityistä huomiota. Mahdollisuuksia osallistavaan, integroituun ja kestäväan asuinyhdyskuntien suunnitteluun ja hallintoihin lisätään kaikissa maissa. Hankkeita kulttuuri- ja luontoperinnön suojelemiseksi tehostetaan, luontokatastrofien aiheuttamia kuolemantapauksia ja niille altistuvien ihmisten määrää, sekä haitallisia ympäristövaikutuksia vähennetään merkittävästi. (Kestävä kehitys b.)

Kaupungeista löytyy monia tärkeitä kohteita, aineellisen ja aineettoman kulttuuriperinnön elementtejä, ja niillä on rooli kestävässä paikallisessa kehityksessä. Kulttuuriset näkökohdat ovatkin olennaisen tärkeitä paikallisen kestävä kehityksen edistämässä. Vihreät ja julki set tilat voivat mahdollistaa kulttuuritoiminnan kehittämisen ja niiden on oltava kaikkien saatavissa. Perinteiset rakennustekniikat ja niihin liittyvä tietämys ja materiaalit voivat antaa tietoa olemassa olevien rakennusten peruskorjauksesta ja uusien suunnittelusta. (UCLG 2018.) Kaupungistuminen on väistämätön ilmiö, kun ihmiset hakeutuvat tiiviisiin asutuskeskuksiin työpaikkojen ja palvelujen perässä (Kestävä kehitys 2024). Kaupunkien kestävyteen liittyy olennaisesti kaupungistumisen ja sen vaikutusten huomioiminen.

Unescon mukaan kulttuuri on kestävä kehityksen mahdollistaja ja välttämätön Agenda2030:n saavuttamiseksi, koska se edistää inhimillistä ja sosioekonomista kehitystä, laadukasta koulutusta, sosiaalista osallisuutta, kestäviä kaupunkeja, ympäristön kestävyttä ja rauhanomaisia yhteiskuntia. Unescon kulttuuriohjelma myötävaikuttaa suoraan kaupunkien kestävyttä koskevan SDG 11:n toteuttamiseen. (UNESCO 2017.)

Maailmanlaajuiset raportit tarjoavat keskeisiä tietoja tällaisten strategioiden vaikutusten seuraamiseksi ja osoittavat kulttuurin merkityksen kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttamiseen panostamalla luovuuteen ja innovointiin sekä kansalaisyhteiskunnan sitoutumiseen. Erityisesti Unescon kestävä kaupunkikehityksen verkostot, mukaan lukien maailmanperintökohteet ja kaupungit, sekä Unescon luovien kaupunkien verkko (UCCN) tarjoavat kattavan alustan kestävä kehityksen tavoitteiden, erityisesti SDG 11:n, täytäntöönpanon edistämiseksi. (UNESCO 2017.)

16. Rauha, oikeudenmukaisuus ja hyvä hallinto

Tavoitteen 16 tarkoitus on edistää rauhanomaisia yhteiskuntia ja taata kaikille pääsy oikeuspalveluiden pariin, sekä rakentaa tehokkaita ja vastuullisia instituutioita kaikilla tasoilla.

Konkreettisia tavoitteita tämän suhteen ovat esimerkiksi kaikkien väkivallan muotojen ja niiden aiheuttamien kuolemantapausten vähentäminen, lapsiin kohdistuvan väkivallan ja kiduttamisen lopettaminen, oikeusturvan edistäminen kansallisilla ja kansainvälisillä tasoilla, laittoman rahan ja aseiden liikkumisen merkittävä vähentäminen, sekä kaiken järjestäytyneen rikollisuuden vähentäminen. (Kestävä kehitys c.)

Tavoitteen avulla pyritään vähentämään korruptiota ja lahjontaa, kehittämään läpinäkyviä ja vastuullisia instituutioita, varmistamaan osallistava päätöksenteko, sekä vahvistamaan kehittyvien maiden osallistumista maailmanlaajuisiin hallinnointijärjestelmiin. Vuoteen 2030 mennessä halutaan taata kaikille laillinen henkilöllisyys ja julkinen tietojensaanti, sekä vahvistaa kansainvälisen yhteistyön avulla tärkeimpiä kansallisia instituutioita väkivallan, terrorismin ja rikollisuuden torjumiseksi erityisesti kehittyvissä maissa. (Kestävä kehitys c.) Kuitenkin väkivallan lievittämiseen ja rauhan edistämiseen tähtääviin strategioihin tulisi sisällyttää kulttuurinen osa, jota siinä tällä hetkellä ei ole (UCLG 2018).

Kulttuuriperinnön turvaaminen ja luovuuteen kannustaminen on välttämätöntä, jotta yhteisöt ympäri maailmaa voivat olla aktiivisesti mukana tavoitteiden saavuttamisessa. Unescon työ kulttuurin suojelemiseksi esimerkiksi konflikti- ja katastrofitilanteissa edistää myös kestävä kehityksen tavoitteiden, erityisesti SDG 16:n, täytäntöönpanoa, jolla pyritään vahvistamaan kestävyttä ja edistämään rauhanomaisia ja osallistavia yhteiskuntia. Hankkeet ja ohjelmat, kuten kulttuuria ja kaupunkien kestävä kehitystä koskeva aloite, maailmanperintökoulutusohjelma, Unescon kulttuuriperintöreitit -hankkeet ja kestävä matkailun ja merenkulun maailmanperintöohjelmat, tarjoavat puitteita ja keskeisiä suosituksia, joilla tuetaan jäsenvaltioita kulttuurin integroinnissa strategioihin ja politiikkoihin kestävä kehityksen tavoitteiden toteuttamiseksi. (UNESCO 2017.)

17. Yhteistyö ja kumppanuus

Kestävä kehityksen 17. tavoite on tukea vahvemmin kestävä kehityksen toimeenpanoa ja globaalia kumppanuutta. Tämä tavoite sisältää jopa 11 alakohtaa, jotka on jaettu rahoituksen, teknologian, valmiuksien kehittämisen, kaupan ja järjestelmän ongelmien osa-alueisiin. Rahoitus yhteistyön ja kumppanuuden kontekstissa tarkoittaa kehittyneiden maiden sitoutumista kehitysapuun erityisesti taloudellisin keinoin. Kehittyviä maita autetaan saavuttamaan pitkän aikavälin velanhoitokyky velkarahoitusta, velkahelpotuksia ja velkojen uudelleenjärjestelyä koordinoimalla. Alueellista ja kansainvälistä yhteistyötä kehitetään sekä tieteen, teknologian, että innovaatioiden saralla. Ympäristöystävällisiä teknologioita kehitetään ja levitetään kehittyviin maihin. Kehittyville maille tarjotaan kansainvälistä apua valmiuksien kehittämiseen kansallisten kestävä kehityksen suunnitelmien tavoitteiden toteuttamiseksi. (Kestävä kehitys d.)

Yleismaailmallista Maailman kauppajärjestön (WTO) alaisuudessa toimivaa kauppaa edistetään, kehittyvien maiden vientiä lisätään ja vähiten kehittyneille maille taataan pysyvä pääsy markkinoille WTO:n päätösten mukaisesti. Järjestelmän ongelmien suhteen maailmanlaajuisia makrotalouden vakautta, sekä kestävä kehityksen politiikkaa koskevaa johdonmukaisuutta parannetaan. Jokaisen maan poliittista liikkumavaraa kunnioitetaan. Kestävä kehityksen

etenemistä kuvaavaa mittaristoa kehitetään bruttokansantuotteen täydennykseksi, sekä tilastointivalmiuksien kehitystä tuetaan kehittyvissä maissa. (Kestävä kehitys d.)

Kansainvälisiin, kansallisiin ja paikallisiin kestävän kehityksen strategioihin, mukaan lukien ne, joilla pyritään toteuttamaan Agenda2030, on jatkossa sisällytettävä myös kulttuurinen ulottuvuus. Kulttuurialan sidosryhmien valmiuksia tulee vahvistaa, jotta ne pystyvät vastaamaan muihin kestävän kehityksen haasteisiin, ja valmiuksien rakentamisen avulla myös muut kestävässä kehityksessä osallistuvat ryhmät voisivat ymmärtää kulttuurinäkökulmien merkityksen. Kulttuurialan sidosryhmien valmiuksia tuottaa ja levittää kulttuurituotteita ja -palveluita, erityisesti sellaisia, jotka edustavat vähemmän tunnettuja kulttuuri-ilmaisuja, on vahvistettava. (UCLG 2018.)

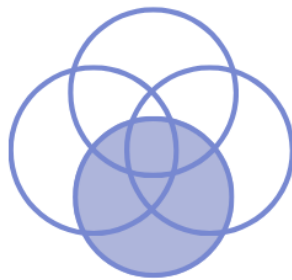
Tavoitteiden pyrkimyksenä on siis luoda sellaiset olosuhteet yhteiskuntaan, joissa kulttuurisen kestävyden toteutuminen on mahdollista. Edellä listatuista tavoitteista on huomattavissa kunnianhimoisuus tavoitteiden laajuudessa. Samalla niistä näkyy mielestäni hyvin juuri se, mistä niitä on kritisoitu, eli konkretian puute. Jokaisen tavoitteen kohdalla kuvataan, miten asioita ”kehitetään”, ”parannetaan”, ”vahvistetaan” tai ”tuetaan”, mutta käytännössä jää jokaisen valtion omalle vastuulle keksiä tavat, joilla heidän kontekstissaan saadaan nämä tavoitteet tuotua käytäntöön. On hyvä, että yhteisiä tavoitteita on suunniteltu ja ideaalitulanteessa ne myös toteutuessaan auttavat yhteisen kestävyyspäämäärän saavuttamista. Kuitenkin esimerkiksi yrityksille voi olla hyvin vaikeaa hahmottaa näiden kuvausten perusteella, mitä konkreettista yksittäinen toimija voisi tehdä pyrkiessään huomioimaan kulttuurisen kestävyden sisältöjä osana vastuullisuustoimintaansa.

2.1.2 Kulttuurinen kestävyys

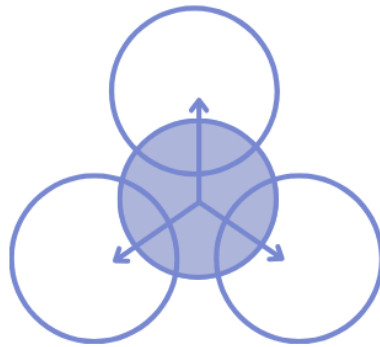
Kulttuurisen kestävyden ytimessä on muutos (Sonck-Rautio 2019). Kulttuurinen kestävyys voidaan määritellä myös yhteiskunnan kyvyksi kohdata haasteita ja mahdollisuuksia tavalla, joka heijastelee kansalaistensa arvoja ja toiveita (Hawkes 2001). Vahvan kestävyden näkökulmasta kulttuurinen kestävyys tarkoittaa ekologista kestävyttä edistävien jaettujen merkityksien ja keinojen tunnistamista ja kehittämistä yhteisön arvojen ja toiveiden pohjalta. Samalla se vaatii myös kestävämmistä asioista irti päästämistä. Kulttuurisen kestävyden voisi siis ajatella olevan yhteisön arvojen ja toiveiden pohjalta rakentuvaa kestävyystavoitteiden määrittelyä ja -toteuttamista. (Soini ym. 2014.)

Dessein ym. (2015) ovat tunnistaneet kulttuurisen kestävyden kolme ulottuvuutta, joiden avulla on helpompaa rajata omaa lähestymistä kulttuurisen kestävyden käsitteeseen.

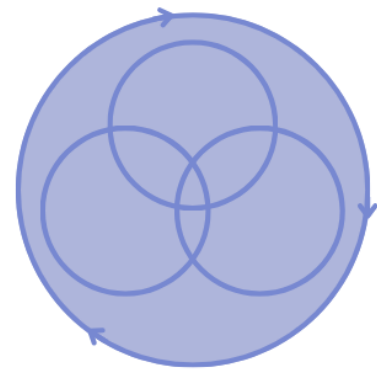
Culture **in** sustainability



Culture **for** sustainability



Culture **as** sustainability



Kuvio 2. Kolme lähestymistapaa kulttuuriseen kestävytyteen (mukaillen Dessein ym. 2015)

Ensimmäisessä näkökulmassa kulttuuri laajentaa perinteistä keskustelua kestävyyskategorioiden ympärillä. Se on linkittyneenä kolmeen muuhun osa-alueeseen, mutta sen rooli on itsenäinen ja yhtä merkittävä kuin muidenkin. Tämä lähestymistapa on kestävyystutkimuksessa melko vähän kiistelty ja laajasti vakiintunut, mutta Desseinin ym. (2015) mukaan sen ongelmana on kulttuurin määritelmän rajautuminen taiteeseen ja luovaan kulttuuriin ja mahdollisuus siihen, että kulttuurin ymmärtäminen saattaa keskittyä laadultaan vain kansakuntaa sosioekonomisesti hyödyttävään kulttuuriin. (Dessein ym. 2015.)

Toinen näkökulma antaa kulttuurille roolin, jossa se voi vaikuttaa itsensä ulkopuolelle kolmeen muuhun kestävyden osa-alueeseen. Kulttuuri voi tasapainottaa muita kestävyden pilareita ja ohjata niitä kestävämpään suuntaan. Tämän lähestymistavan etu on se, että kulttuuri vaikuttaa laajasti muiden osa-alueiden välillä ja voi auttaa tasaamaan ristiriitaisia vaatimuksia antamalla kestäväälle kehitykselle inhimillisemmän ja yhteiskunnallisemmän merkityksen. Tämän näkemyksen vähäinen hyödyntäminen saattaa selittää sitä, miksi kestävä kehitys on osoittautunut niin monimutkaiseksi. (Dessein ym. 2015.)

Kolmannessa lähestymistavassa kulttuuri on kaiken kestävä kehityksen perustana. Se tarkoittaa, että kaikki ihmisen toiminta on aina yhteydessä ja vaikuttaa vallitsevaan tilanteeseen. Kun kulttuuri on kaiken pohjalla, mahdollistaa se kestävyden ja kestävä kehityksen ajatteleminen jatkuvana prosessina, eikä pysyvänä tilana. Kestävyys on olemassa yhteisöllisenä ajatteluna, jossa kulttuuri edustaa sekä ongelmaa, mahdollisuutta, tapaa, että prosessia ja koskee niitä asioita, arvoja ja keinoja, joilla yhteiskunta tai yhteisö voi jatkaa olemassaoloaan. (Dessein ym. 2015.)

Käytän tässä tutkielmassa kulttuurisen kestävyden määritelmänä *culture in sustainability* -näkökulmaa eli kulttuuria yhtenä kestävyyskategoriana, jota myös Agenda2030 tavoitteet tukevat. ”Kulttuurinen kestävyys on yksi kestävä kehityksen ulottuvuuksista. Se tarkoittaa kulttuuriin liittyvien asioiden kuten kielten, perinteiden ja tapojen säilyttämistä. Kulttuurisesti kestävässä kehityksessä hyväksytään monimuotoisuus ja tasapainoinen kasvu sekä arvostetaan ja kunnioitetaan kaikkien oikeuksia.” (Kestävä kehitys 2024.)

Moni yhteiskunnallinen yritys, ainakin kaikki tässä tapauksessa haastatteleman, nojautuvat vastuullisuustoiminnassaan vahvasti YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin, joten sen avulla on yksinkertaisinta lähestyä myös heidän ymmärrystään kulttuurisesta kestävydestä. Haastateluista tosin tuli ilmi, ettei yksikään haastateltavistani kokenut tarpeelliseksi tehdä eroa sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyden osa-alueen välille, vaan kulttuurinen kestävyys liitetään osaksi sosiaalisen kestävyden pilaria.

2.2 Yhteiskunnalliset yritykset

2.2.1 Määritelmä

Yhteiskunnallinen yritys käsitteenä on haastava, koska sille ei ole Suomessa yhtä virallista määritelmää. Englanninkielinen termi *social enterprise* ei ole juurikaan selkeämpi, vaan sillekin löytyy vain parin vuosikymmenen ajalta lukuisia määritelmiä. Määritelmään vaikuttaa myös se, tarkastellaanko asiaa yksilön, organisaation vai yhteiskunnan tasolla. (Lehner 2019.)

Yhteiskunnallisten yritysten ja muiden vaikuttavuustoimijoiden liitto ARVO ry määrittää yhteiskunnalliselle yritykselle seuraavat kriteerit:

1. Yrityksen liiketoiminnan tarkoituksena on edistää jotakin yhteiskunnallista päämäärää: sosiaalinen, terveys/hyvinvointi, ekologinen, työllisyys, kulttuuri. Päämäärä on kirjattu ohjaaviin asiakirjoihin (yhtiöjärjestys/säännöt).
2. Yritys toimii markkinoilla ja tuloista merkittävä osa tulee palvelu-/tavaramyynnistä.
3. Yritys on riippumaton julkisesta sektorista (itsenäinen hallinto ja operatiivinen toiminta).
4. Yritys käyttää voittojaan ensisijaisesti yhteiskunnallisten päämäärien edistämiseksi.
5. Yrityksen toiminta pohjautuu eettisiin ohjeisiin, se on läpinäkyvää ja hyvän hallintotavan mukaista. (Arvo ry. c.)

Suomalaisen työn liiton jakaman Yhteiskunnallisen Yrityksen merkin edellytyksinä puolestaan ovat ensisijaisesti yhteisön tarkoitus tuottaa liiketoiminnallaan yhteiskunnallista hyvää sekä se, että suurin osa yhteisön voitosta käytetään yhteiskunnallisen tavoitteen edistämiseen. Toissijaiset myöntämisperusteet ovat yhteisön yhteiskunnalliseen tehtävään liittyvä toimintatapa, sekä avoin ja hyvän hallintotavan mukainen liiketoiminta. (Suomalaisen Työn Liitto 2021.) Suomessa yhteiskunnalliset yritykset noudattavat samoja pelisääntöjä kuin kaikki muutkin yritykset. Yhteiskunnallisia yrityksiä on Suomessa noin 3000 ja niistä noin kolmasosa toimii sosiaali- ja terveyspalveluiden alalla. Koska yhteiskunnallisen yrityksen liiketoimintamallia ja oikeudellista muotoa ei ole mitenkään rajattu, on myös yhteiskunnallisten yritysten kategorian sisällä paljon

eroja toimijoiden välillä. Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksen nettisivuilta löytyvän aineiston mukaan lähes 1800 yhteiskunnallisista yrityksistä on muodoltaan aatteellisia yhdistyksiä. (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus c.)

