

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Karoliina Heimo

Yritysjohdon sitaatit yhteiskuntavastuun ilmentäjinä irtisanomisista
kertovissa mediateksteissä

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2013

SISÄLLYS

KUVIOT	2
TAULUKOT	2
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tutkimuksen tavoite	8
1.2 Tutkimusaineisto	10
1.3 Tutkimusmenetelmä	13
2 NÄKÖKULMIA TALOUSKESKUSTELUUN	15
2.1 Työmarkkinoiden muutos ja työttömyyteen johtavat syyt	15
2.2 Taloustaantumien anatomia	17
2.2.1 1990-luvun alun lama	19
2.2.2 IT-kuplan puhkeaminen	21
2.2.3 Kansainvälinen finanssikriisi	23
2.3 Yritysten yhteiskuntavastuun peruspilarit	24
2.3.1 Yhteiskuntavastuun historiallinen kehitys	27
2.3.2 Yhteiskuntavastuu viestintä ja yrityksen maine	29
2.4 Talousjournalismi yritysten tekemien päätösten kuvaajana	31
2.4.1 Suomalaisen talousjournalismin historia	31
2.4.2 Talousjournalismin tunnusomaiset piirteet	32
2.4.3 Talousjournalismin yleisöt ja tavoitteet	33
3 YRITYSTEN PUHE OSANA YHTEISKUNNALLISTA DISKURSSIA	36
3.1 Ideologioiden rakentuminen	36
3.2 Kriittinen diskurssianalyysi valtarakenteiden paljastajana	37
3.3 Diskurssin, vallan ja ideologian välinen yhteys	40
3.4 Yritysten yhteiskuntavastuun ideologiamalleja	41

4 IRTISANOMISPÄÄTÖSTEN MERKITYKSELLISTÄMINEN	46
4.1 Diskurssien erittely	46
4.1.1 Vaihtoehdottomuuden diskurssi	47
4.1.2 Tulevaisuuteen katsova diskurssi	49
4.1.3 Henkilöstön edun huomioiva diskurssi	54
4.1.4 Johdon inhimillistämisen diskurssi	61
4.1.5 Sidosryhmien etua painottava diskurssi	64
4.2 Diskurssityyppien jakautuminen	67
4.3 Tulokset suhteessa yhteiskuntavastuun osa-alueisiin ja ideologioihin	69
4.3.1 Taloudellisen ja sosiaalisen yhteiskuntavastuun suhde	70
4.3.2 Yhteiskuntavastuun ideologiamallit aineistossa	73
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	76
LÄHTEET	82
LIITE. Tutkimusaineisto	88
KUVIOT	
Kuvio 1. Bruttokansantuotteen kehitys 1990–2011 (Suomen virallinen tilasto 2013)	18
Kuvio 2. Työttömien osuus työväestöstä 1990–2011 (Tilastokeskus 2012)	20
Kuvio 3. Työttömien määrän kasvu 1990–2011 (Tilastokeskus 2012)	21
Kuvio 4. Yrityksen yhteiskuntavastuun rakentuminen (Niskala ym. 2009: 20)	25
Kuvio 5. Yhteiskuntavastuuraporttien määrän kehitys (Niskala ym. 2009: 14)	28
Kuvio 6. Yhteiskuntavastuun pyramidi (Carroll 1991: 42)	42
TAULUKOT	
Taulukko 1. Kaikki löydetyt artikkelit	11
Taulukko 2. Tarkasteluun valittujen artikkelien jakautuminen eri lehtien kesken	12
Taulukko 3. Diskurssityyppien esiintymistiheys ja jakautuminen eri lehtien kesken	68

Taulukko 4. Yhteiskuntavastuutyypien esiintyminen aineistossa	71
Taulukko 5. Yhteiskuntavastuun ideologiamallien esiintyminen aineistossa	73

VAASAN YLIOPISTO**Filosofinen tiedekunta**

Tekijä:	Karoliina Heimo
Pro gradu -työ:	Yritysjohdon sitaatit yhteiskuntavastuun ilmentäjinä irtisanomisista kertovissa mediateksteissä
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Oppiaine:	Viestintätieteet
Valmistumisvuosi:	2013
Työn ohjaaja:	Terttu Harakka

TIIVISTELMÄ

Pro gradu -työssäni tutkin, miten suomalaisissa talouslehdissä julkaistut irtisanomisista kertovat sitaatit ilmentävät yritysjohdon käsityksiä yritysten yhteiskuntavastuusta. Tavoitteenani oli selvittää, miten johtajat merkityksellistivät yrityksensä tekemiä irtisanomispäätöksiä sekä millaisia eroja eri talouslehtien esille tuomissa ja eri taantumien aikoina esitetyissä sitaateissa oli havaittavissa. Tutkimusmenetelmässäni hyödynsin Fairclough'n, Foucault'n ja van Dijk'n kriittisen diskurssianalyysin teorioita.

Aineistoni koostui 277:stä Helsingin Sanomien taloussivuilla ja Kauppalehdessä vuosina 1992, 2001 sekä 2008–2009 ilmestyneestä artikkelista, joissa yritysten johtajat kommentoivat yrityksissään tapahtuneita yt-neuvotteluja, lomautuksia ja irtisanomisia.

Kun aineistooni kuuluvista sitaateista jätettiin huomiotta syitä erittelevä puheentapa, erottui teksteistä viisi päädiskurssia: Vaihtoehdottomuuden, tulevaisuuteen katsova, henkilöstön edun huomioiva, johdon inhimillistämisen sekä sidosryhmien etua painottava diskurssi. Näiden avulla pureuduin yhteiskuntavastuun esiintymiseen johdon sitaateissa. Analyysini mukaan yhteiskuntavastuun taloudellinen aspekti oli kaikkien aineistoon kuuluvien artikkeleiden lähtökohtana. Sosiaalisen vastuun näkökulma ilmeni 32 prosentissa Helsingin Sanomissa ja 38 prosentissa Kauppalehdessä julkaistujen artikkelien sitaateissa, vaikka Kauppalehti on perusideologialtaan Helsingin Sanomia talouselämälähtöisempi media.

Peilasin löytämiäni puhetapoja myös Takalan yhteiskuntavastuun ideologiamalleihin. Aineistosta kaksi kolmasosaa edusti omistaja- ja yksi kolmasosa sidosryhmälähtöistä ideologiaa. Vain 0,4 prosenttia kuvasti laajan yhteiskuntavastuun ideologiaa. Vaikka taloudellinen vastuu säilyttääkin hegemonia-asemansa, henkilöstön edun huomioiva diskurssi ja sen myötä sosiaalinen vastuu olivat lisääntyneet vuosina 2008–2009.

AVAINSANAT: kriittinen diskurssianalyysi, talousjournalismi, talousmedia, irtisanominen, yhteiskuntavastuu, ideologia, sidosryhmä

1 JOHDANTO

Irtisanomisista on tullut viime vuosikymmeninä yleinen aihe talouden tapahtumista kertovissa mediateksteissä. Yt-neuvottelut tai lopulta irtisanomiset koskettavat vuosittain tuhansia suomalaisia. Etenkin kvartaalitaloudessa elävät pörssilistatut yritykset reagoivat markkinoiden muutoksiin ja syklivaihteluihin nopeasti. Kun yritysten kannattavuus notkahtaa tai kysynnässä näkyy heikkenemisen merkkejä, säästöjä haetaan nopeasti toimintaa rationalisoimalla, mikä usein tarkoittaa henkilöstökustannusten pienentämistä lomautusten tai irtisanomisten kautta.

Irtisanomisten taustalla vaikuttavat eri toimialojen rakenteelliset muutokset, esimerkkinä paperin globaalin kysynnän hiipuminen vuodesta 2005 lähtien (Hetemäki & Hänninen 2009: 9). Toinen tekijä on länsimaita halvemman työvoiman saatavuus kolmannen maailman maista. Globalisaation myötä yrityksissä vallitsee jatkuva tehokkuuden ja kilpailukyvyn etsintä, vaikka ne tuottaisivat jo valmiiksi positiivista tulosta. Toisinaan taas yritysten tuotteiden kysyntä laskee, jolloin ne joutuvat karsimaan kulujaan. Esimerkiksi Nokian massiivisista irtisanomisista kertovaa ilmoitusta kesäkuussa 2012 perusteltiin sillä, että ilman kulujen karsintaa yritys ei voisi panostaa riittävästi uusien, kuluttajia kiinnostavien tuotteiden kehittämiseen. (Pitkänen 2012)

Muutokset markkinatilanteissa aiheuttavat erityisen paljon paineita vähentää yritysten kuluja, ja henkilöstövähennyksiä tapahtuukin eniten taloudellisten taantumien aikoina. Suomessa on kärsitty viime vuosikymmenien pahimmat taloustaantumet vuosina 1990–1993, jolloin maamme ajautui lamaan ja pankkikriisiin, IT-kuplan puhjettua vuosina 2000–2002 sekä kansainvälisen finanssikriisin rantauduttua Suomeen 2008–2009 (Taloustieto Oy 2013). Näistä ensimmäinen oli työllisyysvaikutuksiltaan muita huomattavasti dramaattisempi.

Julkisuuteen tiedon irtisanomisista välittää media, useimmiten sen talouteen erikoistuneet toimittajat. Talousjournalismin tehtäväksi on määritelty, että sen tulisi kertoa yleisölleen yhteiskunnassa tapahtuvista taloudellisista muutoksista niin makro-

eli kokonaistalouden näkökulmasta kuin mikrotaloudenkin tasolla eli yksittäisten yritysten perspektiivistä. Median tulisi ainakin ideaalimaailmassa raportoida paitsi yrityksissä tapahtuneista muutoksista, myös välittää yrityksen antamat perusteet ja, jos tarpeellista, kyseenalaistaa ne. Moniäänisyyden ihanteen vuoksi eri sidosryhmien tulisi saada mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. (Korhonen 1998: 104)

Todellisuudessa talousjournalismin tuotoksia lukevat pääasiassa työnsä puolesta talousinformaatiota tarvitsevat ammattilaiset, ei niinkään suuri yleisö (Hurmeranta 2012: 24). Taloustoimittajat myöntävät itsekkin, että resurssien jatkuvan vähenemisen myötä talousjournalismi toistaa yhä useammin yritysten tiedotteita ja ekonomistien arvioita sellaisenaan, ilman syvällistä kritiikkiä ja kyseenalaistavien näkökulmien etsimistä (Remes 2001). Irtisanomisista raportoidaan siis useimmiten vain yrityksen näkökulmasta.

Samaan aikaan yrityksiltä on alettu edellyttää yhteiskuntavastuuta eli yhä selkeämpiä näyttöjä kestävästä kehityksestä ja pitkän aikavälin tavoitteiden toteuttamisesta. Vastuullisuus nousee kaiken läpäisevänä teemana keskusteluun heti kun pohditaan laajemmin yhteiskunnan ja talouden välistä suhdetta (Malmelin & Wilenius 2008: 133). Siksi tässäkin työssä ei voida sivuuttaa sitä seikkaa, että yritysten julkisiin kannanottoihin kätkeytyy usein myös niiden asenne yhteiskuntavastuun kantamista kohtaan.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, *miten talouslehdissä julkaistut henkilöstön irtisanomisia kuvaavat yritysjohtajien sitaatit ilmentävät yritysten yhteiskuntavastuuta*. Yhteiskuntavastuu on yrityksen vastuuta toimintansa vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan, ympäristöön ja sidosryhmiin eli kaikkiin tahoihin, joilla voi olla vaikutusta yhtiön toimintaan tai joihin yhtiön toiminnalla voi olla vaikutusta (Malmelin & Wilenius 2008: 11; Niskala, Pajunen & Tarna-Mani 2009: 19–20, 61).

Sidosryhmäsuhteella taas tarkoitetaan yhteyksiä, jotka voivat perustua omistajuuteen, työsuhteeseen tai asiakassuhteeseen, lainsäädännön velvoitteisiin tai yleiseen kiinnostukseen yhtiötä tai sen toimialaa kohtaan. (Talvio & Välimaa 2004: 49; Niskala ym. 2009: 61). Erittelen tarkemmin yritysten yhteiskuntavastuun periaatteita ja rakentumista luvussa 2.3.

Mediateksteissä viitataan usein yritykseen päätösten tekijänä. Päätösten varsinaisena tekijänä on kuitenkin aina ihminen tai ryhmä ihmisiä, joiden henkilökohtaiset asenteet vaikuttavat päätöksiin (Könönen 2005: 220). Tästä johtuen tarkasteluni kohteena ovat nimenomaan yritysten toimitusjohtajien tai muiden päätöksistä vastaavien henkilöiden kuten hallitusten puheenjohtajien kommentit. Nämä ovat useimmiten henkilöitä, jotka astuvat median eteen taustoittamaan ja perustelemaan tehtyjä päätöksiä. Näkemykseni on, että päätöksiä ei voi perustella ottamatta eksplisiittisesti tai ainakin implisiittisesti kantaa yrityksen taloudelliseen ja työntekijöistä kantamaan vastuuseen sekä sen suhteesta ympäröivään yhteiskuntaan. Myös media tekee ideologisia valintoja päättäessään, mitkä johdon esittämistä näkökulmista otetaan mukaan artikkeleihin.

Tarkastelen tutkimusongelmaani kolmen tutkimuskysymyksen kautta:

1. Miten johtotehtävissä olevat henkilöt merkityksellistivät yrityksensä tekemiä irtisanomispäätöksiä?
2. Millaisia eroja eri talouslehtien esille tuomissa puheenvuoroissa esiintyi?
3. Millaisia eroja eri taantumien aikoina esitetyissä sitaateissa oli havaittavissa?

Tutkimuskysymyksissäni esiintyy merkityksellistämisen käsite. Eskolan ja Suorannan (2000: 44–45) mukaan merkitykset viittaavat ihmiselle ominaiseen olemassaolon tapaan. Hahmotamme maailmaa merkityksellistämisen prosessien ja merkitysyhteyksien kautta. Merkityksistä kokoonpantu sosiaalinen todellisuus on tae sille, että kohtaamamme asiat eivät näyttäydy uusina, vaan meillä on olemassa jonkinlainen opittu käsitys asioista. Toisaalta eri ihmiset voivat antaa samankin kulttuurin sisällä samoille ilmiöille, symboleille ja kulttuurin tuotteille erilaisia merkityksiä.

1.2 Tutkimusaineisto

Aineistoksi olen kerännyt kahdessa suomalaisessa valtakunnallisessa talousmediassa *Helsingin Sanomien* taloussivuilla ja *Kauppalehdessä* vuosina 1992, 2001 sekä 2008–2009 ilmestyneitä artikkeleita, joissa yritysjohto, lähinnä toimitusjohtajat tai hallituksen puheenjohtajat, kommentoivat yrityksissään tapahtuneita yt-neuvotteluja, lomautuksia ja irtisanomisia. Talousmedialla tarkoitan niitä välineitä, jotka ovat erikoistuneet taloutta koskevan journalistisen sisällön välittämiseen. Yleisesti ottaen nämä voivat olla sanoma- ja aikakauslehtiä, sähköisiä välineitä tai näiden erikoistuneita osastoja tai osia. Talousmedian erityispiirteet ja rooli tarkoittavat, että sillä on erityinen tehtävä lukijansa työvälineenä ja sen toimintaan kohdistuu tarkkuuden vaatimus. (Hurmeranta 2012: 13, 34–35)

Talousjournalismi puolestaan on journalismin alalaji, joka määrittyy käsittelemänsä aihepiirin eli talouden perusteella (Hurmeranta 2012: 27). Se voidaan ymmärtää prosessiksi, joka median välityksellä tuottaa faktapohjaisia sanomia elinkeinoelämästä, kansantaloudesta ja maailmantaloudesta tyydyttämään suhteellisen laajan yleisön tiedontarvetta (Mikkonen 1998: 8). Kerron tarkemmin suomalaisesta talousjournalismista yritysten tekemien päätösten kuvaajana luvussa 2.4.