Tutkielmani analyysivaiheessa käsittelen tarkemmin yhteiskunnallisen yrityksen asemaa ja tarkastelen myös haastattelemieni henkilöiden tulkintoja yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä. Yhteiskunnallisista yrityksistä suurin osa toimii palvelualalla tarjoten esimerkiksi sosiaali- ja terveyspalveluita, työllistämispalveluita tai asumispalveluita. Niistä vain pieni osa tekee liiketoimintaa myymällä tuotteita, minkä takia myös vastuullisuustoiminnassa ja yritysvastuussa painottuu erityisesti sosiaalinen puoli, ei niinkään ekologiset ja taloudelliset osa-alueet (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus c). Tietenkin myös yhteiskunnallisten yritysten tulee huomioida kestävään kehitykseen tähtäävässä toiminnassaan myös aiheuttamansa ympäristövaikutukset, mutta kun liiketoiminta ei perustu hyödykkeiden myyntiin, ei ole tarvetta miettiä raaka-aineiden alkuperää, tuotantoprosessin vastuullisuutta ja tuotteiden kuljetuksesta aiheutuvia ympäristövaikutuksia. Siksi myös tässä tutkielmassani keskityn erityisesti sosiaalisen- ja kulttuurisen kestävyuden roolien pohdintaan ekologisten ja taloudellisten ulottuvuuksien sijaan.

Euroopan tasolla yhteiskunnallisista yrityksistä tai sosiaalisista yrityksistä käytetään usein joko Rebecca Hardingin määritelmää vuodelta 2010, tai uudempaa European Research Network on Social Enterprisesin (EMES) määritelmää. EMESin (2012) mukaan yhteiskunnallisten yritysten kriteerit voi jakaa kolmeen ryhmään, jossa kaikissa on kolme alakohtaa:

- Taloudelliset ja yrittäjyyteen liittyvät ulottuvuudet: a) Jatkuva tavaroiden tuotanto ja/tai palveluiden myynti, b) Merkittävä taloudellinen riski, c) Vähimmäismäärä palkkatyötä.
- Sosiaaliset ulottuvuudet: d) Selkeä tavoite hyödyttää yhteisöä, e) Kansalaisryhmän tai kansalaisyhteiskunnan organisaatioiden käynnistämä aloite, f) Rajoitettu voitonjako.
- Osallistava hallinto: g) Suuri autonomia, h) Päätösoikeus, joka ei perustu pääoman omistukseen, i) Osallistava luonne, johon osallistuvat useat osapuolet, joihin toiminta vaikuttaa. (Defourny & Nyssens 2012.)

Yllä kuvattu määritelmä on riittävän laaja kattamaan monia erilaisia yrityksiä, eikä sulje pois mitään liiketoimintamuotoa. Sitä myös parannetaan ja päivitetään jatkuvasti, jotta se heijastelee uusia tutkimusnäkemyskäsitteitä ja todellista kehitystä. (Lehner 2012.)

Pääministeri Sanna Marinin hallituksen asettama työryhmä laati Yhteiskunnallisten yritysten strategian, joka julkaistiin 04.06.2021. Tässä raportissa yhteiskunnalliselle yritykselle on listattu useita keskeisiä piirteitä, jotka ovat hyvin linjassa muidenkin esittelemieni määritelmien ja kriteeristöjen kanssa. Raportissa yhteiskunnallisen yrityksen määritelmäksi on tiivistetty: *”Yhteiskunnallinen yritys harjoittaa liiketoimintaa yhteiskunnallisen tavoitteensa toteuttamiseksi ja käyttää suurimman osan voitostaan tai ylijäämästään tämän ensisijaisen*

tavoitteensa edistämiseen, mikä on vahvistettu yhteisön yhtiöjärjestykseen tai sääntöihin. Lisäksi yhteiskunnallinen yritys korostaa toiminnassaan vastuullisuutta, avoimuutta ja läpinäkyvyyttä sekä hallintomallissaan osallisuutta ja demokratiaa.” (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a.)

2.2.2 Yritys- ja yhteiskuntavastuu

Yritysvastuu (corporate social responsibility, CRS) tarkoittaa Suomen YK-liiton määritelmän mukaan yrityksen vastuuta sen sosiaalisista-, taloudellisista- ja ympäristövaikutuksista. Synonyymeina yritysvastuulle voidaan käyttää myös käsitteitä yhteiskuntavastuu, yrityskansalaisuus, vastuullinen yritys- ja liiketoiminta, sekä eettinen yritys- ja liiketoiminta. Vastuullisessa yritystoiminnassa kestävän ja kannattavan liiketoiminnan lisäksi huomioidaan sen suorat ja epäsuorat vaikutukset ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan. Vastuullinen yritys toimii niin, että vaikutukset sidosryhmiin vähintäänkin eivät ole negatiivisia. Yhteiskuntavastuu perustuu vahvasti yritysten vapaaehtoisuuteen, vaikka sitä ohjaakin myös lainsäädäntö. (Suomen YK-liitto.)

Yritysvastuun käsite on myös syy sille, miksi yritysten kestävyystoiminnasta puhuessa käytetään vastuullisuuden termiä kestävyiden sijaan. Käsite on keskeinen yhteiskunnallisten yritysten yhteydessä, koska yhteiskunnallisten yritysten toiminnan periaatteena on juuri liiketoiminnan vastuullisuus, kuten tekemässäni taustoittavassa haastattelussa tulee ilmi (ks. 4.3 Yhteiskunnalliset yritykset vastuullisuustyön edelläkävijöinä).

Taloudellisessa yritysvastuussa huolehditaan liiketoiminnan taloudellisesta kestäväydestä esimerkiksi tuottamalla voittoa ja maksamalla verot asianmukaisesti. Se on voittoa tavoittelevalle yritykselle yritysvastuun kategorioista etusijalla, koska vastuullisen yrityksen pitää pyrkiä vastaamaan omistajien tuotto-odotuksiin. Ympäristövastuu puolestaan on kestävän kehityksen ja yritysvastuun osa-alueista parhaiten tunnettu. (Kalpala 2004.) Ekologinen yritysvastuu perustuu toiminnan ympäristövaikutusten minimoimiseen esimerkiksi kehittämällä tuotantoprosesseista ja tuotteista ympäristöystävällisempiä tai suosimalla toimintatapoja ja materiaaleja, jotka ovat ympäristöystävällisempiä (Yrittäjät).

Sosiaalinen yritysvastuu taas kattaa esimerkiksi ihmisoikeuksien kunnioittamisen. Lainsäädäntö ohjaa työelämässä erityisesti yritysten sosiaalista vastuuta raportoinnin osalta ja sen tavoitteena on ihmisten hyvinvoinnin ja osaamisen kehittäminen (Yrittäjät). Sosiaalinen vastuu ulottuu yrityksen sisältä henkilöstöpolitiikasta aina ympäröivään yhteiskuntaan ja suhtautumiseen sidosryhmiin, joita ovat esimerkiksi asiakkaat ja yhteistyökumppanit (Kalpala 2004).

Työ- ja elinkeinoministeriö on koonnut nettisivuilleen tietoa yhteiskuntavastuusta, joka rakentuu heidän mukaansa ”käsitykselle oman toiminnan ja arvoketjun vaikutuksista ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan.” (Työ-, ja elinkeinoministeriö 2017a). Yhteiskuntavastuun voidaan ajatella kuuluvaksi osaksi laajempaa yritysvastuuta ja se kattaa esimerkiksi sosiaalisesti vastuulliset julkiset hankinnat. Tällä tarkoitetaan sitä, että hankintoja tehdessä julkisyhteisöt huomioivat myös laajemmat vaikutukset yhteiskuntaan. Sosiaalisesti vastuullisen hankinnan tekemistä on varmistaa, että hankittava hyödyke tai palvelu on tuotettu noudattaen

ihmisoikeuksia ja työelämän perusoikeuksia. Palveluhankinnan kohdalla sosiaalisesti vastuullista on ottaa suunnitteluun mukaan asiakasryhmiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017b.)

Tässä tutkielmassa sosiaalisesti vastuullisten hankintojen tekeminen koskee erityisesti sitä, valitsevatko julkisyhteisöt palvelujen tuottajiksi yhteiskunnallisia yrityksiä, joiden oman liiketoiminnan pyrkimys ei ole voiton tuottaminen omistajille, vaan yhteiskunnallinen vaikuttavuus. Julkisyhteisöt ovat Suomessa vastuussa osaltaan työllisyydestä, ihmisten hyvinvoinnista ja perusoikeuksien toteutumisesta. Sosiaalisesti kestävät hankinnat voivat oikeastaan luoda säästöjä, jos huomioon otetaan pelkän hankinnan hinnan lisäksi myös yhteiskunnalliset hyödyt. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2017b.)

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

3.1 Aineiston rajausta ja haastattelumenetelmät

3.1.1 Haastattelut

Haastateltaviksi henkilöiksi valikoituivat kahden yhteiskunnallisen yrityksen toimitusjohtajat ja yhden yhteiskunnallisen yrityksen ympäristöasiantuntija. Haastattelukutsussani pyysin yrityksestä haastateltavaksi johtohenkilöstöön kuuluvaa, tai vastuullisuusasioiden parissa työskentelevää henkilöä, koska uskoin heillä olevan antaa mahdollisimman hyvä yleiskuva ja konkreettisia esimerkkejä juuri heidän yhteiskunnallisen yrityksensä toiminnasta. Haastateltavien henkilöiden välillä oli kuitenkin yllättävän isoja eroja siinä, kuinka hyvin he olivat tietoisia asioista, joita kysymykseni heidän edustamistaan organisaatioista koskivat. Vaikka yritin valikoida haastatteluihini henkilöitä, joiden tietotaito ja asema työyhteisössä olisi mahdollisimman samanlainen, oli heidän välillään kuitenkin sellaisia eroja, jotka ovat huomattavissa myös heidän antamistaan vastauksista.

Lähetin haastatteluissa käsiteltävät teemat haastateltaville etukäteen, jotta heillä olisi mahdollisuus valmistautua haastatteluun ja jonkinlainen käsitys siitä, mitä tutkimukseni koskee. Ilmoitin kuitenkin, että erityistä valmistautumista ei tarvita, jotta vastaukset olisivat mahdollisimman rehellisiä, eivätkä ennalta suunniteltuja. Valmistautumisen puute kuitenkin saattoi näkyä lopputuloksessa niin, että esimerkiksi tutkimuksen kannalta hyvin keskeinen käsite *kulttuurinen kestävyys* herätti useamman haastattelun kohdalla kysymyksen siitä, mitä tällä käsitteellä tarkoitan.

3.1.2 Verkkosivut

Hyödynsin tutkielmassani haastatteluaineiston lisäksi myös Arvoliiton verkkosivuilta löytyviä tietoja, joiden perusteella esimerkiksi rajasin yhteiskunnalliset yritykset, joiden edustajien haastatteluista syntyi ensisijainen aineisto. Lisäksi tutustuin valitsemieni yhteiskunnallisten yritysten verkkosivuihin sekä valmistautuakseni haastatteluihin että analyysivaiheessa

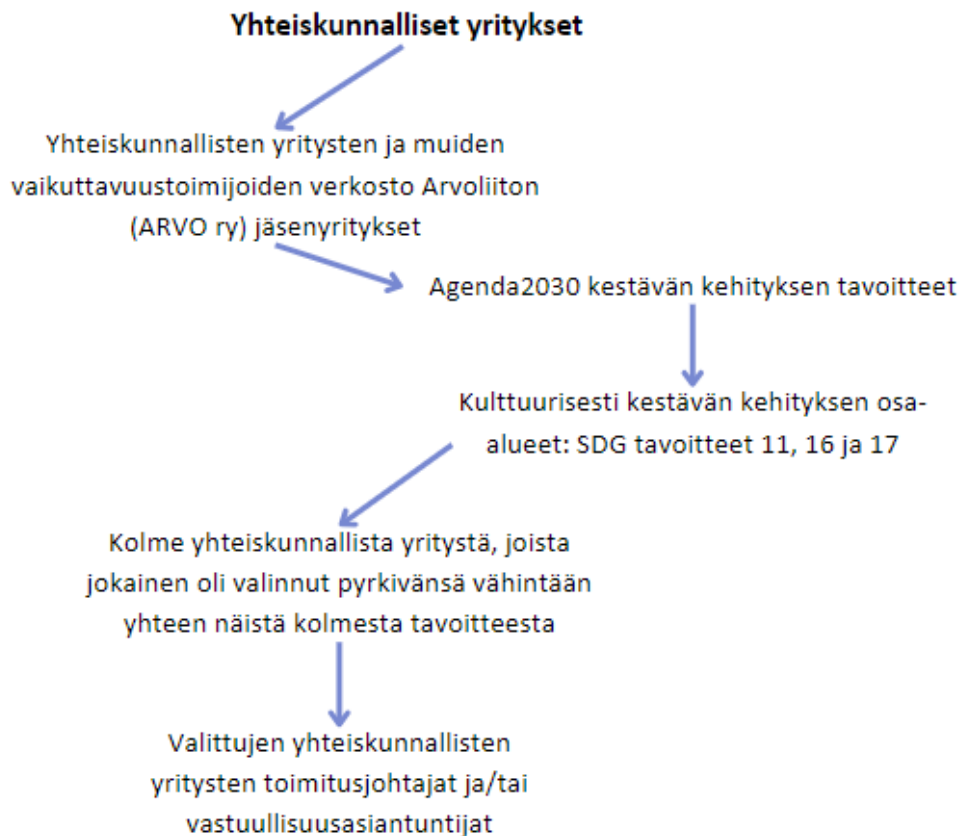
vertaillakseni hieman sitä, vastasivatko informanttieni antamat tiedot sitä, mitä heidän vastuullisuustoiminnastaan kirjoitettiin julkisesti.

3.1.3 Haastatteluaineiston rajaus

Toteutin aineistonkeruun laadullisilla menetelmillä tekemällä yhteensä neljä haastattelua, joista yhden haastattelun tarkoitus oli toimia taustoittavana tiedonkeruuna ja kolmen muun varsinaisena tutkimusaineistona. Kaikki haastattelut olivat asiantuntijahaastatteluita, eli haastateltavat edustivat ensisijaisesti organisaatiotaan, vaikka esiin nousi myös henkilökohtaisia mielipiteitä.

Ensisijainen aineistoni koostuu kolmesta yhteiskunnallisille yrityksille tehdystä haastattelusta, jotka ovat kestoltaan 22–42 minuuttia. Haastatteluissa pyrin saamaan tietoa juuri heidän edustamansa yhteiskunnallisen yrityksen vastuullisuustoiminnasta, jolloin työntekijät toimivat oman yrityksensä asiantuntijoina. Taustoittava aineistoni taas on puolistrukturoidulla haastattelumenetelmällä Arvoliiton toimitusjohtajan kanssa tehty taustaselvitys yhteiskunnallisista yrityksistä ja Arvoliiton roolista yhteiskunnallisten yritysten yhdistäjänä.

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksen mukaan ”Yhteiskunnallinen yritys ei ole rajattu mihinkään yhtiömuotoon, se voi olla osakeyhtiön lisäksi esimerkiksi osuuskunta tai liiketoimintaa harjoittava säätiö tai yhdistys.” (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus, b). Tutkimuksessa haastatelluista yrityksistä yksikään ei ole yhtiömuodoltaan osakeyhtiö, vaan kyseessä on kansalaisjärjestöjä, jotka liiketoiminnallaan rahoittavat omaa toimintaansa ja edistämäänsä agendaa. Yksi kolmesta tutkielmassani käsitellyistä yhteiskunnallisista yrityksistä on itsenäinen toimija, yksi toimii toisen suomalaisen yhdistyksen erityisjärjestönä pääkaupunkiseudulla ja yksi on kansainvälisen järjestön Suomessa toimiva paikallisyritys.



Kuvio 3. Haastateltavien rajaaminen

3.1.4 Puolistrukturoitu asiantuntijahaastattelu

Puolistrukturoitu haastattelu aineistonkeruumenetelmänä sopii hyvin tilanteisiin, joissa haastateltavilta halutaan tietoa juuri tietyistä aiheista, eikä haastateltavalle anneta niin suuria vapauksia käsiteltävistä asioista. Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikille haastateltaville esitetään samat tai lähes samat kysymykset samassa järjestyksessä. (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006.)

Lähetin haastateltaville etukäteen haastattelun teemat, jotta he voisivat halutessaan tutustua aiheeseen, mutta varsinaiset ennalta mietityt haastattelukysymykset esitin ensimmäistä kertaa vasta haastattelutilanteessa. Tarpeen mukaan muokkasinkin haastattelun runkoa tai kysyin haastateltavan vastausten perusteella lisäkysymyksiä, mutta pääosin kaikki haastateltavat vastasivat samoihin kysymyksiin.

Puolistrukturoitu haastattelu ei kuitenkaan ollut muodoltaan enemmän keskustelua muistuttava teemahaastattelu, jossa käydään vapaammassa järjestyksessä läpi ennalta mietityjä teemoja (Saaranen-Kauppinen ym. 2006.) Haastateltavilla oli mahdollisuus muodostaa itse omat vastauksensa, mutta tilanteessa käytiin läpi pääosin samat ennalta suunnitellut kysymykset pieniä sivupolkuja lukuun ottamatta.