Tarkasteluni kohteeksi valitsin *Helsingin Sanomien* taloussivut, koska niillä on muusta talousmediasta hieman poikkeava rooli valtakunnallisen talousjournalismin kentässä. *Helsingin Sanomat* on valtakunnallinen, seitsemän kertaa viikossa ilmestyvä sanomalehti, joka tavoittaa eri kanavien kautta yli 1,9 miljoonaa suomalaista päivittäin (Sanoma News 2013). Näin ollen sen taloussivujen sisältöä lukevat muutkin kun talouden parissa tai muuten yritysmaailmassa työskentelevät ihmiset. *Helsingin Sanomat* on Suomen suurin päivittäin ilmestyvä sanomalehti myös mitattuna levikillä, joka vuonna 2011 oli 366 000 (Levikintarkastus 2012).

Toinen tarkastelemani media Kauppalehti puolestaan on viisi kertaa viikossa ilmestyvä taloussanomalehti, joka on keskittynyt nimenomaan talousuutisten välittämiseen. Kauppalehden lukijamäärä oli 196 000 ja levikki 68 000 vuonna 2011 (Kauppalehti 2013a; Levikintarkastus 2012). Yleisönsä lehti kuvaa muodostuvan yrittäjistä, päättäjistä ja johtajista yrityksissä ja julkishallinnossa, asiantuntijoista, toimihenkilöistä, opiskelijoista, markkinoijista sekä yleisesti taloudesta kiinnostuneista niin kutsutun suuren yleisön jäsenistä (Kauppalehti 2013b).

Valitsin analysoitavaksi jokaisesta kolmesta taantumasta vuoden mittaisen ajanjakson, jolloin taantuma vaikutti olevan syvimmillään ja irtisanomisia koskevia artikkeleita ilmestyi eniten. Artikkelit seuloin kummankin median vain tilaajille avoinna olevasta verkkoarkistosta käymällä aluksi läpi kaikki *irtisanominen* ja *yt-neuvottelut* -hakusanoilla ja niiden eri taivutusmuodoilla löytyneet, kyseisten lehtien painetussa tai verkkoversiossa edellä mainittuina ajanjaksoina ilmestyneet artikkelit.

Taulukko 1. Kaikki löydetyt artikkelit

	HS	Kauppalehti	Yhteensä
1992	818	311	1129
2001	1150	885	2035
09/2008– 09/2009**	1501	754	2255

**Finanssikriisin katsotaan alkaneen Suomessa Lehman Brothers -investointipankin ilmoitettua mittavista irtisanomisista 15.9.2008

Yllä olevasta taulukosta on nähtävissä se, että lehtien alkaessa julkaista artikkeleja painetun lehden lisäksi verkossa, myös irtisanomisaiheisten artikkelien määrä on kasvanut merkittävästi. Sekä Helsingin Sanomien verkkoliite että Kauppalehden

verkkoversio aloittivat toimintansa vuonna 1996 (Helsingin Sanomat 2006; Huovila 2003: 183).

Hakusanoilla löytyneistä artikkeleista on ensin poistettu kaikki tutkimusalueeseen kuulumaton materiaali kuten sopimusten tai yksittäisten henkilöiden irtisanomisia koskevat artikkelit. Tämän jälkeen artikkelien joukosta on karsittu pois valtion, kuntien, liittojen, yhdistysten ja muiden julkisten tahojen henkilöstöä koskevat irtisanomisilmoitukset, ulkomaisten yritysten ulkomailla tapahtuneita irtisanomisia koskevat artikkelit sekä toimialojen kehitystä luotaavat tutkimukset. Myös yritysten irtisanomisuutiset, joissa ei ole johdon sitaattia irtisanomisia koskien, on jätetty pois otoksesta, koska halusin kiinnittää huomion nimenomaan siihen, miten yritysjohto puhuu irtisanomisista.

Jäljelle jääneet 277 valintaehtoni täyttävää artikkelia muodostavat aineiston. Nämä jakautuivat tarkasteltavien medioiden kesken taulukon 2 mukaisesti.

Taulukko 2. Tarkasteluun valittujen artikkelien jakautuminen eri lehtien kesken

	Helsingin Sanomat	Kauppalehti	Yhteensä
1992	33	22	55
2001	63	26	89
09/2008– 09/2009**	90	43	133
Yhteensä	186	91	277

Tutkimusaineistoon on siis kelpuutettu mukaan artikkelit, joissa aiheena ovat henkilöstön vähentämistoimenpiteet, ja joihin sisältyy johdon sitaatti asiasta. Sitaatilla tarkoitetaan johdon puheenvuoroa tai kommenttia käsiteltävästä asiasta. Niihin on luettu suoria esityksiä (”...”, toteaa toimitusjohtaja x) ja epäsuoria esityksiä (toimitusjohtaja x:n mukaan...) koskien irtisanomisia, yt-neuvotteluja, lomautuksia tai muita näihin

verrattavia säästö- tai vähentämistoimenpiteitä. Pelkästään toimittajan analysointiin tai spekulointiin perustuvia artikkeleita ei ole sisällytetty lainkaan aineistoon. Myös vapaata epäsuoraa esitystä on otettu mukaan, jos sitä ympäröivästä tekstistä on voitu tehdä olettaus, että yritysjohtajan ajatus on välittynyt alkuperäisen kaltaisena.

Työtä tehdessäni olen ollut tietoinen, että johdon lausahdukset eivät välity sellaisenaan mediateksteihin. Toimittajalla on valta valita haastatteluissa tai muista yhteyksissä saamistaan kommentteista oleelliseksi katsomansa asiat. Näin ollen jotkin asiat saattavat korostua mediassa tai kommentit irrota kontekstistaan ja muuttaa muotoaan erilaiseksi, kuin mitä haastateltava on alun perin tarkoittanut. Toisaalta haastateltavan painottamia asioita ei välttämättä ole otettu mukaan lopulliseen artikkeliin. Koska sitaattien alkuperäiseen tuottamishetkeen ei voida kuitenkaan palata, tässä tutkimuksessa tarkastelen yritysjohtajien sanomia sellaisina, kuin toimittaja on ne kirjoittamissaan artikkeleissa esittänyt.

1.3 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäni on diskurssianalyysi. Se on kattokäsite erilaisille lähestymistavoille, joille on yhteistä kiinnostus kielellisesti puheessa tuotettuun todellisuuteen ja merkityksiin. Diskurssianalyysin piiriin kuuluvista metodeista olen valinnut kriittisen suuntauksen.

Päädyin kriittiseen diskurssianalyysiin, koska se nähdään ideologiakriittisenä analyysitapana. Menetelmän avulla paljastetaan yhteiskunnallisia suhteita, joissa ihmiset joutuvat jatkuvasti toimimaan ja kamppailemaan. Metodille ominaisesti tutkimukseni ytimessä olevat johdon puheenvuorot kantavat yhteiskunnasta vallitsevista arvoista kertovia merkityksiä ja kuvastavat myös näiden arvojen taistelua valta-asemasta. (Eskola & Suoranta 2000: 201) Kriittinen ote on tärkeä myös siksi, että sen avulla mahdollistetaan tutkimuksen yhteiskuntaa kehittävä vaikutus pyrkimällä

osoittamaan yhteiskunnassa vallitsevia epäkohtia (Pietikäinen 2000: 193; Törrönen 2005: 140).

Löytääkseni vastauksia tutkimuksen tavoitteessa eriteltyihin kysymyksiin lähiluin aineistoa hahmottaakseni kommenteissa esiintyvät näkökulmat, jotka nimesin diskursseiksi. Koska diskurssianalyysissä tapahtumatilanne nähdään olennaisena, aineiston tutkimusta rikastuttavana tekijänä, tarkastelin analyysissä johdon sitaatteja alkuperäisessä kontekstissaan eli suhteessa niitä ympäröivään toimittajan tuottamaan tekstiin (Jokinen, Juhila & Suoninen 1993: 29).

Tulkinnan todentamiseksi esitän katkelmia analysoitavasta tekstistä. Niiden perusteella lukija voi seurata tulkintaprosessia; todentaa tai riitauttaa esittämieni diskurssien pätevyuden (Eskola & Suoranta 2000: 198, 201). Teen analyysin ilman ennakkoon määriteltyjä luokituksia, minkä jälkeen vertaan löydöksiäni Takalan (2000: 10–13) teoriassa esiteltyihin ideologiamalleihin. Pyrin näin selvittämään, ilmeneekö aineistossa Takalan hahmottelemia ideologisia tapoja jäsentää yritysten yhteiskuntavastuuta sekä saavuttaako jokin ideologiamalli ideologioiden keskinäisessä kamppailussa ylivallan eli hegemonian.

2 NÄKÖKULMIA TALOUSKESKUSTELUUN

Tässä luvussa selvitan joukkoirtisanomisten ja laajemmin työttömyyden takana olevia syitä, työn luonteen kehitystä viimeisten vuosikymmenten aikana sekä näkemyksiä siitä, miten se muuttuu jatkossa. Tähän liittyy läheisesti myös kolmen viimeisimmän talouden laskukauden syiden ja seurausten arviointi. Tarkastelen myös yhteiskuntavastuun käsitettä ja siihen liittyvän ajattelun kehittymistä. Lopuksi kuvaan talousjournalismin historiaa ja konventioita Suomessa sekä taustoitan sitä, miten tässä tutkimuksessa tarkasteltujen medioiden periaatteelliset erot rakentuvat ja vaikuttavat niiden yleisöihin.

2.1 Työmarkkinoiden muutos ja työttömyyteen johtavat syyt

Suuret, samanaikaiset henkilöstövähennykset yritysmaailmassa johtavat työttömyyden kasvuun. Työttömyydellä tarkoitetaan sitä, että markkinoilla vallitsee työvoiman vajaakysyntä eli työvoimaa on enemmän kuin työpaikkoja. Työttömyyden syntyyn vaikuttavat kaksi pääsyytä ovat, että tuotanto ja tekijät eivät kohtaa tai työvoimalle ei ole riittävästi kysyntää. Ajallisesti työttömyys voi olla lyhyen aikavälin työttömyyttä tai yli vuoden yhtäjaksoisesti kestänyttä pitkäaikaistyöttömyyttä. (Sounela 2001: 14)

Työttömyyttä ja sen syitä on tarkasteltu useista eri teoreettisista lähtökohdista. Informaatioyhteiskunnan vallankumous on mullistanut taloutta, ja yhteiskunta on muuttunut merkittävästi viimeisen 20–30 vuoden aikana. Globalisoitumisella on ollut osansa tässä prosessissa. Suomi on siirtymävaiheessa, sillä yhteiskuntaa hallitsee toisaalta vanha fordistinen, vakaille työsuhteille perustuva tuotanto- ja kulutusjärjestelmä sekä toisaalta uusi kehittymässä oleva yhteiskunnan modernisuus. Tätä modernia järjestelmää kutsutaan refleksiiviseksi taloudeksi, sillä se perustuu joustaville työsuhteille sekä uusille työelämän malleille. Nämä kaksi taloutta vaikuttavat rinnakkain, mutta työn muotojen muuttuessa osa väestöstä jää työpaikkojen ulkopuolelle. Sopeutuminen uuteen on vaikeaa sekä yhteiskunnalle että kansalaisille. (Vähätalo 1998: 19) Suomen valtion tavoite on edelleen Työvoima 2020 -työryhmän määrittelemä täystyöllisyys, joka perustuu vakaisiin työsuhteisiin (Työvoima 2020

2003: 1). Ristiriidassa tavoitteen kanssa ovat voiton maksimointia tavoittelevien yritysten pyrkimykset, jotka puolestaan koettavat optimoida tarvitsevansa työvoiman määrän. (Vähätalo 1998: 19)

Jeremy Rifkin (1995: 21) visioi vuonna 1995 kirjassaan *The End of Work* työn murroksen vievän työttömyyden vielä paljon pidemmälle. Hän esitti, että lisääntyvän automatisaation myötä tietotekninen kehitys tulee vuoteen 2050 mennessä korvaamaan työn paitsi maataloudessa ja teollisessa tuotannossa myös palvelualoilla. Tämän niin kutsutun kolmannen teollisen vallankumouksen myötä uusi ohjelmistoteknologia vie sivistyneen maailman yhä lähemmäksi lähes ilman työntekijöitä toimivaa taloutta. Yhteiskuntaan perustetaan tukitoimin työpaikkoja, mutta ne ovat huonosti palkattuja ja määräaikaista. Ne, jotka jäävät ilman työtä, voivat Rifkinin mukaan työllistyä kolmannella sektorilla eli tehdä vapaaehtoistyötä erilaisissa hyväntekeväisyysjärjestöissä.

Rifkiniä ovat arvostelleet monet taloustieteilijät ja -filosofit. Muun muassa politiikan filosofi George Caffentzisiksen (1998) mukaan Rifkinin käsitys on virheellinen, koska se perustuu teknologiseen determinismiin, joka ei ota huomioon työllisyyden dynaamista luonnetta eikä makrotaloudellista näkökulmaa. Hänen mukaansa Rifkiniltä jää huomaamatta, että yrityksen toiminnan tehostuminen johtaa uusien työpaikkojen syntymiseen muualle talouteen.

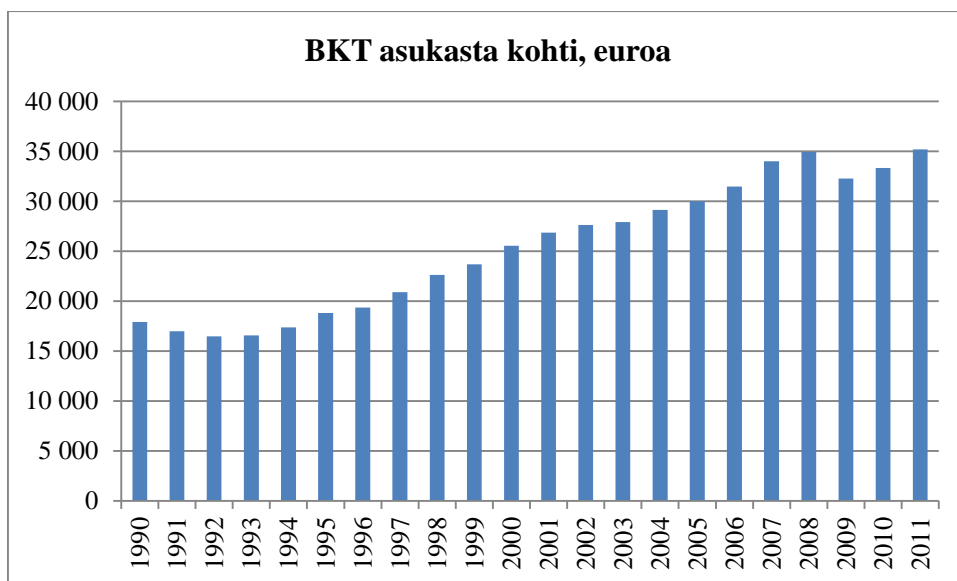
Suomessa Ilmakunnas, Kiander, Parkkinen ja Romppanen (2000: 15–16) ovat esittäneet oman näkemyksensä Rifkinin ajatuksien innoittamana. Heidän mukaansa valtion tavoittelema täystyöllisyys on mahdollista ja jopa realistista saavuttaa, vaikka maailma globalisoituu ja kansallinen määräysvalta pienenee. Teknologinen kehitys lisää tuloja, eikä palvelualoilla voida tutkijoiden mukaan korvata ihmistä ainakaan 30 vuoteen. Tosin Rifkinin aikaikkuna työn loppumiselle oli 50 vuotta, joten sinänsä näissä näkemyksissä ei ole eroa. Ilmakunnas ym. jakavat kuitenkin Krugmanin näkemyksen siitä, että rakennemuutos tulee jatkumaan. Työ ei lopu, vaan muuttaa muotoaan ja

siirtyy uusille aloille, kun uusia tuotteita syntyy ja vanhojen kysyntä loppuu. (emt. 15–16).

Kymmenisen vuotta myöhemmin Kasvio (2008: 149–151) toteaa, että työn muutosta käsittelevässä keskustelussa ei ole otettu riittävän hyvin huomioon kaikkia elementtejä, jotka vaikuttavat läntisen maailman kehityssuuntiin. Huomiotta jääneitä tekijöitä ovat erityisesti uusiin mittasuhteisiin kasvava maailmanlaajuinen kilpailu työpaikoista sekä taloudellisen toiminnan ympäristövaikutukset. Keskeiseksi ongelmaksi on nousemassa se, että maapallon luonnonvarat ja ekologinen kestävyys eivät riitä yhä laajemmin kolmanteen maailmaan leviävien länsimaisten kulutustottumusten kattamiseen, vaikka juuri tätä on kaavailtu länsimaiden talouskasvun moottoriksi pitkällä aikavälillä. Työelämän tulevaa kehitystä pitää arvioida uudelleen. Myös Rifkin on päätenyt samansuuntaisiin ajatuksiin vuonna 2011 julkaistussa teoksessaan *The Third Industrial Revolution*.

2.2 Taloustaantumien anatomia

Suomessa viime vuosikymmenten pahimmat taloudelliset laskukaudet osuvat vuosille 1990–1993, jolloin maamme ajautui lamaan ja pankkikriisiin, IT-kuplan puhjettua vuosina 2000–2002 sekä kansainvälisen finanssikriisin rantauduttua Suomeen 2008–2009 (Taloustieto Oy 2013). Ainoastaan näistä ensimmäinen täyttää tavallista syvemmän taantumien, laman, tunnusmerkit. Lamaksi luetaan *The Economist* -lehden (2008) mukaan se, että valtion bruttokansantuote laskee yli 10 prosentilla tai että talouden yhtäjaksoinen taantuminen kestää yli kolme vuotta. Taantumassa ollaan jo silloin, kun bruttokansantuote on laskenut kahtena perättäisenä vuosineljänneksenä.



Kuvio 1. Bruttokansantuotteen kehitys 1990–2011 (Suomen virallinen tilasto 2013)

Yllä olevasta taulukosta on nähtävissä, että tarkasteluajanjaksoista vuonna 1992 ja 2009 Suomen bruttokansantuote on selkeästi laskenut. Vaikka vuonna 2001 IT-kuplan aikaan laskusuhdanne kosketti vakavasti muun muassa IT- ja rahoitusalan yrityksiä, jäivät kokonaisvaikutukset niin vähäisiksi, ettei koko Suomen bruttokansantuote laskenut edellisvuodesta, eikä edes sitä edelliseen vuoteen verrattuna.

Rahoituskriisit liittyvät kiinteästi talouteen, erityisesti raha- ja valuuttapolitiikkaan. Talouspolitiikkaa ohjaavat kulloinkin vallalla olevat käsitykset siitä, millaista sen pitäisi olla ja miten sitä pitäisi uudistaa. (Kiander 2001: 70) Suomen talouspolitiikka on muuttunut merkittävästi 1990-luvun alun laman jälkeen erityisesti Euroopan unioniin ja rahaliittoon liittymisen myötä. Lisäksi EU:n jäsenpohjan laajeneminen ja globalisaatio ovat lisänneet työvoiman liikkuvuutta ja kilpailua. Toimintaympäristön muutosta on ohjannut myös julkisen sektorin velan määrän lisääntyminen. 1990-luvulta alkaen on ollut vallalla niin kutsuttu 'markkinareformistinen' näkemys, jonka mukaan työttömyyden alentamiseksi pitäisi työmarkkinoiden toimintaa saada joustavammaksi, lisätä palkkaeroja, keventää verotusta, yksityistää julkisia toimintoja ja leikata sosiaalietuuksia. Näillä toimenpiteillä parannettaisiin työn tekemisen kannustavuutta ja

samalla tuettaisiin talouskasvua, jonka puolestaan katsotaan helpottavan myös työttömyysongelmaa. (Kiander & Lönnqvist 2002: 7–9)

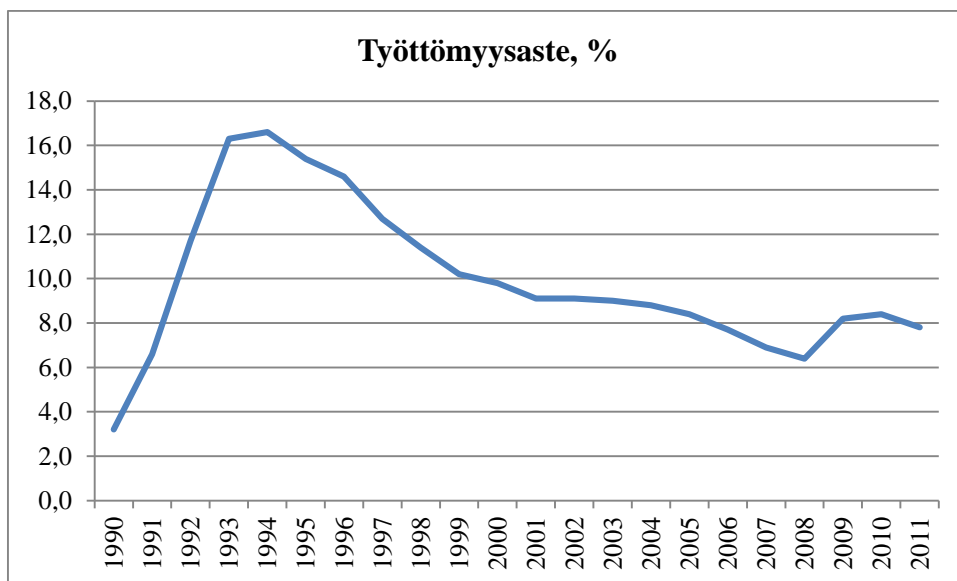
Erityyppisten taantumien kuten lamojen, pankki- tai valuuttakriisien taustalla vaikuttavat kansainvälisten tutkimusten mukaan samankaltaiset tekijät. Taantumien syntymiseen ovat niin Euroopassa kuin muissakin maanosissa vaikuttaneet 1990-luvulta lähtien rahoitusmarkkinoiden säätelyn purkaminen, kiinteän valuuttakurssin politiikka, yritysten ylivelkaantuminen sekä kansallisen valuutan arvostaminen yli sen todellisen arvon. Usein taantumien tai lamien ovat myös seurausta maan keskuspankin pyrkimyksestä saada inflaatio kuriin tiukentamalla rahapolitiikkaa. Tällöin korot nousevat helposti arvioitua korkeammiksi ja lainojen vakuutena olevan reaaliomaisuuden arvo laskee, mikä aiheuttaa ongelmia yrityksille ja muille velkaa ottaneille. (Kiander 2001: 70–71)

2.2.1 1990-luvun alun lama

Lama 1990-luvun alussa (1990–1994) on ollut talousvaikutuksiltaan Suomen historian vaikeimpia, työttömyyslukuilla ja tuotannon menetyksinä mitattuna sitä pidetään jopa pahempana kuin 1930-luvun lamaa (Kiander 2001: 69). Laman syntymiseen on nähty vaikuttaneen sen, että takana oli pitkä nousukausi ja että rahoitusmarkkinoiden vapautuminen oli kasvattanut nopeasti luotonantoa, kulutusta ja investointeja 1980-luvun loppupuolella. Samalla kun velanotto lisääntyi, nousivat asuntojen, maan ja osakkeiden hinnat. Inflaatio kiihtyi, tuonti kasvoi ja vaihtotaseen ylijäämä suureni. Tämä loi devalvaatio-odotuksia ja nosti korkoja, mikä puolestaan alkoi supistaa kulutusta ja investointeja. (Kiander & Vartia 1998: 2)

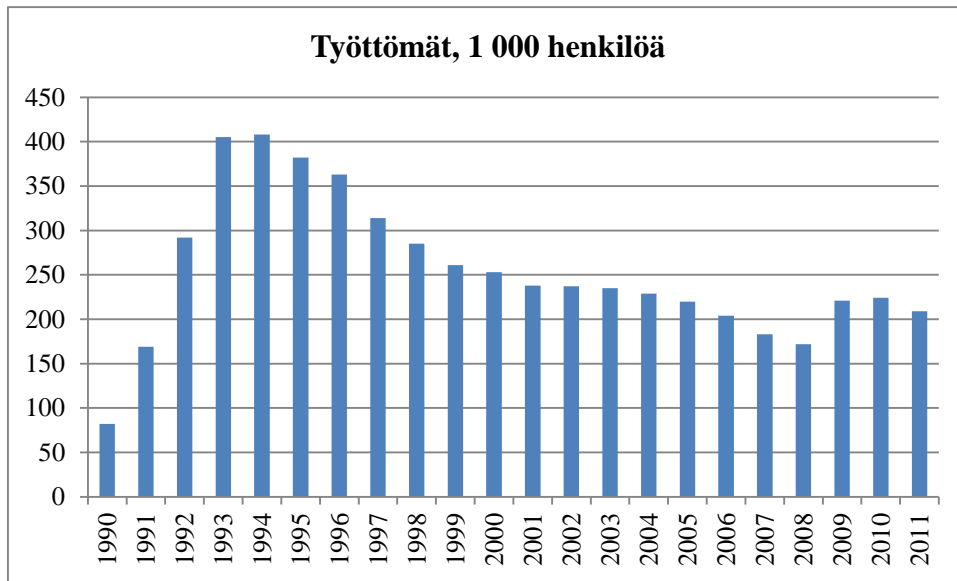
Huono onni etenkin idänkaupan loppumisen muodossa koetteli taloutta. Vakaan ja vahvan markan politiikasta jouduttiin tinkimään. Tuotanto putosi yli 10 prosentilla ja bruttokansantuote 14 prosentilla. Konkurssit lisääntyivät merkittävästi ja Suomen pankkijärjestelmä ajautui historiansa vakavimpaan kriisiin. (Kiander & Vartia 1998: 2)

Laman seurauksena julkisen velan osuus Suomen bruttokansantuotteesta nousi parissa vuodessa 15 prosentista noin 60 prosenttiin (Kiander & Lönnqvist 2002: 7). Työttömyysaste nousi vuosien 1990–1994 aikana kolmesta prosentista 17 prosenttiin. Samalla pitkäaikaistyöttömien osuus kaikista työttömistä alkoi kasvaa. Kun talous alkoi elpyä vuonna 1993, pitkäaikaistyöttömyyden osuus ei pienentynyt. Syynä oli tapahtunut rakenteellinen muutos. Laman jälkeinen työllisyyden kasvu tapahtui eri toimialoilla, kuin joilta työt olivat alun perin hävinneet. (Pekkarinen & Sinko 2011: 31–32)



Kuvio 2. Työttömien osuus työväestöstä 1990–2011 (Tilastokeskus 2012)

Yllä oleva taulukko osoittaa, että työttömyys oli vielä tarkasteluvuoden 1992 aikana vähäinen (11,7 prosenttia) verrattuna kahteen sitä seuranneeseen vuoteen, jolloin työttömyysprosentti kipusi 16,3 prosenttiin vuonna 1993 ja 16,6 prosenttiin vuonna 1994. Irtisanomisten määrässä vuosi 1992 oli kuitenkin vilkkaimpia, sillä irtisanomiset näkyvät työttömyyslukuissa vasta viiveellä.



Kuvio 3. Työttömien määrän kasvu 1990–2011 (Tilastokeskus 2012)

Lukumääräisesti työttömyyden kasvu tarkasteluvuodesta 1992 sitä seuranneeseen vuoteen tarkoitti työttömien määrän lisääntymistä yli sadalla tuhannella henkilöllä vuoden 292 000 työttömästä 405 000 työttömään henkilöön vuonna 1993. Huippuvuonna 1994 työttömiä oli 408 000. Tarkasteluvuonna 2001 työttömien lukumäärä oli 238 000 ja vuonna 2009 vastaavasti 221 000.

2.2.2 IT-kuplan puhkeaminen

IT-kuplan puhkeamisen aiheuttama taantuma syntyi erilaisista lähtökohdista kuin kaksi muuta tarkasteltavaa laskusuhdannetta. IT-kuplan syntyyn vaikutti voimakkaasti 1990-luvun puolivälissä kaiken kansan ulottuville levinnyt internet, joka avasi rajattoman määrän uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Ryhdyttiin puhumaan uudesta taloudesta, jossa globalisaation ja teknologisen kehityksen parhaat puolet yhdistyivät ja jonka uskottiin mullistavan perinteiset yritystalouden toimintamallit. (Koski, Rouvinen & Ylä-Anttila 2002: 1, 9)

Teknologiahuuma saapui 1999 myös Suomeen, ja täälläkin syntyi joukko niin kutsuttuja dotcom-yrityksiä, jotka keräsivät pääoma- ja yksityissijoittajilta pelkkiin

kasvuennusteisiin perustuen valtavan suuria rahoituskierroksia. Teknohuuma sekoitti myös Helsingin pörssin, johon listattiin yhteensä 28 uutta yhtiötä vuonna 1999. Korkeimman markkina-arvonsa, 350 miljardia euroa, pörssi saavutti saman vuoden lopussa. Suurin syy tähän oli Nokian osakkeiden arvon voimakas nousu. Ylimmillään Nokian osuus pörssin osakevaihdosta ja markkina-arvosta oli 80 prosenttia. Perässään se nosti muuta tietoliikenne- ja elektroniikkateollisuutta. (Marttinen 2001: 71–72) Pörssilistautumisten yhteydessä syntyi ennen kuulumattoman suuri määrä äkkirikastuneita yrittäjiä, joista osa ehti realisoida voittonsa urheiluautoiksi, osan miljonääriura toteutui ainoastaan paperilla.

Tavalliset kansalaiset ryhtyivät osakesijoittajiksi uusien pörssiyritysten valtaviin kasvuodotusten ja nopean arvonnousun innoittamina. Listausvillityksen keulakuvana toimi entinen valtiollinen teleyhtiö Sonera. Vaikeassa markkinatilanteessa listautunut yhtiö onnistui houkuttelemaan sijoittajakseen 800 000 suomalaista. Osake lähti nousuun erilaisista johtamiskohuista huolimatta, ja yritys hyödytti taloudellisesti paitsi useita johtajiaan myös siihen sijoittanutta Suomen valtiota. (Marttinen 2001: 72–74)

Vuosituhanen vaihteen jälkeen huuma kääntyi jyrkäksi laskuksi Yhdysvaltain keskuspankin koronnostojen ja perinteisen talouden lainalaisuuksien alkaessa vaikuttaa myös teknologiaosakkeisiin. IT-kupla alkoi puhjeta maaliskuussa 2000, jolloin Nasdaq-indeksiin kuuluvien uuden teknologian yritysten osakkeiden arvosta oli kolmessa vuodessa kadonnut 75 prosenttia. Suomessa viimeisimpiä korkealla arvostuksella listautuneita yrityksiä oli Satama Interactive. Kuplan puhkeaminen vaikutti Suomessa hieman viiveellä, mutta vuoden 2000 syksyllä dotcom-yritysten konkurssit ja pörssikurssien lasku olivat kiistaton tosiasia. Vanhan talouden lainalaisuudet, markkinoiden suhdannevaihtelut eivätkä työttömyyden kasvu kysynnän hiljentyessä olleet hävinneet lopulta mihinkään. (Koski, Rouvinen & Ylä-Anttila 2002: 1).