Valitsin asiantuntijahaastattelujeni muodoksi juuri puolistrukturoidun haastattelun, jotta haastateltavilla olisi mahdollisuus antaa esimerkkejä heidän edustamansa yhteiskunnallisen yrityksen omista käytännöistä ja aiheeseen suhtautumisesta ilman, että olisin rajannut teemat liian kapeaksi, ja jotain tärkeää jäisi kokonaan käsittelemättä. Haastattelu vaati kuitenkin alustavan rakenteen, jotta haastatteluissa käytäisiin läpi samoja asioita, joita voisi myöhemmin analyysivaiheessa vertailla keskenään. Valmiiden haastatteluteemojen avulla haastateltavilla oli mahdollisuus tutusta aiheeseen, mutta en erikseen pyytänyt sitä, jotta vastaukset eivät olisi liian suunniteltuja, vaan haastattelutilanteessa ensimmäisenä mieleen tulevia asioita. Se, että olin suunnitellut etukäteen myös kysymykset, joita esitin haastateltaville, osoittautui oikeaksi valinnaksi myös siksi, että ilman niitä haastattelut olisivat voineet lähteä liian erilaisiin suuntiin, enkä olisi saanut kerättyä sisällönanalyysiin sopivaa vertailukelpoista aineistoa.

Haastatteluissani käsittelin muutamia keskeisimpiä käsitteitä, jotka osoittautuivat määritelmiltään hankaliksi. Yhteiskunnallinen yritys ja kulttuurinen kestävyys ovat sellaiset sanaparit, joiden merkitystä pohdin myöhemmin analyysivaiheessa, koska erityisesti haastateltavien erilainen tapa määritellä (tai määritelmän puute) oli lopulta tekijä, joka sai haastattelujen sisällön ohjautumaan hieman eri suuntiin jokaisen kohdalla.

Ennalta ilmoittamani haastatteluteemat olivat yhteiskunnallisen yrityksen erityispiirteet, kestävä kehitys, YK:n Agenda2030 rooli yrityksen vastuullisuustoiminnassa ja kulttuurinen kestävyys osana sosiaalista kestävyttä. Jokaisen teeman alla oli 3–5 kysymystä, joiden kautta yritin ohjata keskustelun etenemistä. Joissain haastatteluissa esitin kaikki kysymykset, kun taas toisissa keskustelunaloitukseksi riitti teeman ensimmäinen kysymys, minkä jälkeen sain vastauksia muihin suunnittelemiini kysymyksiin keskustelun edetessä ilman erillistä aiheeseen ohjaamista.

Toteutin kolme puolistrukturoitua asiantuntijahaastattelua Zoomin kautta. Yhden haastattelun kohdalla haastateltavan laitteistossa oli jokin ongelma, jonka takia hän ei kuullut minun puhettani kunnolla. Hänen puheensa kuitenkin kuului minulle selkeästi, joten päädyimme jatkamaan haastattelua niin, että lähetin hänelle kysymyksen chatissä ja hän vastasi suullisesti. Tämän teknisen ongelman takia kommunikaatio oli hieman haastavaa ja jotkin sivupolut saattoivat jatkokysymysten esittämisen vaikeuden takia jäädä keskustelematta.

3.1.5 Teoriaa luova asiantuntijahaastattelu

Asiantuntijoita voidaan haastatella esimerkiksi silloin, kun tarkoituksena on selvittää, miten yritykset ovat toimineet tutkitun asian käsittelyssä. Asian valmistelua ja päätöksentekoa läheltä seurannut tai siinä mukana ollut henkilö on siis asiantuntija. (Alastalo ym. 2017.) Asiantuntijahaastattelu sopii siis hyvin menetelmäksi tutkielmaani, jossa selvitin yhteiskunnallisten yritysten vastuullisuustoimintaa läheltä seuranneilta henkilöiltä haastattelun avulla organisaation käytäntöjä ja yleistä suhtautumista kulttuuriseen kestävyteen.

Teoriaa luova asiantuntijahaastattelu on yksi kolmesta tavasta hyödyntää asiantuntijahaastattelua (ks. Bogner ym. 2009) eksploratiivisen asiantuntijahaastattelun ja teoriaa luovan asiantuntijahaastattelun ohella. Sen avulla pyritään kokonaisvaltaisesti hahmottamaan

asiantuntijan tietämys tietystä aiheesta tai ilmiöstä, mutta myös asiantuntijuuden muotoutuminen. Kolmea asiantuntijahaastattelun kategoriaa ei kuitenkaan tule ymmärtää liian joustamattomina, sillä yksittäinen tutkimushaastattelu saattaa tuottaa tietoa useaan eri tarkoitukseen. Tutkimuksessa teoriaa luovalla asiantuntijahaastattelulla pyritään tuottamaan tietoa myös asiantuntemuksen alueen muotoutumisesta ja tutkija kiinnittää huomiota myös haastateltavan tapaan ilmentää omaa asiantuntijuuttaan. (Alastalo ym. 2017.)

Tutkielmassani haastateltavat toimivat asiantuntijoina edustamansa yhteiskunnallisen yrityksen vastuullisuus- ja kestävyyskäytännöistä, mutta kyseessä on silti heidän oma objektiivinen kokemuksensa ja tietonsa. Tässä tutkielmassa asiantuntijaroolissa olevat haastateltavat antavat vastauksissaan objektiivista tietoa siitä, miten tällä hetkellä kulttuurinen kestävyys yhteiskunnallisissa yrityksissä tunnustetaan ja huomioidaan, sekä subjektiivisen mielipiteensä siitä, miten asiaa voisi tulevaisuudessa edistää. Arvoliiton edustajan haastattelun tarkoitus tutkimuksessani on sekä suomalaisen yhteiskunnalliseen yrittämiseen tutustuminen että Arvoliiton tavoitteiden syvällisempi ymmärtäminen. Arvoliiton edustaja toimi asiantuntijana sekä yhteiskunnallisten yritysten että Arvoliiton toiminnan suhteen.

Asiantuntijankaan tarjoama tieto ei ole koskaan objektiivista, vaan hänkin vastaa tietystä roolistaan ja asemastaan johtuen subjektiivisesti. Tavallisesta puolistrukturoidusta haastattelumenetelmästä tekee asiantuntijahaastattelun tässä tapauksessa se, että haastateltavat eivät esiinny tutkielmassani yksityishenkilöinä, joiden mielipidettä asiasta selvitetään, vaan he toimivat oman työpaikkansa asiantuntijoina ja vastaukset ovat tulleet siitä näkökulmasta, mitä heidän edustamansa yhteiskunnallinen yritys vastuullisuuden ja kulttuurisen kestävyuden suhteen näkee huomionarvoisina.

3.2 Analyysimenetelmä ja aineistonhallinta

3.2.1 Laadullinen sisällönanalyysi

Käytän haastatteluaineiston varsinaisena analyysimenetelmänä laadullista sisällönanalyysiä. Haastatteluaineistosta pyrin löytämään sekä konkreettisia tekoja, joita yritykset toteuttavat kulttuurisen kestävyuden edistämiseksi että tunnistamaan asenteita ja oletuksia aiheeseen liittyen. Analyysimenetelmänä laadullinen sisällönanalyysi sopii tutkimustehtävääni parhaiten, koska haastatteleamalla keräämäni vastaukset voivat olla keskenään hyvinkin erilaisia niiden avoimesta muodosta johtuen.

Sisällönanalyysin keinoin pyritään saamaan tiivistetty ja yleinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Se ei kuitenkaan itsessään anna vastuksia, vaan sen avulla saadaan aineisto järjestettyä sellaiseksi, jonka perusteella voidaan tehdä johtopäätöksiä. (Tuomi ja Sarajärvi 2009.) Sisällönanalyysi on tekstianalyysiä, mutta aineisto voi olla käytännössä mikä tahansa dokumentti, tämän tutkielman kontekstissa haastatteluista tehdyt litteraatit.

Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä laadullisen eli induktiivisen aineiston analyysi aloitetaan aineiston pelkistämällä. Tässä vaiheessa karsitaan aineistosta pois tutkimuksen kannalta epäolennainen tieto. Toinen vaihe on aineiston ryhmittely, jossa aineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja/tai eroavaisuuksia. (Tuomi ym. 2009.) Tässä vaiheessa pyrin itse käymään aineistoa läpi kysymys kysymykseltä ja tunnistamaan haastateltujen puheesta toistensa kanssa samanlaisia tai erilaisia ajatuksia. Kolmas vaihe on abstrahointi eli käsitteellistäminen, jossa tutkimuksen kannalta olennaisesta tiedosta muodostetaan teoreettisia käsitteitä. Käsitteellistämässä liikkeelle lähdetään alkuperäisen aineiston, tässä tutkielmassa haasteluista tehdyissä litteraateista käytetyistä ilmauksista ja ne muutetaan teoreettisiksi käsitteiksi. Käsitteiden muodostamisen jälkeen jatketaan johtopäätösten tekemiseen. (Tuomi ym. 2009.)

Ryhmittelin kaikkien kysymysten kohdalle jokaisen haastateltavan vastaukset kirjallisessa muodossa, minkä jälkeen kävin kohta kerrallaan läpi sitä, nousiko vastauksissa esiin jokin tietty asia useamman kerran. Osaan asioista haastateltavat esittivät myös perusteluita, jos kysymyksessä oli esimerkiksi henkilökohtainen mielipide, minkä kautta pystyin tunnistamaan myös joitain syitä asenteiden ja oletusten perusteella. Tarkoitukseni ei kuitenkaan ollut selvittää syyseuraussuhteita, joten tällaisia johtopäätöksiä ei aineistosta analyysivaiheessa pystynyt muodostamaan.

3.2.2 Aineistonhallinta ja tutkimusetiikka

Aineistonhallinnalla tarkoitetaan sitä, että tutkimusaineisto ja siihen liittyvä kuvaileva tieto luodaan, tallennetaan ja järjestetään niin, että sen tietoturva ja tietosuojat ovat varmistettuja koko aineiston olemassaolon ajan. Aineiston tulee myös säilyä käyttökuntoisena ja luotettavana siihen asti, kunnes se hävitetään. Tieteellisen tutkimuksen luotettavuuden edellytys on, että tutkimus on tehty hyvän tieteellisen käytännön mukaan. (Tietoarkisto.)

Jotta tutkimuksessa esitetty tieto on luotettavaa ja tarkistettavaa, tulee myös tutkimusaineiston keruun, käsittelyn ja arkistoinnin olla asianmukaista. Aina, kun ihmisiltä tai ihmisistä kerätään tietoja tutkimustarkoituksiin, on tärkeää, että tutkittavien ihmisarvoa ilmentävät normit tukevat tutkittavien ja heidän yhteisöjensä kunnioittamista ja tutkimuksesta aiheutuvan vahingon välttämistä. (Kuula 2011.)

Toteutin kaikki neljä haastattelua etäyhteydellä Jyväskylän yliopiston Zoomin kautta. Ennen haastatteluja lähetin jokaiselle haastateltavalle tutkimustiedotteen ja tietosuojailmoituksen. Tietosuojailmoituksessa käsittelyperusteeksi ilmoitettiin yleisen edun mukainen tieteellinen tutkimus (tietosuoja-asetuksen artikla 6.1.e, erityiset henkilötietoryhmät 9.2.j).

Tutkimuksessa kerättäviä henkilötietoja olivat nimi, ammatti ja äänitallenne. Tietojen kerääminen perustui tutkimussuunnitelmaan. Tutkimuksessa ei käsitelty erityisiä henkilötietoryhmiä ja kaikki tutkittavat ovat täysi-ikäisiä. Ilmoitin haastateltaville, että suorat tunnistetiedot poistetaan suojatoimena aineiston perustamisvaiheessa (pseudonymisoitu aineisto, jolloin tunnistettavuuteen voidaan palata koodin tai vastaavan tiedon avulla ja aineistoon voidaan yhdistää uusia tietoja). Tutkittavien kanssa sovittiin sitaattien käytöstä ja huomioitiin myös

henkilötietojen suoja. Yksi kolmesta haastateltavasta ei halunnut haastattelusta otettavan suoraa lainauksia tutkielman lopulliseen versioon, joten analyysiosiossa olen referoinut hänen kertomansa muiden sitaattien oheen, jotta myös hänen näkökulmansa tulee esiin. Analyysivaiheessa Arvoliiton toimitusjohtajan sitaattit voi tunnistaa, mutta yhteiskunnallisten yritysten edustajien haastatteluista poimittuja sitaatteja ei ole eritelty, jotta tunnistamisen mahdollisuus on vähäisempi.

Haastattelut nauhoitettiin erillisellä nauhurilla, joka tyhjennettiin käytön jälkeen. Varmistin aineistoni yhtenäisyyden ja laadun niin, että jokainen haastattelu tehtiin yhdellä nauhoituksella, jonka jälkeen se litteroitiin. Tein litteraateista myös varmuuskopiot ja tekstiä lukiessani käytin kopioita, en alkuperäisiä tiedostoja, jotta ne säilyivät varmuudella muokkaamattomina ja kokonaisina. Tein litteraattit itse ja tarkastin ne, jotta haastatteluista ei jäänyt puuttumaan mitään osia. Litteroinnin ja tarkastamisen jälkeen ääninauhat hävitettiin. Haastatteluiden litteraatteja säilytettiin, kunnes tutkimus oli valmis, minkä jälkeen myös ne poistettiin. Tutkimuksen tekstitiedostoihin on ollut pääsy tutkimuksen aikana vain sen tekijällä.

Tutkimuksen teemojen lisäksi lähetin haastateltaville etukäteen tutkimustiedotteen ja tietosuojailmoituksen, jossa edellä mainitsemani tiedot tutkimuksen tarkoituksesta, henkilötietojen keräämisestä ja aineiston säilyttämisestä oli esitelty. Muistutin haastattelujen alussa tiedotteista ja kävimme tarvittaessa uudestaan läpi, että haastateltava oli ymmärtänyt tiedotteiden sisällön. Varmistin myös erikseen, että kaikille oli selvää se, että vaikka suoraa tunnistetietoja ei kerätä ja tutkielman haastatteluihin osallistuneiden henkilöiden nimiä tai heidän edustamiaan organisaatioita ei mainita, on heidän henkilöllisyytensä selvitetävissä epäsuorien tunnistetietojen ja internetistä löytyvän tiedon perusteella.

Tutkielman kaikissa vaiheissa on pyritty noudattamaan hyvää tieteellistä käytäntöä. Suomen Akatemian tutkimuseettisten ohjeiden (2008) mukaan tutkijat ja tieteelliset asiantuntijat muun muassa noudattavat tiedeyhteisön tunnustamia toimintatapoja, soveltavat tieteellisen tutkimuksen kriteerien mukaisia ja eettisesti kestäviä tiedonhankinta-, tutkimus-, ja arviointimenetelmiä, kunnioittavat muiden tutkijoiden työtä ottamalla huomioon näiden työn ja saavutukset ja antamalla niille kuuluvan arvon ja merkityksen omassa tutkimuksessaan. Tutkimus myös suunnitellaan, toteutetaan ja raportoidaan tieteelliselle tiedolle edellytettyjen vaatimusten mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009.)

4 YHTEISKUNNALLISET YRITYKSET VASTUULLISUUS-TOIMIJOINA

4.1 Arvoliitto

Arvoliitto (myös Arvo ry) on yhteiskunnallisten yritysten ja muiden vaikuttavuustoimijoiden verkosto. Arvo ry on perustettu vuonna 2014 ja se toimii yli 70 jäsenyrityksensä hyväksi yhteiskunnallisen yrittämisen asiantuntijana ja neuvojana, edunvalvojana, sekä tiedon tuottajana ja yhteen kokoajana. Kyseessä on siis yhdistys, jonka jäseneksi voi hakea ja tulla hyväksytyksi, kun täyttää Arvo ry:n yhteiskunnallisen yrityksen kriteerit (ks. 2.2.1 Määritelmä). Arvoliiton toimitusjohtaja tiivistää, että Arvoliitto on yhteiskunnallisten yritysten yrittäjäjärjestö, jolloin jäseneksi haetaan ja hyväksymisen jälkeen jäsenmaksua maksamalla ollaan mukana yhteisössä tekemässä asioita. Arvo ry edistää yhteiskunnallisten yritysten asiaa, mutta kuten ei muidenkaan yhdistysten, ei mikään yhteiskunnallinen yritys automaattisesti ole Arvo ry:n jäsen. Arvoliitto tekee tiivistä yhteistyötä yhdessä Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksen kanssa, joka on perustettu Yhteiskunnallisten yritysten strategian (2021) myötä. Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskusta ohjataan ja seurataan työ- ja elinkeinoministeriössä ja sen tarkoituksena on toimia yhteiskunnallisiin yrityksiin erikoistuneena neuvonta- ja ohjauspalveluna, sekä lisätä liiketoimintamallin tunnettuutta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a.)

Arvo ry on mukana Euroopan unionin osarahoittamassa hankkeessa, joka ”tukee vaikuttavien kansainvälisten ja valtakunnallisten toimintamallien ja sosiaalisten innovaatioiden syntymistä ja levittämistä. Se myös edistää osatyökykyisten ja muuten vaikeassa työmarkkina-asetuksessa olevien työllistämistä.” (Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus a.)

Suomalaisen työn liitto voi myöntää heidän kriteerinsä täyttävälle yritykselle Yhteiskunnallisen yrityksen merkin. Nämä kriteerit ovat osittain samat kuin Arvoliiton yhteiskunnallisen yrityksen kriteerit, mutta niistä löytyy myös eroja, joita käsittelemme aiemmin luvussa 2.2.1. Määritelmä. Suurin ero löytyy kuitenkin siitä, että Suomalaisen työn liiton mukaan yhteiskunnalliset yritykset voivat olla myös julkisomisteisia, eli esimerkiksi kokonaan kunnan tai kaupungin omistuksessa julkisella sektorilla. Arvoliitto taas hyväksyy julkisomisteisia yhteiskunnallisia yrityksiä vain kannatusjäseniksi, jolloin ne saavat saman verkoston tuen kuin muutkin jäsenet, mutta niillä ei ole äänivaltaa yksityisen tai kolmannen sektorin yhteiskunnallisten yritysten tavoin.

Arvo ry:n strategia perustuu heidän sloganiinsa Oikein hyvää bisnestä. Käytännössä nämä kolme sanaa pitävät sisällään sen, että Arvon pyrkimys on auttaa yhteiskunnallisia yrityksiä

toteuttamaan liiketoimintaansa Arvon periaatteiden mukaan. *Oikein*, eli jäsenten toiminta on eettisesti tinkimätöntä ja arvolähtöistä, *Hyvää*, jolloin yhteiskunnallisten yritysten toiminnan tulee konkreettisesti olla vaikuttavaa ja luvattua hyvää tuottavaa, sekä *Bisnestä*, eli liiketoiminnan tulee olla myös kannattavaa, jotta se voidaan toteuttaa kestävästi. Heidän visionsa mukaan yhteiskunnalliset yritykset ovat vaikuttavia elinkeinoelämän toimijoita Suomessa ja rakentavat yhteiskunnasta kestävämpää. (Arvo ry. b.)

Arvoliiton verkkosivuilla kerrotaan, että he ovat viime vuosina nähneet siirtymän kohti vastuullisempaa ja kestävämpää liiketoimintaa, kun suuret yritykset ovat alkaneet yhä enemmän puhua vastuullisuudesta ja YK:n kestävä kehityksen tavoitteista. Myös kuluttajat ovat tulleet tietoisemmiksi esimerkiksi ihmisoikeuksista ja ilmastonmuutoksesta muiden kiireellisten globaalien kysymysten rinnalla. Kuluttajat ovat aiempaa kiinnostuneempia käyttämiensä tuotteiden ja palveluiden vastuullisuudesta. Tulevaisuudessa selviää, lisääntyykö yhteiskunnallisten yritysten määrä ja olemassa olevien yhteiskunnallisten yritysten menestys merkittävästi, koska ne ovat yleensä alansa vastuullisimpia yrityksiä. (Arvo ry. a.)

4.2 Yhteiskunnallisen yrityksen asema

Yhteiskunnallisen yrityksen käsite tuntuu olevan monille hyvin vieras. Tutkimushaastattelujeni ensimmäinen kysymys koski yhteiskunnallisen yrityksen erityispiirteitä ja liiketoimintamallin etuja tai haasteita. Esittäessäni kysymyksen korjasi useampi informantti, että heidän kohdallaan on kyseessä kansalaisjärjestö tai säätiö, ei yritys. Sana *yritys* yhteiskunnallisen yrityksen yhteydessä on siis selvästi harhaanjohtava, koska kaikki tutkimukseen valitsemani toimijat ovat päätyneet osaksi yhteiskunnallisten yritysten ja vaikuttavuustoimijoiden verkosto Arvoliittoa, jolloin he ovat siis itse hakeneet Arvoliiton jäsenyyttä ja heidät on yhdistyksen kokouksessa hyväksytty mukaan verkostoon. Tutkimukseen haastatelluista yhteiskunnallisista yrityksistä yksi on Arvoliiton kannatusjäsen ja kaksi muuta joko varsinaisia jäseniä tai yhteisöjäseniä, jolloin heidän on tullut täyttää ARVO ry:n yhteiskunnallisen yrityksen kriteerit tullakseen hyväksytyksi.

Yhteiskunnallisen yrityksen määritelmän epäselvyys saattaa aiheuttaa haasteita yhteiskunnallisina yrityksinä toimiville yhdistyksille.

”Sitten toinen on just sen oman paikan löytäminen, että meitä ei myös ehkä semmoissa keskusteluissa sitten aina mielletä kuuluvaksi tähän, että sitten meidät taas toisaalta mielletään ehkä kuuluviksi niin kuin järjestötoimijana ja sitten taas niin kun mä itse haluaisin nähdä, että meidän tekeminen on kuitenkin myös järjestötoimintaa enemmän semmoista yrityksen niin kun tai liiketoimintalogiikan ja muun tunnistavaa enemmän kuin semmoista, ihan perinteisempää järjestötyötä. Että ne on ehkä niin kun sellaisia meidän erityispiirteitä.”

Tarkan määritelmän ja lainsäädännön puuttuminen näkyy myös siinä, miten yritysmaailmassa yleisesti saatetaan suhtautua yhteiskunnallisiin yrityksiin. Arvo ry:n toimitusjohtajan mukaan

yleinen väärinkäsitys on, että yhteiskunnalliset yritykset saavat avustuksia, lainoja tai tukia, mitä muut yritykset eivät saa. Todellisuudessa asia on hänen mukaansa päinvastoin: yhteiskunnalliset yritykset voivat jäädä yrityspalveluiden ja esimerkiksi tuettujen laajennus- ja kehittämispalveluiden ulkopuolelle. Tämän suhteen yhteiskunnalliset yritykset eivät ole hänen mukaansa Suomessa samalla viivalla muiden yritysten kanssa.

Yhteiskunnalliseksi yritykseksi lukeutuvista aatteellisista yhdistyksistä ja kansalaisjärjestöistä löytyy paljon vapaaehtoistyöntekijöitä ja heidän työpanoksensa on merkittävä osa näiden toimijoiden liiketoimintaa. Työntekijöiden joukossa on kuitenkin myös palkattuja työntekijöitä, joille maksetaan säännöllisesti. Moni palkattu työntekijä työskentelee näissä tapauksissa erilaisten hankkeiden parissa, joihin tarvitsee erikseen hakea rahoitusta. Yleisavustuksilla, jäsenmaksuilla tai mahdollisella sijoitustoiminnalla saadaan usein ylläpidettyä liiketoimintaa.

Samaa mieltä yhteiskunnallisten yritysten aseman kehittämistarpeesta Arvo ry:n toimitusjohtajan kanssa oli yksi haastateltavista yhteiskunnallisten yritysten edustajista. Hänellä on myös ajatuksia siitä, miten yhteiskunnallisten yritysten asemaa voisi parantaa Suomessa.

”Konkreettisesti totta kai niin kun yhteiskunnallista yrittäjyyttä voi ihan lainsäädäntöteitse helpottaa esimerkiksi niin, että no mun mielestä henkilökohtaisesti, niin yhteiskunnalliselle yrittäjyydelle tai yhteiskunnalliselle yritykselle pitäisi laittaa vielä tiukemmat kriteerit kuin mitä ne tänä päivänä on, että se pitäisi olla jollain tavalla ihan niin kuin tiukasti sertifioitua toimintaa. Siis toki tänäkin päivänä siihen on kriteerit, että voi vaikka käyttää yhteiskunnallinen yritys -merkkiä, mutta ne mun mielestä voisi olla ihan selkeästi se... Vähän niin kun englanniksi sanottaisiin ”gold standard” yritystoiminnalle, että jos yhtiö, yritys täyttää tietyt ekologisen kestävyuden ja sosiaalisen vastuullisuuden kriteerit niin se saa tämmöisen yhteiskunnallisen yrityksen statuksen ja sitten sen myötä voisi sitten saada vaikka justiin jotain... verohelpotuksia esimerkiksi, tämmöinen heitto, että ei tarvitsisi maksaa yhteisöveroa esimerkiksi semmoisista tuotoista, joita se yhtiö ei maksa osinkoina ulos vaan että jotka se investoi takaisin siihen yhteiskunnalliseen ydintehtävänsä, niin se voisi olla tosi hyvä, järkevä tämmöinen verokannustin.”

Vaikka yhteiskunnalliset yritykset Suomessa eivät lainsäädännöllisesti ole mitenkään erityisasemassa, voi positiivinen mielikuva yhteiskunnallisen hyvän tekemisestä olla myös kilpailua edistävä tekijä. Haastatteluissa esiin tulevia positiivisia puolia yhteiskunnallisesta yritystoiminnasta ovat esimerkiksi markkinointiin ja brändiin saatava etu siitä, että voidaan yleisesti kertoa liiketoiminnan kärkitavoitteiden olevan jotain muuta, kuin rahan tekeminen. Yhden haastateltavan mukaan monelle asiakkaalle merkittävä syy valita juuri yhteiskunnallinen yritys palvelun tarjoamiseen on ainakin jossain määrin se, että rahat menevät hyvään tarkoitukseen, eikä niillä kerrytetä rajatun omistavan luokan pääomia, vaan tulot kanavoidaan takaisin toimintaan.

Liiketoiminnan tulee olla kannattavaa yhteiskunnallisissakin yrityksissä, mutta varsinaista tulospainetta ei ole, koska teoriassa riittää, kun tulot kattavat menot. Jos voittoa tuotetaan, ohjataan se takaisin omaan liiketoimintaan tai käytetään ulkopuolisen kohderyhmän hyväksi yhteiskunnassa. Yksi haastateltava uskoo, että mielikuvasta saatava etu saattaa tehdä palvelun tarjoajasta asiakkaalle myös helposti lähestyttävämmän, kun kyseessä ei ole iso ylikansallinen toimija, joka on muuttunut kasvottomaksi.

Eräs haastateltavista toteaa, että yhteiskunnallinen yritys voi myös kohdentaa teke-
määnsä työtä erilaisiin erityisryhmiin, koska kun voiton tekeminen ei ole yrityksen tavoitteena,
ei tarvitse miettiä onko jonkin asiakaskunnan palveleminen taloudellisesti kannattavaa vai kan-
nattamatonta. Tämä luo mahdollisuuden tarjota palveluja sellaisille ihmisille, jotka eivät itse
pystyisi palvelua ostamaan.

Yhteiskunnalliset yritykset voivat olla joko julkisella sektorilla-, markkinasektorilla-, tai
kolmannella sektorilla toimivia, vaikkakin suurin osa suomalaisista yhteiskunnallisista yrityk-
sistä kuuluu yhdistysstatuksensa perusteella kolmannelle sektorille. Koska pelkkä yhtiömuoto
ei kuitenkaan määritä sitä, onko kyseessä yhteiskunnallinen yritys vai ei, on yhteiskunnallisille
yrityksille tyypillistä hybridisaatio, eli sektoreiden välisten rajojen hälventyminen ja sektorira-
jojen ylittäminen. (Ruusuvirta 2015.)

Erityisesti kehittyvissä maissa on yleistynyt kehitys, jossa yritykset automaattisesti joutu-
vat kantamaan vastuuta esimerkiksi koulutuksesta tai terveydenhuollosta, jotka perinteisesti
ovat kuuluneet julkiselle sektorille, koska valtiot eivät jostain syystä pysty huolehtimaan näiden
palveluiden tarjoamisesta. Yrityksistä tulee myös enemmän poliittisia toimijoita, kun ne ottavat
hoitaakseen aiemmin valtiolle kuuluneita vastuita. (Joutsenvirta 2009.) Yhteiskunnallisten yri-
tyksen suhteen on havaittavissa markkinaistuminen, joka on eräs hybridisaation muoto. Siinä
markkinasektorilla käytössä olevat toimintatavat leviävät julkiselle sektorille, sekä kolmannen
sektorin organisaatioihin. (Ruusuvirta 2015.)

Kolmannen sektorin toimijat ovat markkinaistumisen myötä omaksuneet toimintaansa
esimeriksi ammattimaisemman tavan tuottaa palveluja ja huomioida asiakaslähtöisyys, koska
varsinkin kulttuurialalla toimivat organisaatiot joutuvat entistä enemmän kilpailemaan asiaka-
kaistaan. Kolmannella sektorilla toimivissa yhdistyksissä on aiempaa enemmän palkattuja työn-
tekijöitä, vaikka vapaaehtoistoiminta on edelleen läsnä. Kolmannen sektorin yhdistykset ja jär-
jestöt myös pyörittävät toimintaansa kaupallisilla yhteistöillä ja sponsoreilla, mikä ei ole aiem-
min ollut yhtä tyypillistä. (Ruusuvirta 2015.) Ruusuvirran mukaan ”Organisaatiot toimivat yhä
enemmän useamman kuin yhden sektorin alueella ja yhdistävät esimerkiksi erilaisia tulonläh-
teitä, arvoja, toimintakulttuureita ja hallintamalleja toiminnassaan.”

Yksi kolmesta haastateltavasta puhui edustamansa organisaation liiketoiminnasta hyvinkin in-
nokkaasti ja korosti erilaisia projekteja, joita heillä on meneillään. Hän oli huomattavasti kahta
muuta haastateltavaa avoimempi siitä, mistä he saavat tuloja ja miten niitä käytetään edelleen
toiminnan ylläpitämiseksi. Toiset kaksi taas muistuttivat useammin siitä, kuinka heidän organi-
saationsa ei ole yritys, ja tulkintani mukaan he ehkä pyrkivät häivyttämään liiketoiminnan ole-
massaoloa, vaikka kuitenkin on selvää, että tällaista liiketoimintaa organisaation taustalla on,
jotta hekin voivat saada työstään palkkaa. Nämä haastateltavat nostivat puheessaan enemmän
esiin juuri rooliaan kolmannen sektorin toimijana ja kolmannelle sektorille ominaisia arvoja ja
toimintakulttuureja kestävään kehitykseen liittyen.

Ruusuvirta (2017) nostaa esiin näkemyksen, jonka mukaan hybridisaatio uhkaa kolman-
nen sektorin yleishyödyllistä tarkoitusta ja arvopohjaa, kun taloudellinen painostus ja

määrällinen arviointi kasvaa ja kohdistuu myös kolmannen sektorin organisaatioihin. (Ruusuvirta 2017.) Oma näkemykseni taas on, että kestävä ja vastuulliset toimintatavat tai vilpítőn halu toimia vapaaehtoisena jonkin yhteiskunnallisen hyvän saavuttamiseksi ei sulje pois sitä, että markkinasektorilta voidaan ottaa mallia ammattimaisemman toiminnan rakentamiseksi ja säännöllisempien tulonlähteiden vakiinnuttamiseksi.

Tulevaisuudessa on jopa todennäköistä, että hybridisaatio yleistyy. Se voi olla yhteiskunnallisten yritysten aseman kannalta jopa positiivinen asia, jos sen seurauksena yhteiskunnalliset yritykset pääsevät paremmin osaksi kilpailua julkisten hankintojen toteuttajista ja saavat sen myötä enemmän näkyvyyttä. On myös yhteiskunnan kannalta toivottavaa, että yhteiskunnallisen hyvän edistämiseen pyrkivät yritykset yleistyvät ja pystyvät myös työllistämään henkilöitä, jotka ehkä muuten olisivat tehneet vapaaehtoisina ilman korvausta samaa työtä siksi, että kokevat asian tärkeäksi. Toisaalta on tunnistettava uhka siitä, että kolmannen sektorin toimijoiden vahvuudet kuten ihmisläheisyys ja yhteisöllisyys, sekä niiden rooli tärkeinä sosiaalisen integraation ja demokratian edistäjinä unohtuu, kun lähdetään tavoittelemaan vakavasti otettavaa roolia markkinasektorilla. (Ruusuvirta 2017.)

Yhteiskunnallisten yritysten strategiassa (2021) lähtökohtana on, että ”yhteiskunnallisten yritysten liiketoiminnan erityispiirteet tunnustetaan, mutta erityistä säädöspohjaa tai erityiskohtelua ei luoda. Sen sijaan yhteiskunnallisten yritysten toimintaedellytyksiä vahvistetaan.” Strategian mukaan pyritään myös lisäämään yhteiskunnallisten yritysten vaikuttavuusperustaista liiketoimintaosaamista. Sosiaalisten innovaatioiden juurruttamiseksi tehtäviä toimia vahvistetaan ja ”Julkisten hankintojen vaikuttavuusperusteisuutta, sosiaalisten kriteereiden käyttöä ja innovatiivisia menettelyjä edistetään sekä arvioidaan uusien rahoitusmallien tarve.” Näiden lisäksi myös tilastointia ja tiedontuotantoa systematisoidaan ja tutkimustoimintaa lisätään. Yhteiskunnallisten yritysten strategian ”keskeinen tavoite on parantaa osatyökykyisten ja muiden heikossa työmarkkinatilanteessa olevien työllisyyttä.” (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a.)

EU:n uusien suositusten mukaan jäsenvaltioiden on laadittava tai päivitettävä yhteisötalouden strategiansa vuoden 2025 loppuun mennessä, joten Suomessakin on alkamassa yhteisötalouden ja yhteiskunnallisten yritysten strategian päivitys (EU 2023). Petteri Orpon hallitus antoi myös kesäkuussa 2024 periaatepäätöksen kansalaisjärjestöstrategiasta. EU:n määritelmän mukaan yhteisötalouteen kuuluvat yhteiskunnalliset yritykset, keskinäiset yhtiöt ja osuuskunnat, sekä kansalaisjärjestöjen yleishyödyllinen toiminta, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että yhteisötalouden strategia ja kansalaisjärjestöstrategia koskevat osittain päällekkäisiä organisaatioita. Ideaalitalanteessa tulevissa strategioissa yhteiskunnallisten yritysten strategia ja kansalaisjärjestöstrategia yhdistetään suomessakin yhteisötalouden strategiaksi päällekkäisyyksien välttämiseksi. (Arvo ry. d.)

Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan julkisyhteisöjen oman toiminnan etujen ohella sosiaalisesti vastuullisilla hankinnoilla voidaan vaikuttaa myös markkinoiden toimintaan. Kun sosiaalisesti vastuullisten tuotteiden tai palveluiden kysyntä kasvaa, myös niiden tarjonta todennäköisesti lisääntyy. Julkisten hankintojen kautta voidaan myös kannustaa yhteiskunnallisilta

vaikutuksiltaan innovatiivisten ratkaisujen ja tuotteiden kehittämiseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2017b.)

Myös Arvoliiton toimitusjohtajan mukaan tärkeää olisi se, että yrittäjyydestä kiinnostuneet henkilöt tutustuisivat myös yhteiskunnalliseen yrittämiseen ja näkisivät mahdollisuutena lähteä toteuttamaan omaan toimintaansa juuri yhteiskunnallisen vaikuttavuuden kautta. Tällaisen muutoksen rakentaminen on kuitenkin hidasta ja vaatii sitä, että myös yrityspalvelut näkevät yhteiskunnallisen yrittäjyyden yhtenä vaihtoehtona muiden kanssa, eikä yhteiskunnallisen yrityksen kanssa aloitteleva yrittäjä joudu lähtemään takamatkalta valitsemansa liiketoimintamallin takia.

”Mä sanoisin, että nyt olisi tärkeää kyllä myös aika hyvin yrittää selvittää, että minkälaisia malleja meillä kansainvälisesti on käytössä. Ja Euroopassa esimerkiksi, koska just Euroopan unionin tää [yhteisötalouden] suosituksetkin niin mun mielestä tavallaan tukee sitä, että meidän kannattaa selvittää minkälaisia käytäntöjä on ja miettiä olisiko niissä sitten joku sellainen, joka meille sopisi ja toisi yhteiskuntaan hyvää.”