2000-luvun taitteen taantumasta selvittiin kohtalaisen vähäisin seurauksin. Yksi syistä oli se, että IT-kuplan puhkeamisen aikaan suomalaisten yksityinen velkaantumisaste oli alhaisimmallaan sitten 1980-luvun alun. Lisäksi IT-kuplan puhkeamisen seurauksia

helpotti jo tuolloin käynnissä ollut asuntojen hintojen nousu, joka tarjosi pääomalle uusia tuottomahdollisuuksia. (Ahokas & Kannas 2009: 196–197)

2.2.3 Kansainvälinen finanssikriisi

Vuosien 2008–2009 finanssikriisi ja sitä seurannut globaali reaalitalouden taantuma juonsivat juurensa Yhdysvaltoihin, jossa pankit lopettivat rahan lainaamisen toisilleen asuntokuplan puhkeamisen ja siitä johtuneen arvopaperien arvon romahtamisen takia. Ongelmien taustalla olivat 1980-luvulla alkaneet pääomien liikkumisen ja rahoitusmarkkinoiden vapautuminen, yksityissektorin ylivelkaantuminen ja spekulatiivisen toiminnan jättiläismäinen kasvu (Simola 2010: 70).

Osa Suomen päättäjistä uskoi vielä alkusyksyllä 2008, kun uutiset Lehman Brothers -yhtiön konkurssista kiirivät Suomeen, että Suomi selviäisi ilman vakavia seurauksia (Lönngren 2008). Taantumien ensimmäinen ilmenemä tapahtui Suomessa lokakuussa 2008, kun islantilaispankki Kaupthing otettiin valtion hallintaan (Kervinen 2009). Marras-joulukuussa synkkien uutisten virta alkoi tihetä. Mittavista yt-neuvotteluista, lomautuksista ja vähennyksistä kertoivat muutaman kuukauden sisällä yhtiöt lähes joka alalta. Joulukuun alussa 2008 työ- ja elinkeinoministeriö arvioi, että lomautettuna oli tai vahvistettua lomautusta odotti yhteensä noin 36 000 ihmistä. (Lönngren 2008).

Suomen kansantalous oli talouskriisin alkaessa moneen muuhun maahan verrattuna hyvässä kunnossa, sillä se kohtasi taantumien ylijäämäisen julkisen talouden turvin. Myös rahoitussektori oli hyvässä asemassa kohtaamaan finanssikriisin. Viennistä riippuvaisena taloutena Suomi kuitenkin syöksyi poikkeuksellisen jyrkkään taantumaan, ja vuonna 2009 talous supistui noin 7,6 prosenttia, mikä oli huomattavasti enemmän kuin EU-maissa keskimäärin. (Valtiovarainministeriö 2009)

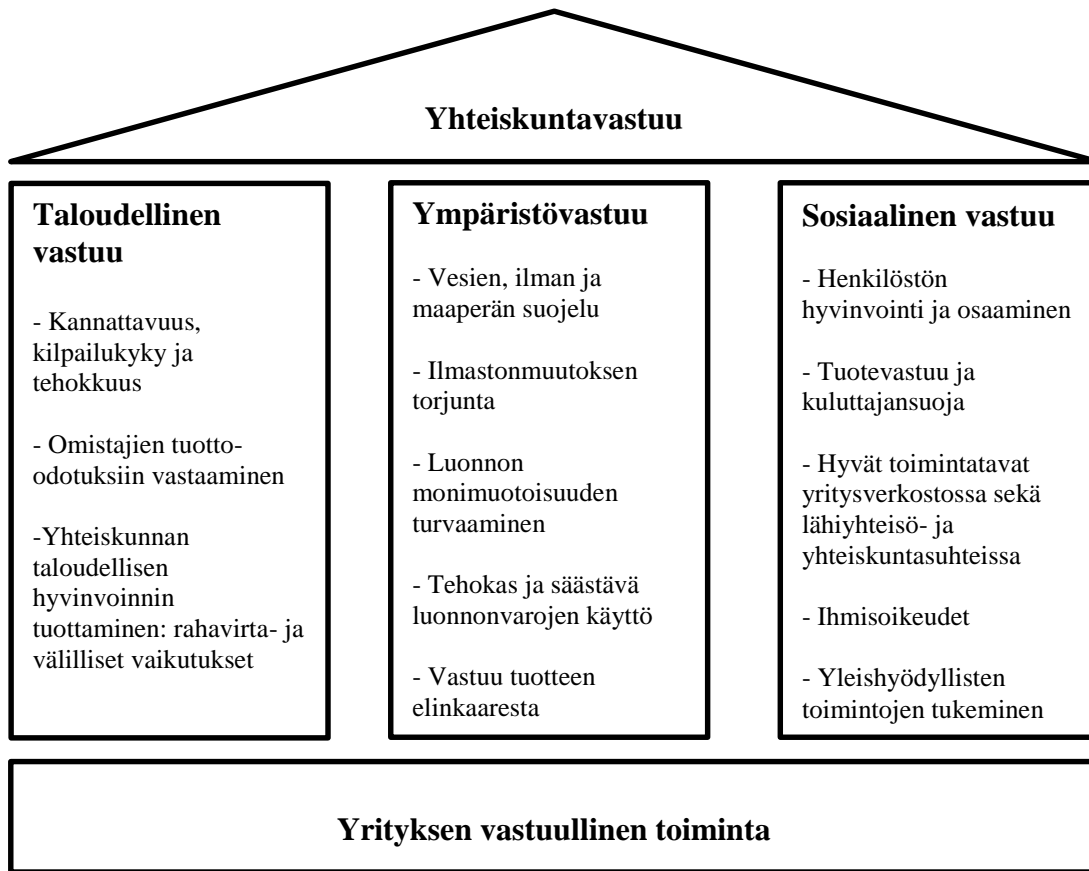
Myös investoinnit pienentyivät rajusti, noin 17 prosentilla. Vuonna 2009 tapahtuneeseen bruttokansantuotteen voimakkaaseen, noin 8 prosentin supistumiseen nähden yksityinen kulutus ja työllisyys säilyivät suhteellisen vahvoina. Työttömyyden

kasvu jäi arvioitua pienemmäksi. Työttömyysaste nousi vuosien 2008–2009 aikana Suomessa noin 6 prosentista vajaaseen 9 prosenttiin. Tässä suhteessa Suomi selviytyi monia maita paremmin. Työllisyyden suhteellisen säilymisen takeina pidetään elvyttävää raha- ja finanssipolitiikkaa, yritysrahoituksen tukitoimia, määräaikaisten lomautusten järjestelmää ja työmarkkinoiden joustavuutta sekä kotitalouksien korkealla pysyntyä luottamusta. (Pekkarinen & Sinko 2011: 7–8, 29)

2.3 Yritysten yhteiskuntavastuun peruspilarit

Yritysten yhteiskuntavastuu (englanniksi *corporate social responsibility*) on vastuuta yritystoiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja sidosryhmiin (Niskala ym. 2003: 19–20). Yhteiskuntavastuun rinnalla ja sitä täydentämään käytetään synonyyminomaisesti useita muitakin termejä, kuten yritysvastuu, kestävä kehitys, vastuullinen liiketoiminta, yritysetiikka ja yrityskansalaisuus (Juholin 2004: 13; Talvio & Välimaa 2004: 37–39; Niskala ym. 2009: 17; Carroll & Shabana 2010: 86). Tässä työssä pysyttäydyn termissä (yrityksen) yhteiskuntavastuu.

Yhteiskuntavastuun keskeisiä osa-alueita ovat taloudellinen vastuu, ympäristövastuu sekä sosiaalinen vastuu (Niskala ym. 2009: 20). Toisin sanoen yrityksen toiminnan tulee olla taloudellisesti vakaalla pohjalla, minimoida ympäristöhaittansa ja vastata sidosryhmiensä odotuksiin. Tätä kutsutaan kansainvälisesti *triple bottom line* eli kolmoistilin päätöksen periaatteeksi. (Juholin 2004: 14)



Kuvio 4. Yrityksen yhteiskuntavastuun rakentuminen (Niskala ym. 2009: 20)

Taloudellinen vastuu luo resurssit sosiaalisen vastuun sekä ympäristövastuun toteuttamiselle. Se on yritystoiminnan liiketaloudellisesta kestävydestä ja yrityksen sidosryhmiin kohdistuvista taloudellisista vaikutuksista huolehtimista. Vaikutukset voivat olla välittömiä, kuten palkanmaksu työntekijöille ja verojen maksu yhteiskunnalle, tai välillisiä, esimerkiksi alihankkijoiden ja tavarantoimittajien työllistämisaikutukset ja näistä edelleen syntyvät palkka- ja verotulot. (Juholin 2004: 15; Niskala ym. 2003: 19)

Ympäristövastuu tarkoittaa vastuuta ekologisesta ympäristöstä, jolloin keskeisiksi kysymyksiksi nousevat säästäväinen luonnonvarojen käyttö, vesien, ilman ja maaperän suojelu, luonnon monimuotoisuuden turvaaminen, ilmastonmuutosten torjunta sekä vastuu tuotteen elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista ja koko toiminnan

arvoketjusta. (Niskala ym. 2003: 19) Tässä työssä ympäristövastuun käsite ei ole keskeisessä asemassa, sillä irtisanomilla ja ympäristövastuulla ei ole liittymäkohtia tarkastelemassani aineistossa.

Sosiaalinen vastuu liittyy ensisijaisesti yrityksen henkilöstön hyvinvoinnin turvaamiseen ja osaamisen kehittämiseen. Tähän osa-alueeseen sisältyvät myös tuoteturvallisuuden ja kuluttajansuojan huomiointi, ihmisoikeuskysymykset, yritysverkoissa toimimiseen liittyvien hyvien tapojen ylläpito sekä hyvät suhteet yrityksen lähiyhteisöihin ja laajemmin yhteiskuntaan. (Niskala ym. 2009: 19–20)

Toisinaan neljänneksi yhteiskuntavastuun peruspilariksi liitetään *kulttuurinen vastuu*. Se on vastuuta, joka kohdistuu maisemaan, rakennettuun ympäristöön ja yhteisön henkiseen perintöön. Siihen liitetään myös asennoituminen muita kulttuureja ja yhteisöjä kohtaan. (Juholin 2004: 14, 95)

Yhteiskuntavastuun käsite ei ole yritykselle ongelmaton, sen enempää teoreettisesti kuin käytännön toteuttamisen kannalta. Yhteiskuntavastuuta johtamisen näkökulmasta tarkastelleet Talvio ja Välimaa (2004: 39) määrittelevätkin käsitteen ”tavaksi, jolla yrityksiä johdetaan niihin kohdistettujen paineiden viidakossa.” Yhteiskuntavastuuseen liittyvät heidän mukaansa läheisesti lainkuuliaisuuden lisäksi etiikan, moraalin ja arvojen käsitteet. Vaikka yritystä johdetaan sen omista lähtökohdista, riippuu yhteiskuntavastuun toteutuminen siitä, miten yrityksen sidosryhmien odotukset on tunnistettu ja niihin vastattu erilaisten vaateiden ristipaineessa. Kun yrityksen johto ottaa aidosti kaikkien sidosryhmien tarpeet huomioon liiketoiminnassa ja onnistuu luomaan avoimen vuoropuhelun sidosryhmiensä kanssa toimien itse keskustelun välittäjänä ja aktiivisena osapuolena, puhutaan *välittävästä johtamisesta* (Kujala & Kuvaja 2006: 70–71).

Kaikki johtajat eivät kuitenkaan onnistu huomioimaan tai edes näe tarvetta kaikkien sidosryhmien tasapuoliseen miellyttämiseen. Ääripään kaikkien sidosryhmien roolin ja merkityksen laajasti ymmärtävälle ajattelulle (*stakeholder thinking*) muodostaa

omistajien voiton maksimointia (shareholder value maximation) korostava ajattelu. Käytännössä liiketoimintaa johtavien johtajien voi olla hankala yhtyä näkemykseen, jonka mukaan moraaliset perusteet ylittävät tehokkuuden vaatimukset. (Kujala & Kuvaja 2006: 60–61; ks. lisää luvussa 3.4).

2.3.1 Yhteiskuntavastuun historiallinen kehitys

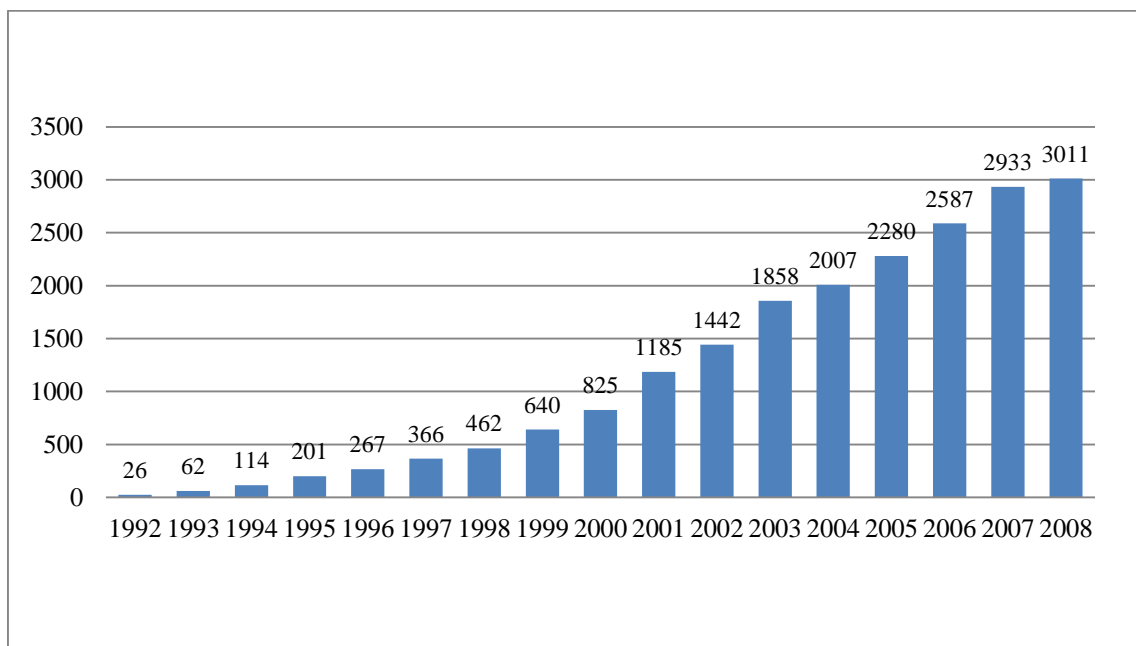
Ihmiset ovat kautta aikojen pohtineet, kuka on vastuussa mistäkin ja kenelle. Teollistumisen ja paljon valtaa itselleen keränneiden suuryritysten yleistymisen myötä alkoi nousta esiin kysymyksiä siitä, kenelle kuuluu vastuu ympäröivästä yhteisöstä. Tehtaiden omistajia pidetään yhteiskuntavastuun kantaisina, sillä he pitivät työntekijöistään ja näiden perheistä huolta lähes kehdosta hautaan. Kun omistavan luokan ote alkoi herpaantua, ryhtyi ammattiyhdistysliike ajamaan työläisten työolosuhteiden parantamista. Nyt meneillään oleva informaatiovallankumous ja yritysten järjestäytyminen verkostomaisesti ovat megatrendejä, jotka vaikuttavat keskusteluun yhteiskuntavastuun seuraavasta tavasta organisoitua. (Juholin 2004: 22, 27)

Varsinainen yhteiskuntavastuun käsite osana yritysten liiketoimintaa sekä sen systemaattinen ja läpinäkyvä raportointi ovat kuitenkin varsin uusia ilmiöitä, etenkin Suomessa. Vaikka keskustelu yritysten yhteiskuntavastuusta virisi Yhdysvalloissa ensimmäisiä kertoja laajemmin jo 1950-luvulla, ensimmäiset ympäristöraportit julkaistiin vasta 1980-luvun lopulla. Vielä 1990-luvulla keskustelu liittyi lähinnä ympäristöasioihin, mutta myös yritysten yhteiskuntavastuun ja taloudellisen menestyksen välistä suhdetta alettiin tutkia. (Juholin 2004: 9; Carroll & Shabana 2010: 87) Tällöin syntyi myös YK:n, yritysmaailman ja kansalaisjärjestöjen välisissä neuvotteluissa kestävän kehityksen (sustainability) käsite. (Juholin 2004: 9)

Nykymuodossaan yhteiskuntavastuun periaate on ollut olemassa vuodesta 1999, jolloin YK:n ympäristöohjelma UNEP julkaisi ensimmäisen yritysten vastuullisuuden raportointiohjeen. Tästä on myöhemmin kehittynyt yhteiskuntavastuun raportointia,

viestintää ja mittaamista ohjaavan GRI:n (Global Reporting Initiative) organisaatioiden raportointiohjeistus. (Markkula 2010: 7). Yhteiskuntavastuuta alettiin käsitellä laajemmin 2000-luvulle tultaessa, jolloin myös kattavammat ja moniulotteisemmat yhteiskuntavastuuraportit yleistyivät (Juholin 2004: 9).