Arvoliitossa ei nähdä, että yhteiskunnalliset yritykset olisivat liiketoimintamallinsa takia huomnommassa asemassa kilpailutilanteissa, jos kyse ei ole pelkästä hinnalla kilpailemisesta. Arvo ry:n toimitusjohtaja mainitsee, että esimerkiksi työnantajien kilpaillessa osaavasta henkilöstöstä ei ole eroa sillä, onko kyseessä yhteiskunnallinen yritys. Työntekijällä yhteiskunnalliseen yritykseen työllistyminen taas voi olla jopa kannustava tekijä, joka saa valitsemaan kilpailevan yrityksen sijaan juuri yhteiskunnallisen yrityksen, jos työolosuhteiden ja palkkauksen kohdalla ei ole merkittäviä eroja.

4.3 Yhteiskunnalliset yritykset vastuullisuustyön edelläkävijöinä

Vastuullinen yritystoiminta on sellaista, jossa huomioidaan kestävän ja kannattavan liiketoiminnan lisäksi toiminnan suorat ja epäsuorat vaikutukset ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan (Suomen YK-liitto). Lainsäädännöstä huolimatta se perustuu Suomessa ainakin toistaiseksi vahvasti yritysten omaan vapaaehtoisuuteen, vaikka vastuullisuusraportoinnista on jollain aikavälillä tulossa velvoittavampaa. Tällä hetkellä raportointivastuu on vain suuryrityksillä (ks. 2.2.1 Määritelmä.) Kuten haastatteluista tulee ilmi, yhteiskunnalliset yritykset eroavat muista yrityksistä vastuullisuustoimintansa suhteen niin, että suurella osalla liiketoiminnan lähtökohta ja toiminnan tavoite on alusta alkaen ollut juuri vaikuttaa positiivisesti ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan. Muilla yrityksillä lähtökohtana taas on voiton tavoittelu ja liiketoiminnan tuottavuus, johon yritys vastuu tyypillisesti pyritään sovittamaan.

Yhteiskunnallisten yritysten määrän kasvattamiseksi haastateltavani ehdottavat muutoksia lainsäädäntöön, mutta myös tietoisuuden lisäämistä. Arvoliiton toimitusjohtajan mukaan tärkeää olisi se, että kun innokas yrittäjyydestä haaveileva ihminen menee yritysneuvojan

luokse mukanaan idea yhteiskunnallisesta yritystoiminnasta, siihen osattaisiin kannustaa ja löytää toimivia ratkaisuja sen sijaan, että idea tyrmättäisiin tuottamattomana. Tällä hetkellä Suomessa muun muassa Arvoliitto ja Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus tekevät työtä yhteiskunnallisten yritysten näkyvyyden ja merkityksellisyyden lisäämiseksi.

Erään haastateltavan mukaan yhteiskunnalliset yritykset voisivat hyvinkin toimia edelläkävijöinä vastuullisuustyössä. Hänellä on myös ajatuksia siitä, miten yhteiskunnallisten yritysten määrää Suomessa saisi kasvatettua. Tärkeimmiksi tekijöiksi hän nimeää koulutus- ja valituskulttuurin muokkauksen, vero- ja lainsäädäntökannusteet, sekä innostavat esikuvat ja tarinat yhteiskunnallisesta yrittäjyydestä.

”Ja sitten toisaalta just että saa jonkunlaisia lisäpisteitä vaikka julkisissa hankinnoissa, tai kun on tällainen asia niinku varatut hankinnat, että on jotain hankintoja, jotka on varattu pelkästään yhteiskunnalliselle yritykselle. Niin mun mielestä toi olisi kanssa semmoinen ihan järkitekko, ja että EU:n yhteisötalouden suosituksissa vähän tuon tyyppisiä suosituksia jo onkin, niin itse niitä kannatan lämpimästi. Ja no menee vähän vielä sitten kolmantena, jos listaa, niin menee tähän kulttuuriasiaan vielä niin ylipäättään niin kun innostavia, kannustavia esimerkkejä ja esikuvia. Kyllähän jos miettii vaikka tämmöistä startup-huumaa. Suomihan on yksi niin kun Euroopan tämmöisiä startup yrittäjyyden luvattuja maita. Mikä on siis tosi hienoa, hyvä asia, niin kyllähän siinä taustalla on paljon semmoista tiettyä niin kun vähän myyttistäkin glorifiointia, on tämmöisiä sankariyrittäjätarinoita. - - Mut ne on nyt voittopuolisesti silti nykyään enemmän... että ne on melkein aina jotain... ne on ensinnäkin yleensä aina valkoisia mieshenkilöitä ja nää on henkilöitä, jotka on perustanut teknologiayrityksen. Samantyyppisiä sankaritarinoita tarvitsisi tänne yhteiskunnallisen yrittäjyyden saralle.”

Yhteiskunnallisten yritysten tarpeet eivät välttämättä poikkea paljoa muun yritystoiminnan tarpeista, jos mietitään vaikka minkälaista osaamista sen johto ja yrittäjät tarvitsevat. Arvoliiton toimitusjohtajan mukaan yhteiskunnalliset yritykset voisivat itsekin miettiä hankkivansa vielä vahvemmin liiketoimintaosaamista, koska yritys- ja liiketoiminnan johtamisessa ja vetämisessä tarvitaan samanlaisia kyvykkyksiä. Hänen mukaansa yhteiskunnallisille yrityksille on oleellisen tärkeätä, että niillä on myös osaamista vaikuttavuusketjun tehostamisesta, koska vaikuttavuus itsessään on niiden pääasia, mutta sen rinnalla tarvitaan myös normaalia liikkeenjohdon osaamista.

Yhteiskunnalliset yritykset erottautuvat muista yrityksistä sillä, että niiden kaikki toiminta perustuu aatteelle tehdä jotakin yhteiskunnallisesti hyvää. Vaikka tarkoituksena on rakentaa positiivisempaa ja vaikuttavampaa yhteiskuntaa, ei se automaattisesti tarkoita, että toiminta on vastuullista, vaan siihen täytyy kiinnittää erikseen huomiota. Myös yhteiskunnallisten yritysten tulee huomioida esimerkiksi niiden tuottamat hiilidioksidipäästöt, sekä oikeudenmukaisena työnantajana toimiminen, kuten kaikkien muidenkin vastuullisuuteen pyrkivien yritysten. Arvoliiton toimitusjohtajan mukaan vastuullisuus on sitä, että toimitaan niin ettei maapallopomme tehdä haittaa. Hänen mukaansa myös yhteiskunnallisista yrityksistä osa on todella pitkällä vastuullisuustyössä ja osalla taas työtä on vielä tehtävänä.

Erona yhteiskunnallisten yritysten ja muiden yritysten välillä kuitenkin on se, että yhteiskunnallisissa yrityksissä vaikutuksia ympäröivään yhteiskuntaan on aina pohdittu, koska liiketoimintamallin ytimessä on ajatus hyvän tekemisestä. Se ei kuitenkaan poista sitä, että yhtä

lailla myös heidän pitää vielä tarkastella omaa toimintaansa ja pyrkiä kehittämään sitä vastuullisempaan suuntaan. Monesti esimerkiksi ekologiset ratkaisut saattavat olla vielä hintavampia verrattuna niihin ratkaisuihin, joissa käytetään vanhempaa teknologiaa, joka ei ole ympäristölle niin hyvä. Tämä koskee kaikki yrityksiä, ei vain yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen pyrkiviä.

Yhteiskunnallisten yritysten etuna on se, että vaikuttavuus on ollut mukana alusta lähtien. Jos kestävyys nähdään niin, että pyritään minimoimaan maapallolle aiheutuvia haittoja, on yhteiskunnallisten yritysten helpompi toteuttaa sitä, koska liiketoiminnassa hyödynnettävä pääoma on lähes aina sosiaalista, ei luonnonvaroja. Sosiaalinen vastuu on yhteiskunnallisissa yrityksissä ollut pidempään arkipäivää ja tärkeää, koska on tyypillistä, että palveluliiketoiminnan kohderyhmää kuunnellaan ja se on myös mukana sidosryhmässä palvelujen tuotannossa, koska tavoitteena on juuri tälle sidosryhmälle tuotettava hyöty.

Koska sosiaalisen vastuullisuuden ja myös kestävyuden suhteen yhteiskunnallisista yrityksistä monet ovat ainakin jollain tavalla edelläkävijöitä, voi olla mahdollista, että myös kulttuurinen osa-alue sosiaalisen kestävyuden sisällä huomataan merkittäväksi ensimmäisenä juuri yhteiskunnallisten yritysten parissa. Edellytykset tällaiselle kehitykselle ovat varmasti monia muita yrityksiä paremmat, mutta se vaatii myös kulttuurin tunnistamista ja erityisen huomion kiinnittämistä, jotta se ei jää suurempien sosiaalisten teemojen alle.

Yhden haastateltavan mukaan yhteiskunnallisilla yrityksillä voi olla tärkeä rooli ratkaisujen tarjoajana, sekä eri sektoreiden yhdistäjänä. Yhteistyöstä voi löytyä myös kulttuurisen kestävyuden kannalta hedelmällisiä ratkaisuja.

”No ehkä se just se esimerkkivoima on kaikkein tärkeintä, että kun monesti tulee aika paljonkin tämmöistä turhaa vastakkainasettelua, nähdään että on ne... puhutaan nyt vaikka suomessakin tästä kansantalouden kestävydestä ja monet varsinkin oikeistopoliitikot viljelee semmoista mielikuvaa, että vain yksityisellä sektorilla tuotetaan hyvinvointia, että kaikki loput, taide ja kulttuurisektori ja julkinen sektori vaan kuluttaa sitä. -- No eihän se niin tietenkään ole. -- Mutta kun tämmöinen vastakkainasettelu on päässyt syntymään, niin yhteiskunnalliset yritykset parhaimmillaan voisi olla semmoinen tietty liima näiden maailmojen välissä, että ei tarvitse mennä mihinkään semmoiseen niin kun ääripään riistokapitalistikulmaukseen, mutta ei toisaalta myöskään mihinkään ideologinen työstä kieltäytyjä -kulmaukseenkaan vaan et näyttää että saadaan aikaan isolle joukolle ihmisiä ihan fiksu riittävä elinkeino, ihan riittävän mukava elintaso ja samalla että toimintaan on sisäänrakennettu tää just kulttuurinen kestävyys ja että se on osa vaikka liiketoimintaa.”

Edellä kuvatun kaltainen tilanne on helpommin sanottu kuin tehty, mutta näen mahdollisena juuri yhteiskunnallisten yritysten roolin edelläkävijänä uusien sosiaalisten innovaatioiden kehittäjänä, sekä ”sektoreita yhdistävänä liimana”, kuten erään haastattelemani yhteiskunnallisen yrityksen toimitusjohtaja toteaa. Yhteiskunnalliset yritykset voivat olla osaltaan purkamassa tätä sektoreiden välistä vastakkainasettelua ja täydentämässä eri sektoreiden puutteita.

Haastateltava kokee edustamansa yhteiskunnallisen yrityksen onnistuneen hyvin vastuullisuustyössä ja kertoo, että vastaavia rohkaisevia esimerkkejä on useita ympäri Suomea. Yhteiskunnallisen yrityksen eduksi hän mainitsee sen, että yhteiskunnallisen vastakkainasettelun ja väittelyiden kärjistymisen keskellä yhteiskunnallisen yrityksen asema on hyvä, kun ei ikään kuin tarvitse valita puoltaan ja hyökätä ketään kohtaan. Hänen mukaansa

yhteiskunnallinen yrittäjyys puhuttelee sekä talousvasemmistoa että talusoikeistoa, konservatiivisempia- ja liberaalimpia ihmisiä.

Vaikka yhteiskunnallisissa yrityksissä on selvästi hyvät lähtökohdat toimia vastuullisuustyön edelläkävijöinä, niiden liiketoiminta rajoittuu usein palveluiden tuottamiseen. Esimerkiksi hyödykkeitä myyville yrityksille yhteiskunnallisten yritysten sosiaalisten innovaatioiden mallista ei siis välttämättä ole suoranaista hyötyä, koska sitä ei voi suoraan soveltaa tällaiseen liiketoimintaan, kun vastuullisuutta tarkastellaan näiden kohdalla hyvin erilaisilla mittareilla. Yksi haastattelemani yhteiskunnallisen yrityksen edustaja sanoo näkevänsä edustamansa organisaation myös kumppanina jollekin yritykselle, joka haluaa tehdä yhteistyötä vastuullisen yhteiskunnallisen toimijan kanssa ja toteuttaa omia vastuullisuustavoitteitaan heidän kautta. Yhteiskunnallinen yritys voisi siis toimia yritysyhteistyössä ikään kuin konsultoijana muille yrityksille.

5 KULTTUURINEN KESTÄVYYS VASTUULLISUUS-TOIMINNASSA

5.1 Agenda2030 ohjaamassa vastuullisuustoimintaa

Koska haastateltavat henkilöt ja heidän edustamansa yhteiskunnalliset yritykset valikoituivat tutkielmaani juuri heidän valitsemiensa kestävän kehityksen tavoitteiden perusteella, oletuksenani oli se, että nämä Agenda2030 kestävän kehityksen tavoitteissa eriteltyt 17 osa-aluetta ovat sekä tiedossa että jonkinlaisessa keskeisessä roolissa osana vastuullisuustoimintaa. Kulttuurista kestävyyttä käsittelevät tavoitteet 11., 16. ja 17. olivat erityisenä kiinnostukseni kohteena kysyessäni kestävän kehityksen tavoitteista yhteiskunnallisten yritysten edustajilta. Näiden kolmen tavoitteen lisäksi kulttuurisia teemoja sivutaan jollain tavalla myös muissa tavoitteissa, vaikka niitä ei tuodakaan esille kovin selkeästi.

Yksikään kolmesta yhteiskunnallisesta yrityksestä ei haastateltujen kertoman mukaan ole kirjannut tavoitteita konkreettisesti esimerkiksi osaksi toimintasuunnitelmaansa, vaan tavoitteiden olemassaolo tiedostetaan vastuullisuustoiminnan taustalla. Yksi haastateltava kertoo, että heillä on käynnissä kehittämistyö, jonka tarkoituksena on kirjata tavoitteet selkeämmin toimintaohjelmamuotoon. Hän huomaa muiden sidosryhmien keskittyvän kestävään kehitykseen ennistä enemmän ja myös edustamansa yhteiskunnallisen yrityksen tunnistaneen tarpeen koota heidän toimintansa selkeämmäksi ohjelmaksi.

Sama haastateltava toteaa, että kokee heidän toimintansa olevan jo nyt hyvin vastuullista ja vaikka toimintaa on aina tarpeellista käsitellä ja kehittää, ei kestävän kehityksen tavoitteiden sisällyttäminen toimintaohjelmaan aiheuta käytännössä suuria muutoksia. Agenda2030 tavoitteet ovat heille enemmänkin uusi tapa sanoittaa jo olemassa olevia käytäntöjä, kuin muuttaa toimintaa tavoitteisiin tähtääväksi. Haastateltava itse työskentelee edustamassaan yhteiskunnallisessa yrityksessä ympäristö- ja ilmastoasioiden asiantuntijana, jolloin hänen työtehtävänsä on kehittää toimintaa vastuullisemmaksi. Hän kertoo asioiden olevan heillä hyvällä mallilla, vaikka ei suhtaudukaan asiaan niin, että nykytilaan voisi olla täysin tyytyväinen eikä tarvetta kehittämislle olisi.

Toisen haastateltavan mukaan on ilmeistä, mihin kestävän kehityksen tavoitteisiin mitkäkin heidän eri toimijoidensa toimintasuunnitelmat ja strategiat liittyvät, vaikka niitä ei ole suoraan kirjattu minnekään. Hän kuitenkin sanoo, että heidän toiminnassaan pitäisi näkyä,

miten he tavoitteita edistävät. Oman tavoitteiden toteutumiseen tähtäävän toimintansa lisäksi heillä asioista myös puhutaan yhteisesti, jotta organisaatiot laajasti sitoutuisivat samoihin tavoitteisiin ja ymmärtäisivät syvällisellä tasolla, miksi näin tehdään ja mitä se kunkin arjessa tarkoittaa. Tällä toiminnalla tähdätään siihen, että vastuullisuuskeskustelua ei käytäisi ainoastaan johdon edustajien välillä.

Yksi haastateltavista nostaa esiin sen, miten hienoa on, että heillä ylipäätään on mahdollisuus siihen, että ympäristö- ja vastuullisuustehtäviä kehittämään on voitu palkata erillinen henkilö, jolla on osaamista spesifisti näistä teemoista. Pienissä yrityksissä - niin voittoa omistajilleen tavoittelevissa, kuin yhteiskunnallisissakin – ei aina ole resursseja työllistää omaa osaajaa jokaiselle osa-alueelle, vaan vastuullisuudesta huolehtiminen voi olla liitetty osaksi jotain muuta työtehtävää, tai sitten se ei ole varsinaisesti kenenkään vastuulla.

Eräs haastateltavista kävi muita tarkemmin läpi kestävän kehityksen tavoitteita edustamansa yhteiskunnallisen yrityksen toiminnan suhteen. Kulttuurisesti kestävän kehityksen tavoitteista numeron 11, kestävät kaupungit ja yhteisöt, hän kuvaa sopivan heidän toimintaansa hyvin, koska he ovat vahva kaupunkisuunnittelutoimija, sekä kaupunkikulttuuri- ja kaupunkiyhteiskuntakeskustelija. He pyrkivät olemaan itse esimerkki terveestä ja kukoistavasta kaupunkikulttuurista ja kestävästi kehittyvästä kaupungista, mutta ottavat kantaa myös ulkopuolisiin kehityskuluihin, jotta kehitys veisi kohti rehellisempää ja ekologisesti kestävämpää kaupunkia. Rauhaa, oikeudenmukaisuutta ja hyvää hallintoa, eli kestävän kehityksen tavoitetta 16 hän kuvailee seuraavasti:

”Me ollaan siis myös vahvoja tämmöisiä oikeusvaltion puolestapuhujia, että me ei olla esimerkiksi mikään anarkistinen toimija, vaan me nimenomaan halutaan partneroitua vahvasti vaikka julkisen sektorin ja myös yksityisen sektorin toimijoiden kanssa, että rakennetaan tässä vahvaa luottamukseen perustuvaa yhteiskuntaa, niin kyllä noista SDG:istä [sustainable development goals] iso osa ihan suoraan istuu. Siihen en... me ollaan silleen nöyriä ja mä väitän että ei me kaikessa onnistuta täydellisesti, mutta kuitenkin vahva aito pyrkimys on, että kaikkia noita edistettäisi.”

Vahva pyrkimys tehdä jotain asioiden edistämiseksi ei aina tarkoita mitään konkreettista, joten mielestäni on hyvä, että haastateltavani itsekkin myöntää, että parantamisen varaa varmasti on. Kestävyys- ja vastuullisuustyöstä puhuttaessa on hyvä muistaa, että pyrkimys johonkin parempaan tai tietoisuus ongelmista ei vielä vie asioita eteenpäin, mutta haastateltavani perustee myös tavoitteen 17, yhteistyö ja kumppanuus, kautta, miksi myös yhteiskunnallisella yrityksellä ja heidän edistämällään toimintamalleilla on merkitystä.

”Joo se on ylipäätään, kun mä kuvasin tuossa niin me ollaan tämmöinen yhteistyöverkostotoimija, niin sen lisäksi että me tehdään omaa juttuamme niin me pyritään alati oppimaan muilta ja maan parhaita käytäntöjä ja muille niin kun luomaan semmoista... kun yhteiskunnathan on myös tämmöistä... No ne on alati kamppailua myös vallasta, että siitä että kenellä ja missä on resurssit ja eli missä on taloudellinen valta missä on poliittinen valta, missä on mielipidevalta, kulttuurinen valta, uskonnollinen valta, näin pois päin. Niin totta kai me ollaan sitten... halutaan edistää sitä tämmöisillä niin kun edes jotakuinkin samat arvot jakavilla, eritoten kansalaisyhteiskunnan toimijoilla niin että me

oltaisiin yhä vahvemmin linkittyneet toisiimme ja oltaisiin vahvempia yhdessä sen sijaan että kaikki tekee erikseen.”

Agenda2030 -tavoitteet toimivat kaikilla haastattelemillani organisaatioilla jonkinlaisena pohjana kestävyystyölle, mutta ne eivät yhteiskunnallisen yrityksen arjessa ole jatkuvasti pinnalla. Kysyessäni Arvoliiton toimitusjohtajalta siitä, valvotaanko jäsenyritysten kestävyystoiminnan osumista kestävä kehityksen tavoitteisiin, hän sanoo ettei heille ole niinkään tärkeää, että tavoitteet on jollain tietyllä tavalla kirjattu esimerkiksi toimintasuunnitelmaan, kunhan toiminnassa kuitenkin näkyy pyrkimys kohti kestävämpää tulevaisuutta.

”Nää SDG:t on valittu varmaan just sitä varten, että halutaan osoittaa se vertailukelpoisuus tällä tiedolla ja tosi moni yrityshän... ja nyt kun kaikki yritykset käyttää niitä kyllä niitä SDG:tä... -- Niin se on vähän ehkä muodostumassa nyt semmoiseksi mittariksi.”

Kestävä kehityksen tavoitteet ja Agenda2030 on siis jollain tavalla vakiintunut mittaristo, jonka kautta yritysten on helpompaa tarkastella omaa toimintaansa ja toisaalta myös Arvoliiton kaltaisten verkostojen vertailla jäsentensä kestävyystoimia. Toisaalta Arvoliitto voi toimia myös sparraajana ja apuna yhteiskunnalliselle yritykselle, joka ei ole vielä rakentanut omaa toimintaohjelmaansa kestävyysteemojen ympärille. Agenda2030 tavoitteisiin sitoutuminen ei siis ole kriteeri Arvoliiton vaikuttavuusverkostoon pääsemiseksi, mutta se on yleisesti suurella osalla yrityksistä käytössä, joten Arvoliiton verkkosivuille on lisätty kohta, jossa yhteiskunnallisia yrityksiä voi myös rajata tiettyjen pääasiallisten kestävyystavoitteiden suhteen.

5.2 Kulttuurin rooli osana kestävyyskategorioita

Haastatellessani yhteiskunnallisten yritysten edustajia kestävästä kehityksestä ja kestävä kehityksen tavoitteista Agenda2030 mukaan tuli ilmi se, että kestävyiden kategorioista ekologinen ja sosiaalinen kestävyys nousevat eniten esille vastuullisuustoiminnassa. Eniten panostetaan sosiaaliseen kestävyteen, mikä oli myös odotettavissa, koska yhteiskunnallisten yritysten tarkoitus on toimia yhteiskunnallisen päämäärän edistämiseksi.

Kysyin haastateltavilta, onko kulttuurinen kestävyys heidän mielestään osa sosiaalista kestävyyttä, vai kokonaan oma kategoriansa, kuten culture in sustainability -lähestymistavassa (Dessein ym. 2015) nähdään. Kaikki kolme kertoivat asettavansa kulttuurisen kestävyiden osaksi sosiaalista kestävyyttä, erottamatta sitä omaksi kestävyyspilarikseen. Perusteluina tälle rajaukselle esitettiin se, että kulttuuri on niin vahvasti sidoksissa muuhun yhteiskuntaan. Kulttuurisen kestävyiden erottamista ei nähty tärkeänä tai olennaisena, vaan se sisällytettiin sosiaaliseen kestävyteen.

”No mä sanoisin, että se kuuluu siihen sosiaaliseen vastuullisuuteen, koska siis kulttuuri on... me nyt puhutaan kuitenkin kulttuuri, että se on jotain niin kun ihmisten välistä, ihmisyhteiskuntiin liittyvää toimintaa. - - niin kyllä mä näkisin että se on osa tämmöistä ihmisten välistä yhteistoimintaa, vuorovaikutusta, ihmisenä, kehittymistä, sivilisaatioiden kehittymistä ja sitä kautta sosiaalista vastuullisuutta. Että mä en liikaa erottaisi sitä siitä omaksi.”

Tästä huolimatta haastateltavat nostivat kuitenkin esiin sen, kuinka sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyen käydään keskusteluita, joissa kulttuurinen kestävyys on keskeisessä roolissa. Erään haastatellun mukaan yleisellä tasolla yhteiskunnallistenkin yritysten on hankalaa tunnistaa kulttuurisen kestävyuden ja sosiaalisen kestävyuden eroja, koska ne linkittyvät niin paljon toisiinsa. Hänen mukaansa voi olla myös tietoinen ratkaisu, ettei niitä käsitellä erillään, vaan enemmän mietitään miten ne liittyvät toisiinsa.

Oletukseni ennen haastatteluita oli, että valitsemani haastateltavat varmasti kertoisivat, että kulttuuri on heillä erillinen osa-alueensa, vaikka monet teemat ovatkin sosiaalisen kestävyuden kanssa lomittaisia. Vastausten yhtenäisyys sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden yhteenkuulumisesta yllättikin, mutta toisaalta huomasin, että kulttuurisia teemoja voi olla myös hyvä käsitellä osana muita yhteiskunnallisia teemoja, jotka sosiaalisen kestävyuden alle asettuivat.

Kysyessäni konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä kulttuurisesti kestäviä valintoja tutkielmasani käsittelemäni yhteiskunnalliset yritykset ovat tehneet, osasivat kaikkien kolmen edustajat nimetä tällaisia tekoja, vaikkakaan niitä ei välttämättä ollut sillä hetkellä ajateltu juuri kulttuurista kestävyyttä edistävänä toimintana.

Yksi haastateltava kuvaa, kuinka he eivät toivota tervetulleeksi vain itsensä kaltaisia, vaan kaikki ihmiset pitää aidosti kohdata niin hyvässä kuin pahassa. Se, että jollain ihmisellä ei ole vaikka akateemisesti hyväksyttyä tapaa esittää asioita, ei tarkoita etteikö hänellä silti olisi hyviä ajatuksia.

”Me ollaan myös onnistuttu luomaan tänne aika hienosti semmoinen salliva ilmapiiri, että täällä ihmiset uskaltaa avautua myös niistä vähän vaikeimmista asioista. On se ihan puheen kautta jutella jossain ryhmässä tai tiimissä, että nyt mulla on tämmöinen hankala tilanne ja siihen saa heti vertaistukea tai sitten ilmaista ja työstää näitä asioita, vaikka taiteen keinoin. On se kirjallista taidetta, kuvataidetta, tai esittävää taidetta musiikkia, että tarjotaan alustoja ja ohjausta kaikelle tällaiselle niin se on... Tää pitää sitten myös [sisällään]... ihmisillä on ihan akuutteja tarpeita. Sanotaan että on asunnon ja tarvitsee jeesiä vaikka asumispalveluiden pariin pääsystä tai on työtön ja tarvitsee apua työelämään kiinni pääsemisessä niin me kykyjemme mukaan autetaan kaikissa tämmöisessä, että se on mun mielestä se tärkein tämmöinen kulttuurisesti kestävä [teko], että muokataan semmoisia kuin ihan oikeata arjen osallistavaa kaikille kuuluvaa kaupunkia.”

”...Ja sitten meidän varainhankinnasta, niin varsinkin yrityskumppanuuksien puolella ollaan sitten tehty myös sitä semmoista, että mitkä ne meidän valinnat on ja mitkä meidän kansainvälisen järjestön valinnat on ja mitä me halutaan niistä ja mistä me voidaan sitten taas just tehdä eri yritysasiakasyhteistyötä että huomataan, että meillä on vaikka yhteneväisiä, yhteneviä tavoitteita pohjalla ja sitten voidaan lähteä niitä rakentamaan, että se on ehkä se. Ja sitten tietenkin tossa kansainvälisessä työssä nää kehitysyhteistyöhankkeet rakentuu ihan pääsääntöisesti näiden varaan että on ihan tehty niitä valintoja, että mitkä on ollut meille tärkeitä ja nimenomaan ehkä se kansainvälinen järjestö

on tehnyt sitä valintaa ja ollaan sitten vaan Suomen osalta mietitty, että mitkä niistä sitten meidän toimintaan istuisi parhaiten.”

Kulttuurisen kestävyuden ulottuvuus on siis selvästi jollain tavalla olemassa, koska siihen liittyen osataan antaa esimerkkejä omasta toiminnasta. Näiden kahden edellä mainitun esimerkin lisäksi kolmas haastateltava kertoi, että he olivat tehneet sosiaaliseen mediaan julkaisun, jossa käytetty kuvitus vähemmistökuulttuuria edustavan henkilön pukeutumisesta oli ollut virheellistä. Heidän seuraajansa oli yksityisviestillä kommentoinut tätä julkaisua itsekin kyseiseen vähemmistökuulttuuriin kuuluvana ja kertonut, mikä kuvituksessa oli ongelmana. Haastateltavani kertoi, että tämän yhteydenoton jälkeen he olivat poistaneet julkaisun ja tehneet sen tilalle uuden oikeanlaista kuvitusta käyttäen, jotta vahinko tuli korjattua. Alun perin julkaisua kommentoinut henkilö oli erikseen vielä kiittänyt siitä, että virheestä annetun palautteen suhteen toimittiin kunnioittavasti ja nopeasti, eikä esimerkiksi hänen itsensä tarvinnut alkaa perustelemaan ja puolustamaan omaa kulttuuriaan tässä asiassa. Kulttuurisesti kestävät teot voivat siis olla myös mittakaavaltaan melko pieniä, vähimmillään omien virheiden ja tietämättömyyden tunnustamista ja niiden korjaamista siltä osin kuin on mahdollista.

Yhteiskunnallisten yritysten strategiassa (2021) kulttuurinen kestävyys mainitaan vain kerran. Asiayhteys on lista yhteiskunnallisia yrityksiä kuvaavista piirteistä, joista yksi kohta on: ”Yhteiskunnallista tavoitetta tai toimialaa ei määritelmässä rajata yhteiskunnallisten yritysten moninaisuuden vuoksi. Yhteiskunnalliseen tavoitteeseen voi sisältyä sosiaalisesti, ympäristöllisesti, taloudellisesti ja *kulttuurisesti kestävä*n kehityksen edistäminen.” (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a.) Kohdassa siis nähdään kulttuurinen kestävyys neljäntenä kestävyyspilarina, joka on samanarvoinen kolmen muun kanssa. Kulttuurisen kestävyuden merkitystä ei ole kuitenkaan lainkaan avattu strategiassa, joten sen kirjaaminen strategiaan ei välttämättä auta lisäämään ymmärrystä kulttuurisesti kestävästä toiminnasta.

Kulttuurin käsitteen moniulotteisuus voi olla yksi tekijä, mikä vaikeuttaa kulttuurisesti kestävien tekojen tunnistamista. Toisaalta, jos kulttuuri huomioidaan osana sosiaalista kestävyyttä ja kulttuurisesti kestävää toimintaa huomioidaan vastuullisuustyössä, ei välttämättä olekaan oleellista erotella näitä kahta toisistaan. Jos organisaatiossa vallitseva kulttuuriosaaminen ei riitä näiden kahden erottelemiseen, on mielestäni kannattavampaa käsitellä niitä kokonaisuutena ja toimia sosiaalisen- ja kulttuurisen kestävyuden edistämiseksi, kuin väkisin erottaa kulttuuria sosiaalisesta ja sen jälkeen jättää kulttuurisen kestävyuden huomioiminen kokonaan sivuun, koska se muuttuu liian vaikeaksi tunnistaa.

Haastatteluaineistoni perusteella juuri tämä vaikuttaa olevan yhteiskunnallisille yrityksille luontevin tapa tehdä vastuullisuustyötä, eikä tehtyjen toimien vaikutus vähene siksi, että käsitteet eivät täydellisesti kuvaa jokaista toimenpidettä oikealla osa-alueella. Uskon, että käsitteiden rooli käytännönläheisessä työssä voi olla monimutkainen, koska riippuu paljon myös yksilöiden, tässä tapauksessa organisaatioiden työntekijöiden henkilökohtaisesta tavasta oppia uutta ja hahmottaa yhteiskuntaa. Toisille käsitteet voivat selkeyttää käytännön työn tarkoitusta ja ohjata oikeaan suuntaan, kun toisia ylimääräiset termit vain sekoittavat, kun käytännön ymmärrystä löytyy.

5.3 Kulttuuriosaamisen merkitys

Keskeinen osa kulttuurisen kestävyden tunnistamista ja huomioimista on kulttuuriosaaminen, jonka voi jakaa kolmeen pääulottuvuuteen. Kuluttajien ja asiakkaiden sekä kulutuskulttuurien tuntemus koostuu kulttuurierojen tunnistamisesta, kuluttajakäyttäytymisen ja kuluttajien kulttuuristen ja sosiaalisten tarpeiden ja muutosten ymmärtämisestä, sekä kuluttaja- ja asiakas-suuntautuneisuudesta. Esteettinen ja viestinnällinen osaaminen tarkoittaa estetiikan kytke- mistä osaksi liiketoimintaa ja estetiikalla johtamista (design management). (Uusitalo 2009.)

Esimerkkejä tästä ovat neuvottelu- ja yhteistyötaidot, kulttuurisesti sensitiivisen viestinnän suunnittelu, mainonnan ja muun viestinnän merkitys- ja tulkintaerojen tunnistaminen sekä tuotteiden muotoilu. Kolmas pääulottuvuus on eettinen osaaminen ja sosiaalinen pääoma, mikä koostuu hyvän tavan mukaisista käytännöistä, palveluhenkisestä organisaatiokulttuurista, sekä yrityksen yhteiskuntavastuusta ja eettisten periaatteiden noudattamisesta. Kulttuuriosaaminen on siis ”yrityksen herkkyyttä tiedostaa yhteiskunnallisia ja kulttuurisia eroja sekä kansalaisten käyttäytymisessä ja kulutuskulttuureissa ilmeneviä muutoksia.” (Uusitalo 2009.)

Oletukseni tutkielmaani aloittaessa oli se, että yhteiskunnallisissa yrityksissä kulttuuriosaamista löytyy enemmän, ja yksilöillä on myös paremmin mahdollisuuksia vaikuttaa siihen, mihin suuntaan vastuullisuustyötä viedään. Yksi haastateltavistani kuvailikin vallitsevan ympäristön olevan juuri hänen syynsä päätyä yhteiskunnalliseen yritykseen ja järjestömaailmaan töihin. Hänen mukaansa hänen kaltaiselleen idealistille työpaikka on hyvä siksi, koska työkaverina on samanhenkistä ”maailmanpelastajaporukkaa”. Hänen kokemuksensa mukaan yritysmaailmassa monesti vallitsevat hieman kovemmat arvot. Vaikka töissä olisi hyviä ihmisiä, rakenteiden puolesta ei ehkä samalla tavalla ole tilaa sille, että pääsee edistämään haluamiaan asioita.

Haastateltavan kuvaus vastaa hyvin myös omaa ennakkokäsitystäni ja sitä, miksi päädyin rajaamaan kulttuurisen kestävyden tutkimisen juuri yhteiskunnallisiin yrityksiin. Vaikka ympäristö varmasti on tiedostava, eivät kaikki haastateltavat olleet kuitenkaan samaa mieltä siitä, että yksittäisellä ihmisellä olisi mahdollisuuksia hyödyntää henkilökohtaista osaamistaan vastuullisuustyössä laajemmin.

”Mä väitän, että se on enemmän, että se ei ole niinkään lähtöisin yksilöstä, vaan se on nimenomaan siellä kulttuurissa ja rakenteessa (...) että tänä aikana koko aika kiistellään vaikka taiteen ja kulttuurin rahoituksesta just sen takia kun se on niin vaikea näyttää tälleen tosi lyhyen tähtäimen tehokkuuteen ja kasvuun virittyneille organisaatioille, että miten se raha tehdään. Niin välttämättä [ei ole] edes kenenkään yksittäisen ihmisen vika siinä sinällään, että voi olla jopa iso organisaatio, jossa kaikki johdosta työntekijöihin ajattelee, että taiteisiin ja kulttuuriin panostamista pidetään tärkeänä, mutta heillä ei ole arjessaan mahdollisuuksia eikä kannusteita eikä aikaa. Niin mä väitän että toi on se keskeinen ongelma.”