Suomessa yhteiskuntavastuun kehitystä lähti ajamaan Elinkeinoelämän keskusliitto EK ja sitä edeltänyt Teollisuuden ja Työnantajain Keskusliitto, joka julkaisi tärkeimmät termit suomeksi määritelleen oppaan vuonna 2001 (Markkula 2010: 8). Yhteiskuntavastuuraportoinnin määrän kehitys Suomessa vastaa kansainvälistä kehitystä: KPMG:n tutkimuksen mukaan 41 prosenttia Suomen sadasta suurimmasta yrityksestä julkaisi yhteiskuntavastuuraportin vuonna 2007. (Niskala ym. 2009: 14–15)



Kuvio 5. Yhteiskuntavastuuraporttien määrän kehitys (Niskala ym. 2009: 14)

Raportoinnin taustalla vaikuttaa vaatimus yritysten toiminnan avoimuudesta ja läpinäkyvyydestä. 2000-luvulla vastuullisuutta on alettu pitää yrityksen pitkän aikavälin menestystekijänä, joka luo yritykselle kestäväää arvoa. Jopa rahoitusmaailma, jota on pidetty sosiaalisen vastuun eliminoijana, on alkanut vaatia yrityksiltä yhä

kokonaisvaltaisempaa näyttöä yhteiskuntavastuusta ja sen onnistuneeseen toteuttamiseen yhdistetään kilpailukykyä vahvistavia elementtejä. Kun yhteiskuntavastuutyö on siirtymässä yrityksissä uudelle tasolle, tukemaan yritysten liiketoimintaa ja taloudellista kehitystä sekä tuomaan hyvinvointia niiden sidosryhmille, myös tulosten raportointi ja mittaaminen ovat nousseet välttämättömyyksiksi. (Niskala ym. 2009: 12)

2.3.2 Yhteiskuntavastuuviestintä ja yrityksen maine

Jos yhteiskuntavastuu ei ole käsitteenäkään yksioikoinen, pidetään sen toteuttamista ja siitä viestimistä myös haastavina tehtävinä. Yleisesti ottaen yritysten asenteen yhteiskuntavastuunsa kantamiseen katsotaan kuitenkin olevan sidoksissa niiden haluun pitää yllä hyvää mainetta. Siksi yritykset haluavat viestiä aktiivisesti yhteiskuntavastuuseen liittyvistä hankkeistaan. (De Man 2005: 40)

Yleisin tapa viestiä on yhteiskuntavastuuraportin tuottaminen. Raporteissa käsitellään laajasti yhteiskuntavastuun eri elementtejä. Ne tuotetaan usein osana yrityksen vuosikertomusta, mikä onkin luonnollista, koska yhteiskuntavastuun raportointi lähenee jatkuvasti yrityksen muita kirjanpito- ja tilinpäätöskäytäntöjä. Yritysjohdon kannalta raportointi toimii johtamisen välineenä, sillä raportoinnissa sidosryhmät määrittelevät, kuinka laajasti ne vaativat selvitystä yrityksen yhteiskuntavastuusta. Samalla myös asetetut vaatimukset voivat ryhtyä ohjaamaan yrityksen johtamista vastuullisempaan suuntaan. (Niskala ym. 2009: 12–14, 87)

Raporttien julkaisu ja lehdistötiedotteiden lähettäminen ovat esimerkkejä perinteisestä, yksipuolisesta tiedottamisesta, joka perustuu yrityksen eikä vastaanottajan tarpeisiin. Yritysten intresseissä on kuitenkin siirtyä entistä dialogisempaan tapaan viestiä sidosryhmiensä kanssa. Vuorovaikutteisen viestinnän keinot riippuvat yrityksen tarpeista ja käytettävissä olevista resursseista, kustakin sidosryhmästä sekä niiden mahdollisuuksista ja kiinnostuksesta vuorovaikutukseen. Vuorovaikutteista yhteiskuntavastuuviestintää edustavat muun muassa sidosryhmätapaamiset, henkilöstön

valtuuttaminen viestinviejiksi sekä lehtien mielipideosastoilla käytävä keskustelu. (Talvio & Välimaa 2004: 66–69)

Internet ja sosiaalinen media ovat nousseet 2010-luvulla tärkeiksi foorumeiksi yritysten yhteiskuntavastuukeskustelulle. Koska näiden kanavien perusluonteeseen liittyy olennaisesti paitsi dialogisuus myös avoimuuden ja läpinäkyvyyden vaatimus, yritysten on ollut helpompi tulla esiin niillä yhteiskuntavastuuseen liittyvien teemojen kanssa. (Markkula 2010: 140–141) Esimerkiksi Euroopassa, jossa kuluttajat ovat erityisen skeptisiä yritysten vastuuasioita kohtaan, sosiaalisen median kaltaisilla epämuodollisemmilla viestintäkeinoilla voidaan saada aikaan parempia tuloksia kuin esimerkiksi mediaviestinnän edustamalla perinteisellä viestinnän keinovalikoimalla (De Man 2005: 41)

Vaikka yritykset yhä useammin sitovat yhteiskuntavastuun osaksi strategiaansa, lisäävät siitä viestimistä ja palkkaavat ihmisiä hoitamaan sitä, ulkopuoliset vaatimukset lisääntyvät nopeammin kuin mihin yritykset pystyvät vastaamaan. Toisaalta, vaikka kuluttajien kriittisyys lisääntyy jatkuvasti, eivät he kansainvälisen tutkimuksen mukaan ole kovin hyvin perillä siitä, mitkä yritykset todellisuudessa hoitavat hyvin yhteiskuntavastuunsa, vaan käsitykset liittyvät läheisesti yritysten yleiseen tunnettuuteen. (De Man 2005: 40–41) Selitys tähän saattaa löytyä de Castron, Navas Lópezin ja López Sáezin (2006: 367, 369) tutkimuksesta, jossa todetaan yrityksen maineen koostuvan liiketoiminnallisesta ja sosiaalisesta maineesta. Suuri yleisö ei todennäköisesti pysty erottamaan näitä maineen komponentteja toisistaan, vaan se puhuu liiketoiminnallisesta maineesta koko yrityksen maineen käsitteenä, tietämättä enempää yrityksen sosiaalisesta maineesta ja sen eteen tehdyistä vastuuteoista. Yritysten tulisi siis pystyä löytämään tehokkaampia keinoja kertoa yhteiskuntavastuustaan ja sen osa-alueista, jotta toimenpiteillä olisi todellisia positiivisia vaikutuksia niiden maineeseen (De Man 2005: 40–41).

2.4 Talousjournalismi yritysten tekemien päätösten kuvaajana

Talousjournalismi on journalismin laji, jonka sisällössä paneudutaan talouden eri aspektien käsittelyyn. Hurmeranta (2012: 165–173) luokittelee siinä käsitellyt pääaihepiirit makrotalouden, yritystoiminnan, finanssisektorin, politiikan ja työmarkkinapolitiikan, kansainvälisten talousaiheiden, globalisaation vaikutusten sekä ympäristöaiheiden seurantaan.

Huovila (2003: 204–205) näkee talousjournalismin tavoitteeksi yhtäältä tilastotiedon kuten pörssi- ja valuuttakurssien muutosten välittämisen. Toinen tärkeä osa-alue on talouselämän toiminnan ja muutosten taustoittaminen sekä kehityssuuntien ennakointi. Talousjournalismin tehtävänä pidetään myös poliittisen päätöksenteon ja talouden kehityksen välisen tärkeän liittymäkohdan valottamista kaikille kansalaisille (Simola & Reunanen 2010: 96). Tarkastelumedioista Helsingin Sanomat onkin kiinnittänyt huomiota tähän, sillä se yhdisti politiikan ja talouden toimituksensa marraskuussa 2012 (Rantanen 2012).

2.4.1 Suomalaisen talousjournalismin historia

Vaikka nykyisin Suomen ainoa päivittäin ilmestyvä talouslehti Kauppalehti on perustettu jo vuonna 1898 ja viikoittain ilmestyvä Talouselämä 1938, talouteen erikoistuneet toimittajat yleistyivät suomalaisten sanomalehtien toimituksissa vasta 1970-luvulla. Helsingin Sanomissa ja Uudessa-Suomessa on ollut taloustoimittajia 1930-luvulta lähtien, mutta yleisesti ottaen talousjournalismi seurasi kirjoittelussaan pitkälle 1960-luvulle yleistä sotien jälkeistä asennetta, jossa päättäjiä kunnioitettiin eikä poliitikkoja, virkamiehiä tai talouden päättäjiä juuri arvosteltu. Taloustoimittajien toimenkuva ammattimaistui nykymuotoonsa 1980-luvulla, jolloin talousjournalismi lisäsi kriittisyyttään ja alkoi pakottaa yrityksiä avautumaan yhteiskuntaan päin. (Huovila 2003: 18, 26, 69; Korhonen 1998: 100; Mikkonen 1998: 308)

Jo vakiintunut talousjournalistinen kenttä sai vielä yhden uuden edustajan 1997, kun Kauppalehdelle perustettiin kilpailijaksi aluksi kuutena päivänä viikossa ilmestynyt Taloussanomat. Painettu julkaisu taisteli koko elinaikansa kannattavuuden kanssa, ja se siirrettiin kokonaan verkkoon vuoden 2007 lopussa (Taloussanomat 2012). Pelkkään talouteen keskittyneiden medioiden lisäksi niin sähköisessä yleismediassa, STT:n uutistoimistossa kuin sanomalehdissäkin on talouteen erikoistuneita toimituksia.

2.4.2 Talousjournalismin tunnusomaiset piirteet

Vaikka 2000-luvun journalismin trendi on yksilöllisten ja kollektiivisten tunnekokemusten nostaminen keskiöön, jää talousjournalismissa tekijä edelleen usein statistin rooliin (Könönen 2005: 220; Väliverronen 2009: 8). Median taloutta käsittelevät tekstit kumpuavat taloustieteistä, joissa ihminen on perinteisesti häivytetty. Teksteissä esitellään abstrakteja toimintoja, jotka toteutuvat ilman inhimillistä toimijaa. Vaikka ihminen on implisiittisesti mukana, lauseet rakentuvat abstraktein teonsanoin: ”kasvu hidastuu”, ”investoinnit vähenevät”, ”määrä supistuu”. (Karvonen 1996: 151–152) Ainoat talousmedian huomioimat ihmiset ovat usein päättäjiä, mikä saa talousjutut näyttämään elitistisiltä (Könönen 2005: 220).

Tämä yhdistettynä edellä mainittuun syy-seuraussuhteiden erittelyn tavoitteeseen lienee yksi tekijä selittämään sitä, miksi irtisanomisia käsittelevissä mediateksteissä keskitytään usein enemmän tapahtumien talousvaikutuksiin kuin niiden inhimillisempiin seurauksiin. Kun teksteistä etsitään vaikutussuhteita ja aiheuttajia, toimijoiksi nousevat jälleen abstraktit epähenkilöt kuten ”kilpailukyky”, ”lama”, ”tulosvastuu”. Näihin liitetään näkymättömiä argumentteja, jotka tekstin lukijan oletetaan ymmärtävän (Karvonen 1996: 155–157). Talousjournalismia onkin arvosteltu siitä, että se olettaa lukijalla olevan hyvät ennakkotiedot käsiteltävistä asioista. Talousartikkeleissa käytetty kieli toimii omien sisäänrakennettujen lainalaisuuksiensa ja julkilausumattomien säätöjen mukaan. Vaikka talousjournalismissa tapahtumat esitetään ikään kuin väistämättöminä ja toteavaan sävyyn, palautuvat kaikki ratkaisut aina ihmisten arvoihin ja asenteisiin. (Könönen 2005: 220)

Kuten kaikessa korkealaatuisessa journalismissa, pitäisi myös talousjournalismissa olla Korhosen (1998: 104) mukaan tavoitteena moniäänisyys eli useamman kuin yhden näkökulman esille tuonti. Korhonen kritisoi kuitenkin taloustoimittajia näkökulman suppeudesta. Hänen mukaansa asioita katsotaan usein yrityksen, sen kilpailijoiden tai parhaassa tapauksessa toimialan näkökulmasta, mutta analyysi laajemmassa, koko yhteiskunnan kattavassa mittakaavassa unohtuu. Näin ollen toimittaja saattaa kirjoittaa ymmärtäväisesti yrityksen saneeraustarpeesta kyseenalaistamatta päätöksiä ja niiden merkityksiä yhteiskunnalle. Hyvää journalismia leimaakin kriittisyys: toimittajan valpas epäily ja itsenäinen ajattelu kaikissa journalistisen prosessin vaiheissa (Uskali 2002: 30).

Taloustoimittajien kuten kaikkien muidenkin toimittajien työtä ohjaa tiedon vapaan välittämisen periaate. Yleisöllä on oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu. (Journalistin ohjeet 2011) Käytännössä tähän periaatteeseen liittyy usein eettisiä ja moraalisia ongelmia. Toimittajan velvollisuus on julkaista haltuunsa saamansa salaiset tiedot, mutta samalla hän voi kaataa vireillä olevia sopimuksia ja aiheuttaa paljastuksillaan katastrofeja yritysten tai jopa valtioiden taloudelle, puhumattakaan yksityisten henkilöiden maineesta. (Ks. esimerkiksi Mikkonen 1998: 192, 349–359). Viime vuosina Suomessa on tutkittu esimerkiksi vuoden 2008 finanssikriisin uutisointia ja pohdittu, oliko se alkuvaiheessa liian ylimalkaista vai olisiko kriittisemmällä otteella aiheutettu kansallinen paniikki. Tämä olisi saattanut johtaa kulutuksen hiljenemiseen ja sitä kautta nyt toteutunutta taantumaa selkeästi vakavampaan tilanteeseen. (Ks. Simola 2010: 70–78.)

2.4.3 Talousjournalismin yleisöt

Talouselhdet kuten Kauppalehti ovat erikoislehtiä paitsi sisältönsä myös lukijakuntansa takia. Ne tavoittelevat lukijoikseen ennen kaikkea talousalasta kiinnostuneita tai talousalalla työskenteleviä, asiantuntija- tai päättäjäasemassa olevia, korkeasti kouluttuja henkilöitä. (Katajamäki 2004: 50) Toisaalta myös yleismediassa kuten

Helsingin Sanomissa tai YLEn tai MTV3:n uutislähetyksissä on omat talouteen keskittyneet osastonsa tai osionsa. Koska näissä yleisö on kuitenkin huomattavasti laajempi, sisältöjen tuottamisessa pyritään ainakin periaatteen tasolla siihen, että tekstit olisivat kaikille lukijoille tai kuulijoille ymmärrettäviä.