Tulkitsen haastateltavieni vastauksia kulttuuriosaamisen suhteen niin, että yksilön kulttuuri-osaaminen ei siis välttämättä ole riittävä tekijä muuttamaan toimintakulttuuria, jos rakenteet estävät muutoksen tekemisen. Jos taas rakenteet ovat sallivia ja kannustavia, ei tarvita yhden ihmisen henkilökohtaista osaamista, vaan yleinen kiinnostus asian edistämiseksi voi auttaa johdamaan yritystä oikeaan suuntaan.

Uusitalon ym. mukaan yksilön kulttuuriosaaminen ei myöskään riitä muuttamaan tilannetta, vaan tiedon pitää kulkea organisaatiossa. Kulttuuriosaaminen on kokonaisuus, jonka sen eri osa-alueet muodostavat. Kokonaisuosaaminen on siis riippuvaista siitä, miten hyvin erilaiset kulttuurin ulottuvuudet huomioidaan. Ei riitä, että vain yhdellä osa-alueella osaaminen on huippuluokkaa, jos muita tekijöitä ei osata huomioida lainkaan. (Uusitalo ja Joutsenvirta 2009.) Arvoliton toimitusjohtaja on samaa mieltä haastateltavieni yhteiskunnallisten yritysten edustajien kanssa siitä, että kulttuurisen kestävyuden huomioimisessa suurin merkitys on yrityksen yleisillä käytännöillä:

”Kyllä mä uskoisin että monessa yhteiskunnallisessa yrityksessä se kyllä tulee enemmän ihan sieltä, niin kun tavallaan niistä käytännöistä ja niistä periaatteista, että se ei oo niinkään kiinni siitä, että joku yksittäinen ihminen on sitä mieltä, että tää olisi tärkeätä vaan että se kuuluu siihen ikään kuin siihen DNA:han siellä yrityksessä, niin silloin mä sanoisin että se ehkä tulee enemmän sieltä sitten että se nähdään tärkeänä ja siihen kiinnitetään huomiota niin varmasti niissä yrityksissä ja työyhteisöissä, että se on hyvä työpaikka ja osallistava ja avoin ja siellä kuunnellaan niitä ihmisiä jotka siinä on mukana, niin mä uskon että se tulee sitä kautta se kyllä semmoinen vahvistaminen siellä.”

Kulttuuriosaaminen on siis toisaalta myös kollektiivista asiantuntijuutta työyhteisössä. Tietoa tai asiantuntijuutta ei voida käyttää tai muodostaa yksin, vaan edellytyksenä on monen ihmisen kyky tunnistaa erilaista osaamista ja asiantuntemusta. Käytännössä kollektiivinen asiantuntijuus muodostuu tietyn aihepiirin ympärillä yhdistelemällä ”universaalia tieteellistä tietoa, ongelmaan liittyvää spesifiä ja kokemuksellista tietoa, sekä esimerkiksi aikaisempia ongelmanratkaisumalleja.” (Huttunen ym. 2023.) Kulttuuriosaamiselle on nykyään tarvetta myös siksi, että yritysten tai järjestöjen ei ole mahdollistakaan sulkea silmiään siltä, että suomalainen yhteiskunta on jatkuvasti muuttunut monikulttuurisemmaksi. Vaikka kulttuuriasiantuntijaa ei olisi saatavilla tai sellaista henkilöä ei olisi taloudellisista syistä mahdollista palkata työntekijäksi, kulttuuriosaamisen tarve pitää silti tunnistaa.

Wilskan ym. (2022) mukaan ”organisaatioiden on pyrittävä aitoon vastuullisuuteen ja välitettävä ylilyönnejä, joita asiakkaat voisivat pitää tekopyhänä ja vain näennäisesti woke-tiedostavana toimintana (woke-washing).” Varsinkin nuoret kiinnittävät aiempaa enemmän huomiota organisaatioiden tekojen ja sanojen vastaavuuteen. (Wilska ym. 2022.) Yksi haastateltavista kertoo ajattelevansa, että kun nykyajassa ollaan onneksi tietoisia esimerkiksi vähemmistöryhmien ja alkuperäiskansojen asioista, on heidät jollain tavalla paremmin huomioitava. Juuri edellä mainittujen ihmisten, sekä muista kulttuureista Suomeen muuttaneiden ihmisryhmien erityispiirteistä ja heidän yhteiskunnallemme tuomastaan arvosta pitää olla tietoinen. Yhteiskunnallisen yrityksen tapa huomioida tätä voi esimerkiksi olla työllistää vaikeasti työllistyviä

ihmisiä, jotka kielitaidon puutteen tai osatyökykyisyyden takia muuten jäisivät työelämän ulkopuolelle.

Kysyessäni onko yhteiskunnallisilla yrityksillä paremmat lähtökohdat ottaa kulttuurinen kestävyys huomioon vastuullisuustoiminnassaan, kuin muilla yrityksillä, Arvoliton toimitusjohtaja vastaa uskovansa, että kulttuuristen asioiden vahvistaminen olisi yhteiskunnallisten yritysten ytimessä. Monimuotoisuutta ja jokaisen oikeutta olla oma itsensä tuetaan ja se hyväksytään ja halutaan nähdä erilaisuutta. Tämä on monen yhteiskunnallisen yrityksen toimintaan sisäänrakennettu näkemys, koska niiden perustajat voivat olla esimerkiksi kehitysvammaisten lasten vanhempia tai päihdekuntoutujien läheisiä, jotka ovat perustaneet yhdistyksen, jolle on rakentunut myös liiketoimintaa. Niissä ajatuksena on alusta asti ollut hyväksyä kaikki kokonaisuuksina ja tietoisesti vahvistaa omana itsenä olemista, sekä erilaisten kulttuurien tai piirteiden hyväksymistä.

Kulttuurisen kestävyden näkyminen toiminnassa riippuu paljon myös yhteiskunnallisen yrityksen toimialasta. Moni sosiaali- ja terveysalalla tai työllisyyspalveluiden kentällä toimivista on tekemisissä paljon juuri heikommassa asemassa olevien erityisryhmien kanssa ja sen kautta omaa paremmat mahdollisuudet huomioida kulttuuriseen kestävyteen liittyviä kysymyksiä. Yhteiskunnalliset yritykset toimivat myös maahanmuuttajien kanssa esimerkiksi työllisyyspalveluissa, mihin liittyy erityisesti hyväksyminen ja ajatus siitä, että jokaisen oma tausta tuo heille vahvuuksia. Tämän perusteella erilaisten kulttuurien ymmärtäminen ja kaikkien oikeudenmukainen kohtelu on yhteiskunnallisille yrityksille helpompaa, koska ne usein ovat suurimmaksi osaksi tekemisissä juuri sellaisten ihmisten kanssa, jotka tällaista kulttuurisesti kestävää lähestymistapaa kaipaavat.

Vastuullisesta liiketoiminnasta ja sosiaalisista innovaatioista muodostuu yhä merkittävämpi kilpailutekijä. Yritys on paremmin valmistautunut yhteiskunnallisen hyväksyttävyyden saavuttamiseen, jos organisaatiossa osataan mahdollisimman laajasti tulkita kulttuurisidonnaisia arvoja ja poliittisia ilmapiirejä, sekä mukauttaa toimintaa niihin sopivaksi. Yrityksiltä myös odotetaan entistä enemmän aloitteellisuutta esimerkiksi köyhyyttä tai ilmastonmuutosta vähentävien innovaatioiden kehittämisen suhteen. (Joutsenvirta 2009.)

Haastattelemani toimitusjohtaja nostaa esiin, miten eri tasoilla organisaatioissa on erilaiset mahdollisuudet kiinnittää huomiota kestävyden pohdintaan ja niiden käytännön toimien toteuttamiseen.

”Asiantuntijatehtävissä niin oli paljon enemmän ikään kuin tilaa ehkä pohtia tällaisia kysymyksiä ja miettiä kestävyysteemoja tai sitä tarvittavaa osaamista, mutta sitten johtotehtävissä niin ne tavallaan tunnustetaan kyllä, että ne on tärkeitä ja niihin pitää paneutua mut sitten tietyllä tavalla kun niiden ikään kuin se hyöty näkyy vasta joskus tulevaisuudessa vuosien päästä, niin ne saattaa jäädä sen kaiken sellaisen ikään kuin nopeampaa reagointia ja sellaista tekemistä vaativien asioiden alle, joiden tulokset on näkyvissä nopeasti. Että ikään kuin niin, että jos me ei nyt hoideta tätä jotain meidän prosessikuvausta valmiiksi, niin sitten ollaan lirissä. Mutta se että onko meidän työntekijöillä tarpeeksi osaamista jonkun asian käsittelyyn niin ei ikään kuin nähdä sellaisena että jos me ei tähän reagoida niin tää kaikki jotenkin sortuu.”

Kestävyyttä edistävien toimien ja työntekijöiden osaamisen kehittämisessä merkittävämpi rooli on siis työntekijöillä itsellään. Erityisesti asiantuntijatyötä tekevillä kestävien käytäntöjen pohdintaan on paremmin mahdollisuuksia verrattuna johtotason työntekijöihin. Tulkitsen asiaa itse niin, että kehittämisen tarpeet todennäköisemmin tunnustetaan ja niiden eteen työskennellään ”ruohonjuuritasolla”, koska johtoportaan henkilöstön on hoidettava asioita kiireellisyysjärjestyksessä.

”Semmoisella asiantuntijatasolla oli enemmän aikaa ja sitten taas täällä jotenkin johtotehtävissä niin se tietty laajenee se näköpiiri, mutta toisaalta sitten myös ehkä tarkentuu tiettyihin sellaisiin aika akuutteihin hoidettaviin asioihin. Niin silleen mä näen, että ei välttämättä ole aina semmoinen että tästä on tehty joku selkeä linjaus tai päätös, että tää on meidän yrityksen tapa toimia, vaan se on enemmän semmoinen, että sitten aina kun joku sen nostaa esiin tai muistuttaa siitä, niin sitten kaikki on ihan sitä mieltä, että hän on ihan supertärkeä.”

Kulttuuriosaaminen voi siis tietenkin olla lähtöisin myös rakenteista ja yhteiskunnallisen yrityksen tiedostavasta ilmapiiristä, mutta uskon itse, että asiassa tapahtuva kehitys lähtee enemmän työntekijöistä tai tulee organisaation ulkopuolelta velvoittavana käytäntönä, kuin organisaation sisällä ylhäältä alaspäin. Kestävän kehityksen tavoitteet ovat yleisesti hyväksytyjä ja ohjaavat taustalla toimintaa, mutta vaikka niiden merkitys tunnustetaan, on niiden siirtäminen käytännön toteutukseen yrityksissä hankalaa.

Yksi haastateltavistani toteaa, että tarve tunnistaa kulttuurisia tekijöitä tulee ympäröivästä yhteiskunnasta ja toimintaympäristöstä, joten mikään yritys tai järjestö ei voi sulkea silmiään kulttuurisen osa-alueen huomioimiselta. Hänen mukaansa on kuitenkin hyvä kysymys, onko yrityksissä sellaista osaamista, jonka kautta asia voidaan huomioida käytännössä. Yhteiskunnallisissa yrityksissä on herkkyyttä ja mielenkiintoa reagoida juuri tällaisiin asioihin, mutta varsinainen toiminta suuntautuu kuulemani mukaan vahvasti työntekijöiden omien kiinnostusten perusteella. Ainakin tahtotila on olemassa, varmasti osaamistakin.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Palatakseni tutkimuskysymyksiini, yhteiskunnallisten yritysten vastuullisuustoiminnasta esiin nouseva erityispiirre on niiden lähtökohtana oleva positiivisen vaikutuksen tuottaminen yhteiskuntaan. Vaikka yhteiskunnallisten yritysten toimintakaan ei automaattisesti ole vastuullista, saan haastatteluiden perusteella käsityksen, että vastuullisuuskysymysten ratkaisu otetaan huomioon rakenteiden puolesta paremmin. Yhteiskunnalliset yritykset vaikuttavat olevan myös hyvin realistisia oman vastuullisuustoimintansa suhteen. Yhteiskunnallisissa yrityksissä ei uskota vastuullisuustyön olevan valmis, vaan sen kehittämiseksi tehdään työtä peilaen toimintaa Agenda2030 tavoitteisiin ja muihin yleisesti tunnustettuihin kriteeristöihin. Lähtökohdat sujuvalle kestävyystyölle ovat hyvät ja sosiaalisen osa-alueen ollessa hyvällä mallilla, voisi myös kulttuurisen kestävyuden parempi tunnistaminen ja huomioiminen lähteä leviämään muihin liiketoimintamalleihin juuri yhteiskunnallisten yritysten vastuullisuustoiminnasta.

Organisaatioissa tunnistetaan kestävyuden osa-alueet, joissa kulttuurinen kestävyys nähdään osana sosiaalista kestävyyttä. Sosiaalisesti kestävä liiketoiminta on pääpainona suurimmalla osalla yhteiskunnallisista yrityksistä, mutta myös ekologiseen kestävyteen kiinnitetään huomiota niiltä osin, kuin se on mahdollista ja tarpeellista. Tekemieni haastattelujen pohjalta on pääteltävissä, että kulttuurisen kestävyuden tunnistaminen osoittautui vaikeaksi, eikä sitä pystytty tai haluttu haastattelemissani yhteiskunnallisissa yrityksissä erottaa sosiaalisesta kestävydestä. Yhteiskunnallisissa yrityksissä tärkeimmäksi vastuullisuustyön kategoriaksi nousi sosiaalinen vastuullisuus, johon kuitenkin myös kulttuurinen näkökulma liitettiin vahvasti. Kulttuurista kestävyttä ei erikseen huomioida, mutta se kuitenkin osataan tunnistaa, sillä käsitettä hieman avattuani haastateltavat osasivat nimetä kulttuurista kestävyttä edistäviä vastuullisuustekoja ja kertoa toiminnastaan esimerkkejä, joissa oli tehty kulttuurin näkökulmasta vastuullisia valintoja.

Kestävää kulttuuria on myös ”sellaisen työn arvostaminen, joka tavoittelee ihmisten ja ympäristön hyvinvointia enemmän kuin pelkkää taloudellista voittoa.” (Pyykkönen ym. 2024). Tämän suhteen yhteiskunnalliset yritykset siis ovat jollain tavalla kestävämmässä toiminnassa jo lähtökohtaisesti askeleen edellä sellaisia yrityksiä, joissa yhteiskunnallisen hyvän tuottamista ei pidetä kannattavana tai tärkeänä osana liiketoimintaa.

Desseinin ym. (2015) kulttuurisen kestävyuden ulottuvuuksien jaottelun mukaan haastateltavieni yleisin tapa ymmärtää kulttuurinen kestävyys oli culture for sustainability, mikä on tavallaan ristiriidassa sen kanssa, että kaikki tutkimani yritykset peilaavat

vastuullisuustoimintaansa Agenda2030 tavoitteille, joissa kulttuuri nähdään erillisenä kestävyyspilarina, ei muita osa-alueita yhdistävänä tekijänä. Kulttuurisen kestävyuden käsite ei ollut tarpeeksi tuttu haastateltaville, jotta he olisivat itse voineet määritellä sen kuten jokin näistä kolmesta Desseinin ym. (2015) kuvaamasta lähestymistavasta. Tulkitsen kuitenkin, että koska haastateltavat eivät pidä kulttuurista kestävyyttä omana pilarinaan, asettuu heidän käsityksensä parhaiten määritelmään, jossa kulttuuri vaikuttaa muiden kestävyyskategorioiden välillä.

Haastateltavien vastauksiin saattoi vaikuttaa se, että he esiintyivät haastattelutilanteessa edustamansa organisaation asiantuntijoina, eivät vain omana itsenään. Vaikka heidän vastauksensa pääasiassa olivat yleisen tason kuvailua organisaation toiminnasta, osa toi myös ilmi, että jokin heidän vastauksistaan perustuivat juuri omaan mielipiteeseen, eivätkä olleet organisaation virallinen kanta. Asetelma oman työnantajan edustajana toimimisesta saattoi silti saada haastateltavat olemaan varovaisempia antamissaan vastauksissa, minkä takia he eivät lähteneet esimerkiksi arvailemaan tai esittämään juurikaan oletuksia sellaisista asioista, joista he eivät kunnolla tiedäneet.

Ennako-oletustani vastasi, että kulttuurinen kestävyys käsitteenä ja vastuullisuustoiminnan osa-alueena oli tuntematon, mutta en ollut odottanut myös yhteiskunnallisen yrityksen käsitteen olevan yhtä monimutkainen, kuin tutkielmani aikana ilmeni. Yhteiskunnalliselle yritykselle olisi hyvä löytää jokin lainsäädäntöön kirjattava määritelmä, jonka täyttämällä yhteiskunnallisille yrityksille voitaisiin tarjota jotain sellaisia etuja, jotka kannustaisivat yhteiskunnalliseen yrittäjyyteen tulevaisuudessakin. Mallia voitaisiin ottaa esimerkiksi Euroopan yhteisövaltioiden suosituksista tai eurooppalaisista valtioista, joissa yhteiskunnallisen yrityksen asema on paremmin tunnustettu. Kokonaan uuden yhtiömuodon perustamiselle tuskin kuitenkaan on tarvetta, ja Arvoliiton toimitusjohtajan mukaan sellaista ei ole myöskään haluttu yhteiskunnallisten yritysten edustajien puolelta muodostaa.

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskuksen toiminnan ja vuonna 2021 julkaistun Yhteiskunnallisten yritysten strategian olemassaolon myötä yhteiskunnallisten yritysten asema yrityskentällä todennäköisesti vakiintuu seuraavien vuosien aikana. Jää nähtäväksi, miten tutkielman kirjoitushetkellä vasta periaatepäätöksen tasolla oleva kansalaisjärjestöstrategia ja EU:n uudet suositukset yhteisövaltioiden strategiasta tulevat seuraavina vuosina vaikuttamaan yhteiskunnallisten yritysten asemaan osana suomalaista yrityskenttää ja yhteiskuntaa. Sosiaalinen vastuullisuus vaikuttaa olevan melko vahvalla pohjalla, kun taas kulttuurisesta kestävyydestä on vain yksi maininta Yhteiskunnallisten yritysten strategiassa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a.) Kansalaisjärjestöstrategiassa kulttuuri -käsitettä on käytetty vain yhteyksissä, joissa asetetaan tavoitteeksi verovähennysten avulla kannustaa yksityishenkilöitä ja yrityksiä lahjoittamaan rahaa kansalaisjärjestöjen toimintaan, jotta niitä ei tarvitsisi rahoittaa julkisilla varoilla (Valtioneuvosto 2024). Kulttuurisen kestävyuden tunnistaminen ja sen sisällyttäminen osaksi muuta toimintaa kestävä kehityksen edistämiseksi ei siis ole itsestäänselvyys, vaan sen pinnalla pysyminen todennäköisesti vaatii kulttuuriosaamisen lisäämistä ja yksilöitä, jotka säännöllisesti nostavat sitä takaisin mukaan keskusteluun.

Oman tulkintani mukaan tällä hetkellä ongelma yhteiskunnallisten yritysten vähäisessä määrässä suhteessa muihin liiketoimintamalleihin saattaa olla se, että yhteiskunnallisesti vaikuttavan toiminnan luomiseen pyrkivät henkilöt eivät halua tai osaa kaupallistaa toimintaansa. Heillä ei ole liiketoimintaa tai se on hyvin epämääräistä, eikä pysty kilpailemaan markkinoilla suuremmasta vaikuttavuudesta. Liiketoimintaosaamista ymmärtävät henkilöt taas hieman kärkevämällä tavalla menevät kohti taloudellisia tavoitteita ja liiketoiminnan kasvattamista, eivätkä näe yhtälössä sitä, mihin yhteiskunnallisen vaikuttavuuden tuottaminen voisi mahtua, tai millaista lisäarvoa se voisi yritykselle tuoda. Jos lähtökohdaksi on alkaa tekemään vain yhteiskunnallista hyvää tai vain tuottavaa liiketoimintaa, voi olla vaikeaa myöhemmässä vaiheessa nähdä toinen puoli tarpeellisena. Jos taas nämä tavoitteet pystyisi yhdistämään alusta alkaen, voisi lopputuloksena olla menestyvä yhteiskunnallinen yritys.

Kulttuurisen kestävyysroolin osana vastuullisuustoimintaa voisi olla suurempi tai näkyvämpi, mutta se on joka tapauksessa ainakin olemassa. Aihetta voisi tutkia lisää selvittämällä keinoja, joilla kulttuurista kestävyttä voitaisiin huomioida paremmin. Kulttuurisen kestävyyskokonaisuymmärrystä organisaatioissa voisi selvittää myös esimerkiksi kyselyllä, johon vastaisivat kaikki työntekijät tai laajempi joukko. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmä voisi tarjota tätä tutkielmaa yksityiskohtaisemman ymmärryksen siitä, onko kulttuurinen kestävyys sellainen asia, joka yhteiskunnallisen yrityksen arjessakin näkyy ja -tiedostetaan, vai onko se vain vastuullisuusraportoinnin alakategoria, jolle ei anneta sen enempää painoarvoa. Haastateltavat puhuvat useaan kertaan siitä, miten vastuullisuustoiminnan on hyvä olla koko organisaation tiedossa, eikä kestävyyskeskustelua käydä vain johtoryhmän välillä. Olisi kiinnostavaa selvittää määrällisen tutkimuksen keinoin myös sitä, kuinka hyvin tämä toteutuu käytännössä ja ovatko yritysten kestävyystavoitteet ja arvolupaukset todella sellaisia, joita organisaation jokaisella tasolla toteutetaan.

Tutkimusta aiheeseen liittyen voisi jatkaa myös pyrkimällä keräämään enemmän konkreettisia esimerkkejä siitä, millaisia asioita kulttuurisen kestävyysedistämiseksi on tehty. Haastatteluaineistossani tuli esiin muutama esimerkki, jotka olivat kulttuurisesti kestäviä tekoja, mutta kulttuurisen kestävyyskäsitettä olisi myös syytä tarkentaa, jotta sen merkityksen ymmärtäminen helpottuisi. Arkikielessä kulttuuri ymmärretään usein esimerkiksi erilaisten taiteen muotoina tai eri kansojen perinteinä ja tapoina, jolloin on varmasti vaikeampaa nähdä, miten oman yrityksen toiminta on ollut näitä ylläpitävää tai ymmärtävää. Kulttuuri -käsitteelle ei varmasti voida rajata vain yhtä populaaria määritelmää, mutta kulttuurinen kestävyys voisi mielestäni olla ainakin yritysten kontekstissa tarkemmin määritelty, jotta sen toteutumista olisi myös helpompaa tulkita tai mahdollisesti myös mitata samalla tavalla, kuin muita vastuullisuusraportoinnissa käsiteltäviä osa-alueita.

Kulttuuriosaamista ja sen merkitystä kulttuurisesti kestävä toiminnan suhteen voisi tutkia myös vertailemalla yhteiskunnallisten- ja muiden yritysten välillä olevaa eroa. Onko yhteiskunnallisissa yrityksissä rakenteiden puolesta paremmat olosuhteet kulttuurisen kestävyys-tunnistamiselle ja kulttuurisesti kestävien toimintojen tekemiselle?

LÄHTEET

Alastalo, Marja, Maria Åkerman ja Tiina Vaittinen. 2017. "Asiantuntijahaastattelu" Teoksessa *Tutkimushaastattelun käsikirja*, toimittaneet Matti Hyvärinen, Pirjo Nikander ja Johanna Ruusuvoori. 214–232. Tampere: Vastapaino.

ARVO ry. a. ei pvm. "Briefly in English." <https://arvoliitto.fi/briefly-in-english/> haettu 31.10.2023

ARVO ry. b. ei pvm. "Mikä on Arvo ry?" <https://arvoliitto.fi/mika-on-arvo-ry/> haettu 17.07.2024

ARVO ry. c. ei pvm. "Mikä on yhteiskunnallinen yritys?" <https://arvoliitto.fi/mika-on-yhteiskunnallinen-yritys/> haettu 31.10.2023

ARVO ry. d. 2024. "Kansalaisjärjestö- ja yhteiskunnallisten yritysten strategia kuuluvat yhteen." <https://arvoliitto.fi/ajankohtaista/kansalaisjarjesto-ja-yhteiskunnallisten-yritysten-strategia-kuuluvat-yhteen/> haettu 16.07.2024

Culture Action Europe. 2019. "Implementing culture within the sustainable development goals. The role of culture in Agenda 2030." <https://cultureactioneurope.org/wp-content/uploads/2019/09/Implementing-Culture-in-Sustainable-Development-Goals-SDGs.pdf>

Defourny, Jaques & Marthe Nyssens. 2012. "The EMES approach of social enterprise in a comparative perspective." EMES Working Papers Series WP 12/03, 10–15. https://emes.net/content/uploads/publications/EMES-WP-12-03_Defourny-Nyssens.pdf

Dessein, Joost, Katriina Soini, Graham Fairclough & Lummina Horlings. (toim.) 2015. "Culture in, for and as Sustainable Development. Conclusions from the COST Action IS1007 investigating Cultural Sustainability." University of Jyväskylä, Finland. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/50452>

EU. 2023. "Neuvoston suositus, annettu 27 päivänä marraskuuta 2023, yhteisötalouden toimintaedellytysten kehittämistä." Virallinen lehti C 1344. <https://eur-lex.europa.eu/eli/C/2023/1344/oj>

Euroopan parlamentti. 2024. "Loppu viherpesulle: miten EU sääntelee ympäristöväitteitä" <https://www.europarl.europa.eu/topics/fi/article/20240111STO16722/loppu-viherpesulle-miten-eu-saantelee-ymparistovaitteita> haettu 05.06.2024

Hawkes, Jon. (2001). The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's essential role in public planning. Common Ground. https://www.researchgate.net/profile/Jon_Hawkes/publication/200029531_The_Fourth_Pillar_of_Sustainability_Culture's_essential_role_in_public_planning/links/09e4150bde47d6a5c4000000/The-Fourth-Pillar-of-Sustainability-Cultures-essential-role-in-public-planning.pdf?tp=eyJjb250ZXh0Ijp7Im-ZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19

Heikkurinen, Pasi. 2014. "Kestävyyden käsitteen ulottuvuudet." *Tieteessä tapahtuu*, 32(4). <https://journal.fi/tt/article/view/46149>

Huttunen, Miia, Mikko Jakonen, Kaisu Kumpulainen, Sanna Vierimaa ja Emmi Villman. 2023. "'Se oli niin semmonen tutkijakoulutus': Alumniin kokemuksia kulttuuripolitiikan yliopisto-opintojen roolista asiantuntijuuden rakentumisessa." *Kulttuuripolitiikan tutkimuksen vuosikirja*, 7(1), 25–42. <https://journal.fi/kultpol/article/view/127926>

Joutsenvirta, Maria. 2009. "Kulttuuriosaaminen yrityksen eettisenä voimavarana." Teoksessa *Kulttuuriosaaminen: Tietotalouden taitolaji*, Toimittaneet Liisa Uusitalo ja Maria Joutsenvirta, Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Kalpala, Asmo. 2004. "Johdantopuheenvuoro." Teoksessa *Yhteiskuntavastuu, Näkökulmia yritysten ja julkisyhteisöjen yhteiskunnalliseen vastuuseen*, Toimittanut Raija Järvinen. 13–16. Tampere University Press.

Kangas, Anita, Miia Huttunen, Nancy Duxbury & Kiwon Hong. 2024. "Editorial: The politics of sustainable development in cultural policies." *Frontiers in Political Science*. <https://www.frontiersin.org/journals/political-science/articles/10.3389/fpos.2024.1421966/full>

Kestävä kehitys a. ei pvm. "Kestävän kehityksen globaali toimintaohjelma Agenda2030." <https://kestavakehitys.fi/agenda-2030> haettu 14.12.2023

Kestävä kehitys b. ei pvm. "Tavoite 11. Taata turvalliset ja kestävät kaupungit sekä asuinalueet." <https://kestavakehitys.fi/web/kestava-kehitys/agenda2030/tavoite-11> haettu 16.01.2024

Kestävä kehitys c. ei pvm. ”Tavoite 16. Edistää rauhanomaisia yhteiskuntia ja taata kaikille pääsy oikeuspalveluiden pariin; rakentaa tehokkaita ja vastuullisia instituutioita kaikilla tasoilla.” <https://kestavakehitys.fi/web/kestava-kehitys/agenda2030/tavoite-16> haettu 16.01.2024

Kestävä kehitys d. ei pvm. ”Tavoite 17. Tukea vahvemmin kestävä kehityksen toimeenpanoa ja globaalia kumppanuutta.” <https://kestavakehitys.fi/web/kestava-kehitys/agenda2030/tavoite-17> haettu 16.01.2024

Kestävä kehitys. 2024. ”Kulttuurinen kestävä kehitys – Kestävä kehitys”. *Kestävä kehityksen edistäminen*. Verkkokurssi (blog). <https://keke.bc.fi/Kestava-kehitys/suomi/kulttuurinen/> haettu 15.01.2024

Kuula, Arja. 2011. ”Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys.” Tampere: Vastapaino.

Lehner, Othmar Manfred. 2019. ”Social entrepreneurship perspectives: Triangulated approaches to hybridity.” Jyväskylä: University of Jyväskylä.

Lehtonen, Tommi. 2023. ”Kestävyys ja vastuullisuus – hengästyttävän laajat näkymät.” *Ajatusyhteys*. Vaasan yliopisto <https://blogs.uwasa.fi/ajatusyhteys/2023/01/18/kestavyys-ja-vastuullisuus-%E2%80%92-hengastyttavan-laajat-nakymat/>

Marshall, Matilda. 2016. ”Hållbarhet till middag: en etnologisk studie om hur miljövänligt ätande praktiseras i vardagslivet.” Umeå universitet, Humanistiska fakulteten, Institutionen för kultur- och medievvetenskaper.

Pihlström, Sami. 2021. ”Arvot, päämäärät ja vastuullisuus.” Teoksessa *Vastuullinen viestintä*, Toimittaneet Kirsi Eräranta ja Visa Penttilä. Helsinki: ProComma academic Nro 8, ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry. 140–153. <https://doi.org/10.31885/2021.00001>

Pyykkönen, Miikka, Kaisa Kortekallio, Kaisu Kumpulainen, Mervi Luonila ja Sakarias Sokka. 2024. ”Kohti kestävä kulttuuria.” *Wisdom Letters* 2024(1). <https://doi.org/10.17011/wl/10>

Raippalinna, Liia-Maria. 2023. ”Vastuu, vastarinta ja arkipäiväinen kestävyys.” Jyväskylän yliopisto. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-9801-1>

Ruusuvirta, Minna. 2015. ”Luottamuksesta kontrolliin, estetiikasta markkinaorientaatioon, Markkinaistuminen julkisen sektorin ja kulttuurialan kolmannen sektorin suhteessa.”

Kansalaisyhteiskunta 1 (2015). 5–27. https://asiakas.kotisivukone.com/files/kyts.kotisivukone.com/KY-lehti/2015-1/KY2015-1_ArtRuusuvirta.pdf

Ruusuvirta, Minna. 2017. "Pidä arvo(i)stasi kiinni, kolmas sektori!" Kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus CUPORE, Blogi 28.11.2017. <https://www.cupore.fi/uutishuone/pida-arvoistasi-kiinni-kolmas-sektori/>

Saaranen-Kauppinen, Anita ja Anna Puusniekka. 2006. "KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto." Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/> haettu 12.03.2024

Soini, Katriina & Inger Birkeland. 2014. "Exploring the scientific discourse on cultural sustainability." Geoforum. 51. 213–223. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.12.001>

Sonck-Rautio, Kirsi. 2019. "The Fishers of the Archipelago Sea - resilience, sustainability, knowledge and agency." Turku: Punamusta. <https://www.utupub.fi/handle/10024/148446>

Suomalaisen Työn Liitto. 2021. "Yhteiskunnallinen Yritys -merkin säännöt." <https://suomalaisyrittajien.fi/yrityksille/yhteiskunnallinen-yritys/yhteiskunnallinen-yritys-merkin-saannot/> haettu 04.06.2024

Suomen YK-liitto. ei pvm. "Yritysvastuun sanasto." https://www.ykliitto.fi/sites/ykliitto.fi/files/yritysvastuun_sanakirja.pdf haettu 24.10.2023

Suomi ulkomailla. ei pvm. "Tietoa Unescosta." <https://finlandabroad.fi/web/unesco/mika-on-unesco-> haettu 05.06.2024

The GRI Standards. ei pvm. "A Guide For Policy Makers." <https://www.globalreporting.org/media/nmmnwfsm/gri-policy-makers-guide.pdf> haettu 09.07.2024

Tietoarkisto. ei pvm. "Miksi aineistohallintaa ja jatkokäyttöä?" <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/aineistohallinta/miksi-aineistohallintaa-ja-jatkokaytto/> haettu 15.07.2024

Tuomi, Jouni ja Anneli Sarajärvi. 2009. "Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi." 6. uud. laitos. Helsinki: Tammi.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021a. "Yhteiskunnallisten yritysten strategia." Julkaisussa *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2021:41* Helsinki. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163198/TEM_2021_41.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2017b. "Opas sosiaalisesti vastuullisiin julkisiin hankintoihin." <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-264-4>

Työ- ja elinkeinoministeriö. ei pvm. "Vastuullisuusraportointi." <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi> haettu 09.07.2024

UNESCO. 2017. "Moving forward the 2030 Agenda for Sustainable Development." United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France <https://unesdoc.Unesco.org/ark:/48223/pf0000247785/PDF/247785eng.pdf.multi>

United Cities and Local Governments (UCLG). 2018. "Culture in the sustainable development goals: a guide for local action." https://www.old.uclg.org/sites/default/files/culture_in_the_sdgs.pdf haettu 16.7.2024

United Nations. 1987. "Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future." United Nations World Commission on Environment and Development. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

Uusitalo, Liisa. 2009. "Mitä kulttuuriosaaminen tarkoittaa?" Teoksessa *Kulttuuriosaaminen: Tietotalouden taitolaji*, Toimittaneet Liisa Uusitalo ja Maria Joutsenvirta. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Valtioneuvosto. 2024. "Kansalaisjärjestöstrategia 2023–2027: Valtioneuvoston periaatepäätös kansalaisjärjestöjen toimintaedellytysten kehittämisestä." Julkaisussa *Oikeusministeriön julkaisuja, Mietintöjä ja lausuntoja 2024:20* <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-400-827-3>

Vlassis, Antonios. 2016. "UNESCO, Cultural Industries and International Development Agenda: Between Modest Recognition and Reluctance." Routledge. https://www.researchgate.net/publication/315491503_UNESCO_Cultural_Industries_and_International_Development_Agenda_Between_Modest_Recognition_and_Reluctance

Wilska, Terhi-Anna, Jesse Tuominen ja Vilma Luoma-aho. 2022. "Kuluttajaboikotit ja cancel-kulttuuri." Teoksessa *Poikkeuksellinen viestintä*, Toimittaneet Helena Kantanen ja Merja Koskela. 144–158. ProCom - Viestinnän ammattilaiset ry. ProComma Academic, 2022. <https://doi.org/10.31885/2022.00001>

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus a. ei pvm. "Tietoa hankkeesta." <https://yyo.fi/osaamiskeskus/tietoa-hankkeesta/> haettu 28.02.2024

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus b. ei pvm. "Usein kysyttyjä kysymyksiä."
<https://yyo.fi/usein-kysyttyja-kysymyksiä/> haettu 28.02.2024

Yhteiskunnallisten yritysten osaamiskeskus c. ei pvm. "Yhteiskunnallinen yrittäjyys Suomessa." <https://yyo.fi/tietopankki/data/> haettu 04.06.2024

Yrittäjät. ei pvm. "Yritysvastuu." <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/liiketoiminta/yritysvastuu/> haettu 24.10.2023