Talousjournalismin nähdään siis tyydyttävän yleisönsä taloustiedon tarvetta erityisesti ammatillisessa mielessä. Tämän niin kutsutun työvälinefunktion näkökulmasta tarkasteltuna talousmedian yleisölleen tarjoama hyöty voi olla joko välitöntä tai välillistä. Välittömästä hyödystä voidaan puhua muun muassa silloin, kun esimerkiksi pörssimeklari tekee osto- tai myyntipäätöksen joko talousuutistoimistolta tai verkkopalvelusta saamansa reaaliaikaisen informaation perusteella. Välillisesti talousmedia taas tyydyttää käyttäjänsä tiedontarvetta silloin, kun se pystyy tarjoamaan yleisölleen esimerkiksi hyötytietoa oman ammattitaidon parantamiseen tai auttamaan liiketoimintaympäristössä tapahtuvien muutostrendien tunnistamisessa. (Hurmeranta 2012: 119–120)

Tässä työssä tarkastellut kaksi mediaa ovat ideologialtaan ja kaupalliselta suuntautumiseltaan erilaisia, ja juuri siksi tutkimuksen kohteeksi valitut artikkelit on poimittu niistä. Vaikka molemmat ovat poliittisesti sitoutumattomia, ovat niiden intressit ja noudattama linja yleisessä tiedossa. Kauppalehti ajaa eksplisiittisesti liiketalouden etuja ja sen ideologiaperusta mielletään porvarilliseksi. Helsingin Sanomat ottaa yhteiskuntakriittisemmän kannan.

Lehdet itse vakuuttavat riippumattomuuttaan. Helsingin Sanomat (2010) määrittelee periaatelinjansa seuraavasti:

Helsingin Sanomat on sitoutumaton päivälehti, joka pyrkii edistämään ja vahvistamaan kansanvaltaisuutta, yhteiskunnallista oikeudenmukaisuutta ja mielipiteen vapautta. Tehtävänsä lehti toteuttaa ensisijaisesti tasapuolisen, nopean ja luotettavan uutisvälityksen avulla. Helsingin Sanomat määrittää kantansa itsenäisesti, riippumatta poliittisista tai taloudellisista päätöksentekijöistä tai muista painostusryhmistä. Tätä riippumattomuuslinjaansa lehti seuraa myös päivittäisessä uutisvälityksessään. Pyrkinessään puolustamaan ja vahvistamaan moniarvoisen yhteiskunnan kansanvaltaisuutta Helsingin Sanomat kiinnittää erityisesti huomiota

mielipiteen vapauden toteutumiseen. Helsingin Sanomien käsityksen mukaan yhteiskunnan tasapainoinen kehitys on mahdollinen vain silloin, kun kaikkia kansalaisia palvelevan, monipuolisen tiedonvälityksen jatkuvuus on taattu.

Kauppalehden (2013b) toimituksellinen linja määritellään seuraavasti:

Kauppalehti on sitoutumaton talousmedia, jonka julkaisija on Alma Media-konserniin kuuluva Kauppalehti Oy. – – Kauppalehti kannattaa vapaata markkinataloutta, sananvapautta, yrittäjyyttä ja omaehtoisuutta. Lehti nojaa mielipiteissään arvoihin, joita suomalainen kansanvaltainen yhteiskunta yleisesti arvostaa: itsenäisyyteen, demokratiaan, yksilöiden ja kansojen vapauteen.

Nopean kansainvälisen muutoksen keskellä Kauppalehti suhtautuu uusiin ilmiöihin avoimesti Suomen kansallista etua unohtamatta. Tehtävänsä Kauppalehti toteuttaa nopean, luotettavan ja tasapuolisen uutisvälityksen keinoin. Kauppalehden mediat ovat kannanotoissaan itsenäisiä suhteessa poliittisiin, taloudellisiin ja muihin painostusryhmiin.

Toimituksen työtä ohjaa pyrkimys oikeellisuuteen ja tasapuolisuuteen sekä lukijan monipuoliseen palveluun. Kauppalehden toimittajien ohjenuorana on ammattitaitoinen laatujournalismi. Lehti arvostaa erityisesti omia uutisia ja keskustelunavauksia.

Vaikka Kauppalehti toteaa avoimesti olevansa vapaan markkinatalouden ja yrittäjyyden kannattaja, vakuuttaa päätoimittaja Arno Aho (Leskinen 2012), että lehti ei toteuta artikkeleissaan mitään ennalta määrättyä asennetta:

Toimituksella ei saa olla mitään agendaa mitä se lähtee ajamaan, vaan asiat pitää raportoida objektiivisesti. Pitää myös tulkita uutisia lukijalle. Vaikeana aikana lukijat tarvitsevat jäsentelyä ja myös ratkaisuja erilaisiin ongelmiin.

Yhteistä molemmille medioille on kuitenkin se, että ne kuuluvat maamme isoimpiin mediakonserneihin: Kauppalehti Alma Mediaan ja Helsingin Sanomat Sanoma-konserniin. Molempia ajavat kaupallisuuden lait, sillä ne ovat pörssilistattuja yrityksiä, jotka tavoittelevat voittoa mahdollisimman tehokkaan liiketoiminnan myötä. Niiden tulot tulevat lehtimyynnin lisäksi mainostuloista, joten juttujen tulee olla linjassa paitsi lukijoiden myös mainostajayritysten oletetun arvomaailman kanssa. Näin ollen ei liene Helsingin Sanomienkaan intresseissä esittää kovin kärjistettyjä kannanottoja minkään yrityksen osalta.

3 YRITYSTEN PUHE OSANA YHTEISKUNNALLISTA KESKUSTELUA

Tässä luvussa rakennan työlleni teoreettisen viitekehyksen, josta käsin lähdän tarkastelemaan tutkimusongelmaani. Ensin pohdin tutkimusasetelmaani läheisesti liittyvää ideologian käsitettä ja kerron käyttämästäni metodista eli kriittisestä diskurssianalyysistä. Lopuksi pohdin yritysten taloudellisen ja sosiaalisen vastuun rakentumista teoreettista taustaa vastaan.

3.1 Ideologioiden rakentuminen

Se, miten yhteiskuntavastuu heijastuu yritysten tekemistä päätöksistä ja johdon kommentteista, ilmentää aina tehtyjä ideologisia valintoja. Ideologian käsite on ollut 1700-luvulta asti tieteen ja filosofian käytössä, ja sitä on moni koulukunta ja tutkija ehtinyt muokata vuosisatojen kuluessa. Vaikka arkikielessä ideologia käsitetään nykyisin pysyväisluonteiseksi arvojen kokonaisuudeksi, voidaan sen ajatella olevan aktiivinen tekijä, joka on läsnä jokapäiväisessä todellisuudessa ja joka ohjaa ihmisten ajattelua tiettyyn suuntaan vaikuttaen arkipäiväiseen kielenkäyttöön, toimintaan ja myös ulkoiseen todellisuuteen. (Heikkinen 1999: 261)

Fairclough (1997: 25) määrittelee ideologian ”merkitykseksi, joka on vallan palveluksessa”. Hänen mukaansa ideologiat ovat väittämiä, jotka käyvät tekstistä ilmi epäsuorasti ja esiintyvät yleensä sen alkuoletuksissa myötävaikuttaen eriarvoisten valta- ja hallintasuhteiden ylläpitämiseen ja muotoutumiseen.” Heikkinen (1999: 261) tulkitsee Fairclough’ta niin, ettei ideologioilla tarkoiteta pelkästään poliittista, taloudellista tai uskonnollista ajatus- ja uskomusjärjestelmää, vaan niihin katsotaan kytkettyvän myös kysymyksiä vallan ja valtarakenteiden ylläpitämisestä.

Yksi perustava seikka ideologisten merkitysten tutkimisessa on kysymys siitä, mikä merkitys on kielen implisiittisillä ja eksplisiittisillä elementeillä. Ideologioiden on perinteisesti uskottu piilevän rivien välissä, mutta Heikkinen (1999: 100) kumoaa tämän

käsityksen ja väittää, että osa ideologioista voi olla hyvinkin eksplisiittisiä. Esimerkiksi jonkin puolueen, vaikkapa perussuomalaisten, avoin kannattaminen kertoo kanssaihmisille jotain henkilön ajatusmaailmasta ja ideologisesta perustasta. Omaksun työni myöhemmässä analyysiosassa tämän näkökannan, ja hyväksyn aineistossani ideologioiksi myös puhujien eksplisiittisesti esiin tuomat arvoasetelmat.

Van Dijk (1998: 29) korostaa, että ihmisten tekemät perusarvioinnit ovat riippuvaisia siitä, millaisiin ryhmiin he kuuluvat. Ideologiat ovat järjestyneitä siten, että jonkin kulttuurin edustajana tai ryhmän jäsenenä henkilö todennäköisesti omaksuu tietynlaiset ideologiat. Tämä heijastuu henkilön toimintaan ja ajatteluun siten, että hän järjestää kielessään ja mielessään maailmaa ryhmänsä mukaan. Aineistossani puhuvat johtajat kuuluvat yrityksen ylimpään johtoon, joten on oletettavaa, että heidän tulee toimissaan ja puheissaan ottaa huomioon yrityksen monet sidosryhmät ohjatakseen yritystään kohti sille asetettuja päämääriä.

3.2 Kriittinen diskurssianalyysi valtarakenteiden paljastajana

Diskurssi on käsite, jota käyttävät sekä yhteiskuntatieteilijät että lingvistit. Usein se tulkitaan yksinkertaisesti puhetavoiksi. Pietikäinen ja Mäntynen (2009: 27–28) erottavat yksiköllisen käsitteen *diskurssi* ja monikollisen käsitteen *diskurssit*. Ensin mainitulla tarkoitetaan teoreettista näkemystä kielenkäytöstä sosiaalisena toimintana, jälkimmäisellä historiallisesti jatkuvia, vuorovaikutustilanteesta toiseen käytössä olevia tapoja kuvata asioita ja ilmiöitä tietyistä näkökulmasta ja tietyllä tapaa. (Ks. myös Fairclough 1997: 31)

Foucault (1972: 31–39, 117), jonka diskurssikäsite on toiminut pohjana suurelle osalle kriittistä diskurssianalyttistä tutkimusta, näkee diskurssin käytäntönä, joka muodostaa ja muokkaa yhteiskuntaa monella ulottuvuudella. Diskurssi luo itselleen tiedon objektit, yhteiskunnalliset subjektit tai identiteetin kategoriat sekä sosiaaliset suhteet näiden toimijoiden välillä. Diskurssi muodostuu rajallisesta määrästä lausumia, joiden

olemassaolon keskinäisen yhteyden ehdot voidaan selvittää. Diskurssi onkin oikeastaan diskursiivinen muodostuma, joka koostuu ilmaisullisten muotojen ja diskurssien edellä mainittujen ulottuvuuksien muodostumista ohjaavista säännöistä. Näin diskurssi on purettavissa sääntöjen kokoelmiksi, jotka niitä ilmi lausussa muuttuvat sosiaalisiksi toiminnaksi. Näin itse diskurssit kuin niiden kohteetkaan, tiedon objektit, eivät ole muuttumattomia, vaan ne rakentuvat jatkuvasti uudelleen.

Muun muassa Fairclough (1997: 78–86) on jatkanut Foucault'n luomalta pohjalta ja määritellyt diskurssin edelleen hieman Foucault'a helpommin ymmärrettäväksi kolme ulottuvuutta käsittäväksi kokonaisuudeksi. Ulottuvuuksista ensimmäinen, teksti, tarkoittaa diskurssin fyysistä ilmenemismuotoa, mitä tahansa puhuttua tai kirjoitettua tuotetta. Toinen ulottuvuus, diskurssikäytäntö, viittaa niihin sääntöihin, jotka ohjaavat tekstin tuottamista ja tulkittamista. Kolmatta ulottuvuutta Fairclough kutsuu sosiokulttuuriseksi ulottuvuudeksi ja tarkoittaa niitä olosuhteita, joiden vallitessa diskurssit voivat ilmetä.

Samalta pohjalta ponnistavat Jokinen ym. (1993: 27–28), jotka puolestaan kiteyttävät diskurssin tutkijan tutkintatyön tuloksena löytyviksi ”verrattain eheiksi säännönmukaisten merkityssuhteiden systeemeiksi, jotka rakentuvat sosiaalisissa käytännöissä ja samalla rakentavat sosiaalista todellisuutta.”

Diskurssianalyysin tekemiseen ei ole yhtä oikeaa tapaa. Yhteistä kaikelle kriittiselle diskurssitutkimukselle on kuitenkin analyysin monitasoisuus (Jokinen ym. 1993: 17; Eskola & Suoranta 2000: 194). Menetelmän analyttisenä tavoitteena on tutkia systemaattisesti kausaalisuhteita kaikkien kolmen Fairclough' mainitseman ulottuvuuden eli tekstin, diskurssikäytänteiden ja sosiaalisten ilmiöiden välillä sekä tarkastella sitä, kuinka nämä ovat valtasuhteiden muovaamia (Valtonen 1998b: 123)

Diskurssianalyysistä kirjoitettaessa korostuu diskurssien ja yhteiskunnallisten rakenteiden suhteen kaksisuuntaisuus. Kielenkäyttöä tarkastellaan sekä yhteiskunnallisena tuotoksena että yhteiskunnallisena vaikuttajana. (mm. Fairclough

1997: 76, Valtonen 1998a: 104, Pietikäinen 2000: 192) Tutkimuksessani molemmat tarkastelukulmat ovat oleellisia, sillä johdon puheenvuoroissa esiintuodut näkökulmat heijastavat niin yrityksissä kuin yhteiskunnassa vallalla olevia käytäntöjä ja painotuksia.

Kriittinen diskurssianalyysi on diskurssianalyysin versio, joka yhdistää viitekehyksessään sekä kielitieteellisen että yhteiskunnallisen diskurssintutkimuksen näkemyksiä (Pietikäinen 2000: 192). Heikkisen (1999: 261) mielestä juuri ideologia merkityksiä selvittelevässä tutkimuksessa ei ole tarpeellista vetää rajaa kielianalyysin ja sosiokulttuurisen analyysin välille, koska merkitykset sisältävät aina niin sosiaalisia, kulttuurisia kuin kognitiivisiakin ulottuvuuksia.

Kuten mainittu, kriittisessä diskurssianalyysissä tarkastelun kohteena on kielenkäyttö kontekstissaan sekä kielen ja sosiaalisten tapahtumien suhde (Pietikäinen 2000: 193). Kielenkäyttö, jokainen teksti siis, rakentaa sosiaalisia suhteita ja tieto- ja uskomusjärjestelmiä. Kunkin yhteisön diskursiiviset käytännöt eli tavanomaiset tavat käyttää kieltä mielletään verkostoiksi, diskurssijärjestyksiksi, jotka rakentuvat genrestä ja diskurssista. Sosiaaliset ja kulttuuriset muutokset ilmenevät usein diskursiivisesti siten, että diskurssijärjestysten sisäiset ja keskinäiset rajat määritetään uudelleen. (Fairclough 1997: 76–77)

Kriittisen diskurssintutkimuksen suuntaus soveltuu tutkimusmenetelmäksi, koska sitä sovellettaessa tarkastelun keskiöön nostetaan vallan ja ideologian käsitteet (Valtonen 1998a: 103). Oman erityispiirteensä kriittiselle diskurssianalyysille tuo sen kriittinen lähestymistapa. Kriittisyys tarkoittaa tavoitetta ottaa huomioon sosiaalisten käytäntöjen ja kielenkäyttötapojen sidoksisuus normaalioloissa huomaamattomiin syy- ja seuraussuhteisiin. (Fairclough 1997: 75) Tavoitteena on löytää yhteiskunnallisesti merkityksellisiä aiheita ja epäkohtia osoittamalla saada yhteiskunnassa vähitellen aikaiseksi muutos parempaan (Pietikäinen 2000: 193). Van Dijk (1998: 6) on nostanut kriittiseen tarkasteluun erityisesti eri ryhmien epätasa-arvoisia asetelmia ylläpitävät sosiaaliset käytännöt.

3.3 Diskurssin, ideologian ja vallan yhteys

Vallan käsite määritellään usein Max Weberin (Kunelius, Noppari & Reunanen 2009: 18) mukaan, jolloin sen todetaan olevan ihmisen, ryhmän tai instituution kykyä toteuttaa oma tahtonsa muiden vastustuksesta riippumatta. Valta on siis voimaa, jota toisilla on ja toisilla ei. Weberin näkemyksen mukaan vallan määrä on vakio: kun yhden tahon valta lisääntyy, on se toiselta pois. Vallan mittariksi tulee näin se, missä määrin valtaapitävän tahon tahto näkyy muiden toiminnassa.

Van Dijk (1998: 6) selvittää diskurssin, vallan ja ideologian käsitteiden yhteyttä. Hänen mukaansa ideologiat ovat osa sosiaalista rakennetta, jossa esitetään ja jopa kontrolloidaan valtasuhteita eri ryhmien kesken. Nämä tulevat esiin reaali maailman jokapäiväisissä sosiaalisissa tilanteissa, vaikkapa naisten syrjinnässä, joita voidaan tarkastella empiirisellä tutkimuksella. Vaikka ideologiat piilevät usein pinnan alla, tarvitaan diskursseja näiden asetelmien paljastamiseksi.

Yhteiskunnallinen keskustelu, jota käydään vaikkapa yritystalouden saralla irtisanomisten oikeutuksesta, voidaan nähdä areenana, jossa eri diskurssit toimivat vuorovaikutuksessa ja kilpailevat paikastaan tulla kuulluksi (Pietikäinen 2000: 1999). Yksi kriittisen diskurssianalyysin mielenkiinnon kohde onkin erilaisten puhetapojen väliset valtasuhteet (Valtonen 1998a: 102). Kielenkäyttötavat rakentavat sosiaalista todellisuutta eri näkökulmista, ja nämä ulottuvuudet kamppailevat kannatuksesta yhteiskunnassa. Välillä jokin näkökulma voi hegemonisoitua eli saavuttaa vallitsevan aseman. Hegemonia saavutetaan tosin aina vain osaksi ja väliaikaisesti, ja se onkin jatkuvan kamppailun kohde. (Jokinen ym. 1993: 76, Pietikäinen 2000: 199–202)

Hegemonian käsite palautuu jälleen ideologian laajaan käsitteeseen. Kun ideologiaa tarkastellaan kriittisesti, se käsitetään tiettyä tapana konstruoida yhteiskuntaa – tapana, joka osallistuu valtasuhteiden muuttamiseen. Kriittisen diskurssianalyysin näkökulmasta ideologia voidaan siis mieltää yksinkertaisesti diskursiiviseksi prosessiksi, jossa kielenkäytön avulla esitetään tietty näkemys ilmiöistä tai tapahtumista ja tämä näkemys

liitetään tiettyyn ihmisryhmään tai sosiaaliseen identiteettiin. Näin kielenkäyttö osallistuu valtasuhteiden ylläpitämiseen tai muuttamiseen. (Fairclough 1997: 23–28)

Myös Foucault (1972: 100–101; 163–164) on puhunut vallan ja diskurssien yhteenkietoutumisesta. Hän jakaa todellisuuden diskursiivisiin ja ei-diskursiivisiin käytäntöihin. Näistä ensin mainitulla hän tarkoittaa diskurssien sisään organisoituneita elementtejä, joita diskursiiviset käytännöt muovaavat ja määrittelevät. Diskurssit ovat hänen mukaansa aina konkreettisia: ne tarvitsevat ilmetäkseen objektin, ajan ja paikan. Vallan eri tyyppejä voidaan lähestyä tarkastelemalla tekstejä vaikkapa sen suhteen, miten tekstissä jäsennetään ja arvotetaan tietoa tai mistä teksti ottaa totuuskäsityksensä eli ketkä siinä puhuvat, mistä ja millä tavoin (Foucault 1972: 90–94).

3.4 Yritysten yhteiskuntavastuun ideologiamalleja

Carroll (1991: 40) esitteli jo 1990-luvun alussa eri sidosryhmien asettamissa ideologisissa paineissa kamppaileville yritysjohtajille ohjeeksi pyramidimallin, jonka tarkoituksena oli huomioida yhteiskuntavastuun eri vastuualueiden kantaminen. Jotta tunnolliset yritysjohtajat ottaisivat yhteiskuntavastuun omakseen, tulee se asettaa Carrollin mukaan viitekehykseen, jossa huomioidaan yrityksen kohtaamien vastuuodotusten koko kirjo: taloudellinen, lain edellyttämä, eettinen ja filantrooppinen eli hyväntekijän rooli.



Kuvio 6. Yhteiskuntavastuun pyramidi (Carroll 1991: 42)

Taloudellinen vastuu, johon yritysten vastuujattelu oli perinteisesti rajoittunut, muodostaa Carrollinkin pyramidimallissa perustan, johon kaikki muut vastuualueet nojaavat. Sen mukaan yrityksen on tärkeää toimia niin, että se on mahdollisimman kannattava, tehokas ja kilpailukykyinen. Tämän lisäksi yrityksen tulee toimia tavalla, joka on maan lakien ja säädösten mukainen niin toimintansa kuin valmistamiensa tuotteiden ja palveluiden osalta. Eettinen vastuu tarkoittaa, että yrityksen tulee ylittää se, mikä on lain mukaan siltä vaadittu: sen on otettava huomioon yhteiskunnassa laajemmin vallalla olevat moraaliset ja eettiset koodit, tunnistettava niissä tapahtuvat muutokset ja estettävä eettisten normien rikkominen bisnestavoitteiden saavuttamiseksi. Hyväntekijän vastuuta yritys tuntee, kun se pyrkii tekemään ympäröivästä yhteisöstä paremman lahjoittamalla taloudellisia ja inhimillisiä resursseja yhteisön käyttöön esimerkiksi lahjoitusten, vapaaehtoistyön sekä taiteen ja koulutuksen tukemisen muodossa. (Carroll 1991: 40–41)

Carrollin mukaan johtajat voidaan jakaa moraalikäsitteensä mukaan kolmeen eri tyyppiin: *moraalittomiin* (immoral), *moraalin suhteen välinpitämättömiin* (amoral) sekä *moraalisiin* (moral). Moraalittomat johtajat keskittyvät johtamisessaan ainoastaan pyramidimallin ensimmäiseen, taloudelliseen tasoon, ja välinpitämättömät kahteen ensimmäiseen eli taloudelliseen ja lain edellyttämään asteeseen. Korkean moraalin omaavat johtajat pyrkivät toiminnassaan huomiomaan kaikki pyramidimallin tasot. (Carroll 1991: 44–47)

Kolmen moraalikäsitteen malli on todellisuutta yksinkertaistava, sillä ihmiset ovat monimutkaisia olentoja, ja tuskin moni johtaja on läpikotaisin moraaliton tai aina välinpitämätön sidosryhmiään kohtaan. Takala ja Pallab (2000: 110–111) huomauttavat, ettei myöskään lain ja etiikan suhde ole aina yksinkertainen: lain noudattaminen saattaa joskus sotia ihmisen sisäistä moraalikäsitteistä vastaan. Lisäksi johtajat saattavat tehdä eettisiksi luettavia toimenpiteitä itsekkäistä syistä, koska he uskovat maineensa parantuvan tai saavansa siitä muuta hyötyä itselleen. Tutkijat kyseenalaistavat, onko tällaisista egoistisista motiiveista ammentava eettinen vastuu todellista yhteiskuntavastuuta.

Myös Takala (2000: 10–15) on kehittänyt oman kolmiosaisen mallinsa yrityksen ideologisesta suhtautumisesta yhteiskuntavastuuseen. *Omistajalähtöisen ideologian* perustana on vapaaseen kilpailuun perustuva markkinatalousmalli. Talousteoreetikko Milton Friedmanin (1970: 122–126) ajatuksia myötäillen yrityksen ainoa yhteiskunnallinen tehtävä on voiton maksimointi tuotannosta huolehtimalla eli tämä ideologia vastaa Carrollin (1991: 39–48) pyramidin taloudellista vastuuta. Muu yhteiskunnallinen vastuu jää yrityksen tehtävien ulkopuolelle, ja jos yritys suuntaa varoja muualle kuin suoraan omistajiensa taloudellisia intressejä tukeviin kohteisiin, johdon katsotaan riistävän omistajien omaisuutta. Yritys katsoo toimivansa vastuullisesti, kun se tyydyttää tehokkaasti omistajien tuotto-odotukset. Sellainen sosiaalinen osallistuminen, joka varmasti hyödyttää sijoittajia, on sallittua. Pelkkään voittoon tähtäävää mallia on kritisoitu siitä, että sen perusolettamuksena olevia

täydellisesti toimivia markkinoita ei ole olemassa. Myös laillisen vastuun nostamista eettisen vastuun edelle on kyseenalaistettu. (Takala 2000: 10–15)

Takalan *Sidosryhmälähtöinen ideologia* painottaa yhteiskunnan ja yrityksen välistä yhteyttä. Yritys ei toimi pelkkänä taloudellisena instituutiona ja tarpeiden tyydyttäjänä, vaan vaikuttaa omalla toiminnallaan markkinoihin ja luo uusia tarpeita. Tästä seuraa, että yrityksellä on muitakin velvoitteita kuin voiton maksimointi. Jotta turvataan yhteiskunnallinen hyvinvointi, päätöksentekoprosesseihin on liitettävä moraalista harkintaa ja niissä on huomioitava yhteiskunnassa vaikuttavat eettiset normit. (Takala 2000: 11–12) Tämä malli siis vastaa Carrollin (1991: 39–48) pyramidia kokonaisuudessaan. Yrityksen ensisijaisena velvollisuutena on tuottojen pitkän aikavälin optimointi, kasvu ja jatkuvuuden turvaaminen. Vastuulliseksi koettu yritys vastaa itsenäisesti toimintojensa seurauksista ja kantaa vastuunsa toimintaympäristöään kohtaan. Sidosryhmälähtöisessä ajattelussa, jota kuvataan myös 'valistuneen itsekkyyden' etiikaksi, toiminnan ensisijainen tavoite on kuitenkin ajaa yrityksen etua. Sosiaalinen vastuu nähdään yhtenä kilpailukeinona, ei päämääränsä sinänsä. Ajattelutapaa on arvosteltu siitä, että keinot, joilla voittoa pyritään tuottamaan, saattavat olla ristiriidassa sosiaaliseen toimintaan tähtäävän pyrkimyksen kanssa. Voiton tavoittelussa voidaan käyttää häikäilemättömiä keinoja samaan aikaan, kun harjoitetaan toisaalla avokätistä hyväntekeväisyyttä. (Takala 2000: 11–12)

Laajan sosiaalisen vastuun ideologia on uusiin kolmesta hahmotellusta ideologiasta ja vie Takalan mallin Carrollin (ks. 1991: 39–48) ajattelua pidemmälle. Sen mukaan pelkästään voittoa hakevien yritysten asema tulee tulevaisuudessa heikkenemään. Yritys ottaa omassa toiminnassaan huomioon ympäröivän maailman arvojen ja olosuhteiden muutokset, vaikka se heikentäisi lyhyellä tähtämellä tuloksen tekoa. Vastuu nähdään sekä rajoitteeksi että mahdollisuudeksi. Samalla kun vastuu rajoittaa yrityksen toiminnan keinovalikoimaa, se myös tuottaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Yrityksen lopullinen päämäärä ei ole voiton tuottaminen vaan sen strateginen tavoite on yhteiskunnan hyvinvoinnin ja elämänlaadun ylläpitäminen. Yritysjohtajat pyrkivät toiminnassaan sosiaalisten epäkohtien lievittämiseen, yleiseen tasa-arvon lisäämiseen ja

ihmisoikeuksien lisäämiseen. Tätä ideologiaa on arvosteltu sen epärealistisuudesta. Toisaalta sitä tukee näkemys, jonka mukaan ihmisillä on tulevaisuudessa yhä enemmän mahdollisuuksia valita yritys, jossa työskentelee. Tällöin yrityksen edustamat arvot korostuvat. (Takala 2000: 13–15, 18)

Käytin Takalan ideologiamalleja vertailukohtanani, kun ryhdyin analysoimaan irtisanomisista kertovien johtajien sitaattien ideologisia merkityksiä. Erityisen kiinnostavaa oli selvittää, onko aika kypsynyt Takalan visioimaan laajan sosiaalisen vastuun malliin ja löytyikö tästä ideologiasta esiintymiä aineistossani edes sen loppupään artikkeleissa, jotka ovat ilmestyneet Takalan mallin julkaisemisen jälkeen.

4 IRTISANOMISPÄÄTÖSTEN MERKITYKSELLISTÄMINEN

Tässä luvussa analysoin tutkimusmateriaaliani ja etsin vastauksia alussa esittämiini tutkimuskysymyksiin. Vaikka olin perehtynyt yhteiskuntavastuun rakentumisen osa-alueisiin ja niihin liittyviin ideologisiin malleihin ennakkoon, aloitin aineiston lukemisen avoimin mielin, ilman ennakoasetelmia.

Ensimmäisenä selvitin, miten artikkeleissa lainatut johtajat merkityksellistivät tehtyjä irtisanomispäätöksiä. Tähän tehtävään paneuduin hyödyntämällä kriittistä diskurssianalyysia. Etsin lähilukemalla aineistoa siinä toistuvia puhetapoja ja ajatusmalleja. Tunnistamalla ja nimeämällä diskurssityyppejä muodostin kokonaiskuvan niistä puheen sävyistä ja tyyleistä, joilla johtajat irtisanomisia johtamissaan yrityksissä kuvaavat. Eri diskurssityyppien välisiä valtasuhteita selvitin laskemalla niiden esiintymiskerrat aineistossa (ks. taulukko 3).

Analyysin toisessa vaiheessa tarkastelin, miten sosiaalisen ja taloudellisen vastuun valtasuhteet jakautuvat aineistossa sekä tilastoin artikkelit vielä uudestaan suhteessa yritysten yhteiskuntavastuun ideologisiin malleihin (ks. Takala 2000). Selvitin myös, löytyikö eri taantumien aikana tuotetuissa lausunnoissa merkityksellistämisen eroja. Tässä käytin hyödyksi edellisissä vaiheissa luomaani laskelmaa diskurssityyppien esiintymistiheydestä ja vertailua eri ideologiamallien esiintymisen välillä. Lopuksi vertailin vielä kahdesta eri talousmediasta löydettyjä artikkeleita keskenään nähdäkseni onko niiden välillä nähtävissä ideologisia eroja tarkasteltavien artikkelien perusteella.

4.1 Diskurssien erittely

Hahmotin aineistostani viisi toisistaan poikkeavaa diskurssia, joista neljä jakautui edelleen aladiskursseihin. Näin löytämieni diskurssien kokonaismääräksi tuli yhteensä kymmenen erilaista tyyppiä. Kussakin diskurssissa on havaittavissa selkeästi toisistaan eroava näkökulma tai puhetapa.

Suuri osa aineistoon valikoituneista artikkeleista on uutisia, joissa kerrotaan yt-neuvottelujen alkamisesta tai loppumisesta. Nämä uutiset ovat rakenteeltaan melko kaavamaisia, ja niissä on esiintyvät usein samat peruselementit. Niissä kerrotaan, kuinka suurta työntekijämäärää tapahtuma koskee, missä toimipisteissä ja tehtävissä nämä henkilöt työskentelevät, millä aikataululla toimenpiteet toteutetaan ja mitkä ovat ne syyt, jotka irtisanomisiin tai lomautuksiin ovat johtaneet. Koska nämä elementit toistuvat lähes kaikissa artikkeleissa, en erota aineistosta syitä erottelevaa diskurssia, vaikka tämäkin olisi mahdollista. Keskityn artikkeleissa sen sijaan siihen, mitä johto sanoo näiden vakioasioiden *lisäksi*.

Uutisten lisäksi aineistossa on myös laajempia artikkeleita, joissa käsitellään irtisanomisia hieman syvemmin. Näissä yrityksen johtoon kuuluva henkilö on antanut laajemman haastattelun tai mukana voi olla yrityksen edustajan lisäksi muitakin haastateltavia. Näissä artikkeleissa pääsee ääneen usein useampikin puhetapa, kun taas uutistyyppisissä artikkeleissa näkökulma on tiukemmin rajattu. Lisäksi aineistoon mahtuu joitakin taloudellista yleistilannetta luotaavia artikkeleita, joissa on haastateltu useiden usein samaa toimialaa edustavien yritysten johtohenkilöitä.

4.1.1 Vaihtoehtomuuden diskurssi

Yksi selkeimmin aineistosta esiin nousevista puhetavoista on näkökulma, jossa yritysjohto kuvaa toimenpiteiden pakottavaa laatua. Kutsun tätä puhetapaa *vaihtoehtomuuden diskurssiksi*, sillä sen mukaan yritys on päätenyt irtisanomis- tai lomautusilmoituksen tehdessään ainoaan mahdolliseen ratkaisuun, jolle vaihtoehtoja ei kerta kaikkiaan ole. Diskurssilla ikään kuin pyritään lyömään loppukaneetti tehdyille päätökselle: tämän jälkeen spekulointi on turhaa.

- (1) Rauten hallintoneuvoston puheenjohtaja, omistajasukua edustava vuorineuvos Heikki Mustakallio sanoo, että yritys on ollut samassa asemassa kuin kaikki suomalaiset yritykset:

"Kortit piti katsoa uudestaan, ja **supistuksiin oli pakko ryhtyä.**" (HS 26.1.1992)

- (2) [Talentum-lehtiyhtiön] Toimitusjohtaja Harri Roschierin mukaan henkilökunnan **vähentäminen on välttämätöntä** kulujen sopeuttamiseksi huomattavasti laskeneeseen liikevaihtoon, mikä johtuu jo pitkään jatkuneesta ilmoitusmyynnin heikentymisestä. (HS 14.8.1992)
- (3) Valion tuotantojohtajan Tuomo Keurulaisen mukaan valtaosa työnsä pakkaamalla menettävistä **on pakko irtisanoa**, koska tuotanto siirtyy vapautuviin tiloihin vasta kahden, kolmen vuoden viiveellä. (KL 30.5.2001)

Diskurssityyppi erottuu materiaalista melko helposti, sillä sitä edustavissa sitaateissa toistuvat usein samat ilmaukset: pakko, välttämättömyys, vaihtoehdottomuus. Useimmiten pakon ilmaisevaa lausetta tuetaan sivulauseella, joka tarjoaa perusteen eli kertoo sen, miksi toimenpiteille ei ole vaihtoehtoa.

- (4) - Meillä selvittiin aina mustaan tiistaihin asti lomautusvaroituksella. Sen jälkeen tilanne muuttui **eikä lomautuksilta enää välttyä**, vaikka työntekijöiden määrä on vuoden sisällä pienentynyt yli 30:llä, sanoo Suomen Matkatoimiston toimitusjohtaja Pertti Pirskanen. (KL 24.9.2001)

Vaihtoehdottomuuden diskurssiin sisältyy yleensä viittaus päätösten taloudellisiin perusteluihin. Vaihtoehdottomuus viittaa vaihtoehtojen puutteeseen nimenomaan taloudellisesta näkökulmasta: jos toimenpiteitä ei tehdä, kannattavuus heikkenee liikaa, rahoitus loppuu tai yritystä uhkaa konkurssi. Näkökulma väistämättömyyden diskurssissa on siis aina yrityksen. Henkilöstöä huomioidaan korkeintaan toteamalla, että tilanne on irtisanottavien tai lomautettavien kannalta valitettava. Artikkeleiden kokonaissävy on synkkä.

Yhdessä aineiston artikkelissa käytetään tehokeinona toistoa eli vaikutelmaa toimenpiteiden pakottavuudesta voimistetaan esittämällä sisällöltään sama väittäjä kahteen kertaan, kahden eri puhemiehen suulla.

- (5) "**Ei ole vaihtoehtoa**", [Partekin konsernijohtaja Christoffer] Taxell sanoi. "**Tämä on välttämätöntä**", [Metran konsernijohtaja Georg] Ehrnrooth

vahvasti. Taxellin mukaan "oleellinen ja pysyvä rakentamisen lasku" on johtanut huomattavaan ylikapasiteettiin ja se puolestaan kehnoon kannattavuuteen. Heikentyneet voimat yhdistämällä on Taxellin mielestä mahdollista selviytyä kuiville. (HS 2.9.1992b)

Tällaisen vaikutelmaa vahvistavan sitaatin käyttämisestä on luettavissa, että kaksi puhemiestä ovat onnistuneet vakuuttamaan toimittajan toimenpiteiden välttämättömyydestä, koska tämä on itse tehnyt valinnan tuoda vaihtoehtottomuuden niin selkeästi esiin kirjoittamassaan artikkelissa. Ylipäänsä vaihtoehtottomuuden diskurssin käyttäminen viittaa siihen, että toimittaja hyväksyy yrityksen antaman selityksen, eikä pyri kyseenalaistamaan sitä tai etsimään vaihtoehtoja. Näin on siis siinä tapauksessa, että artikkelissa ei ole lähdetty etsimään muilta tahoilta kommentteja. Yksi yleinen tyyli irtisanomisuutisoinnissa on kuitenkin sellainen, jossa eri näkemyksiä edustavien henkilöiden sitaatit välitetään mahdollisimman autenttisina, ilman toimittajan näkemyksiä niiden välillä, jolloin lukijalle jätetään paljon mahdollisuuksia tehdä omat objektiiviset päätelmänsä aiheesta.

Samanlaisen vaihtoehtottomuutta korostavan puhutavan on löytänyt myös Uotila (2010: 42–51) Stora Enson irtisanomisuutisia tarkastelevassa pro gradu -työssään. Myös Uotila toteaa, että diskurssityypille ominaista on se, että tilanteelle ei edes yritetä etsiä vaihtoehtoja. Vaihtoehtottomuuden diskurssia esiintyi suhteessa eniten vuoden 1992 artikkeleissa, mikä osaltaan kuvastaa aikakauden synkkää tilannetta. Diskurssityyppiä edustavat artikkelit voi lukea kaikki edustamaan yritysten yhteiskuntavastuun taloudellista puolta.

4.1.2 Tulevaisuuteen katsova diskurssi

Toinen yleinen tarkasteltavissa artikkeleissa toistuva diskurssi oli *tulevaisuuteen katsova* puheentapa, jossa katsotaan haastatteluhetken yli ja luodetaan yrityksen mahdollisuuksia tulevaisuudessa, irtisanomishetken jälkeen. Diskurssi on vahvasti sidoksissa yrityksen aloittamien säästötoimenpiteiden perusteluihin ja pyrkii hakemaan

tulevaisuudesta perusteluja joko positiivisessa tai negatiivisessa artikkeleissa kommunikoiduille päätöksille.

Tämä diskurssi jakautuu edelleen kahteen, lähes vastakkaiseen aladiskurssiin. Näistä ensimmäinen on *tulevaisuuden uskon*, optimistisesti tulevaisuuden markkinakehitykseen tai muihin tapahtumiin suhtautuva puhetapa. Toinen on *varautumisen* diskurssi, jossa ennakoidaan markkinoiden kääntyvän huonompaan suuntaan ja siksi toimenpiteisiin on ryhdytty jo ennen kuin yrityksen taloudellista tilaa kuvaavat mittarit ovat välttämättä negatiivisia.

Tulevaisuuden uskon diskurssi on sävyltään positiivinen. On luonnollista, että johto pyrkii käyttämään sitä niin usein kuin mahdollista, sillä jos tilanne sallii, johtaja halunee irtisanomistilanteessa käyttää mahdollisuuden hyväkseen rauhoitellakseen eri sidosryhmiä kuten jäljelle jääviä työntekijöitä, asiakkaita, tavarantoimittajia, alihankkijoita ja rahoittajia.

- (1) Finnairin tämänviikkoisista lomautuspäätöksistä huolimatta [Finnairin pääjohtaja Antti] Potila **sanoo olevansa optimisti** ja **uskovansa** että lentoliikenne on vähitellen saamassa ilmaa siipiensä alle.

--

-Jo se, että valitsimme lomautukset irtisanomisien laajentamisen sijaan osoittaa, että **uskomme tulevaisuuteen**, hän heittää. (KL 18.12.1992)

- (2) Johtaja [Raute Oy:n toimitusjohtaja Kari Airaksinen] -- kieltää jyrkästi, että yritys olisi uppoava laiva:
"Tämä laiva **purjehtii vakaasti** ja on **hyvässä kunnossa**. Tarvitaan vain pientä tuulenvirettä purjeisiin, jotta päästään taas liikkeelle. En olisi ryhtynyt hommaan, **jos en olisi uskonut**, että tämä tulee menemään hyvin." (HS 26.1.1992)

Luonnollisestikaan positiivista näkemystä tulevaisuudesta ei tulisi viljellä perusteetta ja johtaa sidosryhmiä harhaan antamalla siitä liian myönteistä kuvaa. Varsinkin pörssiyritysten tulee olla hyvin tarkkoina tulevaisuuden näkymien valaisemisessa yksittäisissä haastatteluissa, sillä Nasdaq OMX Nordic valvoo Helsingin pörssissä

listattujen yhtiöiden tiedonantovelvollisuuden toteutumista. Arvopaperipörssin sääntöjen (2010) kohdassa 1.2.3 todetaan:

Pörssikaupankäynnin tarkoituksena on, että arvopaperin hinta määräytyy toimivilla ja tehokkailla markkinoilla siten, että kaikilla markkinaosapuolilla on samanaikaisesti käytettävissään riittävä tieto hinnanmuodostuksen perusteeksi.

Käytännössä tämä tarkoittaa, että jos ennusteita tai tulevaisuutta koskevia lausumia muutetaan tai tarkennetaan, niistä pitää kertoa kaikille markkinaosapuolille samanaikaisesti pörssitiedotteella (Arvopaperipörssin säännöt 2010).

Tämä vaade selvästi toteutuu tarkasteltavissa artikkeleissa, koska diskurssityyppiä ei tunnu esiintyvän kaikkein vaikeimmissa tilanteissa. Sen sijaan sitä on havaittavissa kaikkien kolmen taantuman aikana ilmestyneissä artikkeleissa. Diskurssityyppi on selkeästi erottuva, sillä lainauksissa viitataan tulevaan usein juuri substantiivin usko tai verbin uskoa avulla.

- (3) "Kyllä tässä sellainen jääräpäinen **usko** on, että maailma muuttuu myönteisen kehityksen uralle", [Soneran toimitusjohtaja Kaj-Eric] Relander sanoi. (HS 23.5.2001)
- (4) [Vaasan&Vaasanin johtaja Vesa] Moisio **uskoo** kuitenkin, että näkkileivän viennille on **tulevaisuudessa** hyvät näkymät. (KL 5.11.2008)
- (5) "Mutta tähänkin toimialaan yleinen tilanne vaikuttaa. Mutta meillä on **selkeä visio**, että kasvu jatkuu", [Raflatacin Euroopan-johtaja Tapio] Kolunsarka sanoo. (HS 14.11.2008)

Huomionarvoista on se, että toimittajat ovat harrastaneet kaikissa esimerkeissä Korhosen (1998: 103) mainitsemaa ”kirjurijournalismia”. Heitot paremmasta tulevaisuudesta on kirjattu tyypillisesti sellaisenaan, haastateltavilta sen tarkempia perusteluita tai mahdollisia vaihtoehtoja kyselemättä.

Tulevaisuuteen katsovista diskursseista toinen, varautumisen diskurssi, ilmenee sen sijaan negatiivisissa yhteyksissä. Diskurssi kertoo siitä, että tulevaisuus nähdään heikompana kuin nykytilanne. Kuluja saatetaan kiristää ja henkilöstöä jopa irtisanoa

varotoimena huonommille ajoille. Yrityksiä onkin syytetty kaikkien, mutta erityisesti viimeisimmän taantumana aikana siitä, että ne käyttävät taantumaa vain tekosyynä karsiakseen organisaationsa kuluja ja irtisanovat ”varmuuden vuoksi”.

Myös varautumisen diskurssi on helppo erottaa, sillä myös siihen viitataan usein vakiotermistöllä. Käytetyt termit liittyvät usein varautumiseen, varmistamiseen, valmiuteen ja epävarmuuteen.

- (6) "**Varaudumme** irtisanomisilla kaikkia ennusteita syvempään lamakauteen", F-Securen toimitusjohtaja Risto Siilasmaa selittää. (HS 27.4.2001)
- (7) Soneran toimitusjohtajan Kaj-Erik Relanderin mukaan yhtiö on "**reivaamassa kurssiaan**" **vastaamaan muuttuneita**, aiempaa vaikeampia **olosuhteita** matkaviestinnän ja telepalveluiden markkinoilla. (HS 23.5.2001)
- (8) Työpaikkoja vähentämällä Orion **yrittää varmistaa** kilpailukykyä tulevaisuudessa. Sen tärkeimpiä tuotteita suojaavien peruspatenttien voimassaolo päättyy ensi vuosikymmenen alkupuolella. "Vielä on liian aikaista arvioida, joudutaanko kaikki kolmesataa työntekijää irtisanomaan. Uskoisin ainakin osan vähennystarpeesta hoituvan luonnollisen poistuman kautta", [Orionin toimitusjohtaja Timo] Lappalainen sanoo. (HS 27.11.2008)

Diskurssin käyttäjät ovat usein saaneet kritiikkiä osakseen, erityisesti silloin, kun irtisanova yritys ei ole vielä tappiollinen. Vuonna 2001 F-Securen irtisanomiset käynnistivät mediassa keskustelun, jossa pohdittiin, voiko voitollinen yritys käynnistää yt-neuvottelut perustelunaan taloudelliset tai tuotannolliset syyt (Helsingin Sanomat 2001). Yrityksen pitäisi periaatteessa voida käynnistää neuvottelut vasta kun ”tarjolla oleva työ on taloudellisista, tuotannollisista tai työnantajan toiminnan uudelleenjärjestelyistä johtuvista syistä vähentynyt olennaisesti ja pysyvästi”, ei varotoimena (Työsopimuslaki 7 § 3 mom.).

Eri tahojen lakimiesedustajat esittivät laista erilaisia tulkintoja, mutta lopputuloksena todettiin, että työnantajalta ei voida vaatia, että toiminnan tulos muodostuisi tappiolliseksi ennen irtisanomisoikeuden syntymistä, vaan työnantajalla on näissä

tilanteissa toimintaedellytystensä turvaamiseksi oikeus ennakoida tarjolla olevan työn vähentymistä ja sopeuttaa organisaationsa ja henkilöstömääränsä ennakoitavia taloudellisia voimavaroja vastaavaksi (Valkonen 2001: 186–196).

Vuosina 2008–2009 diskurssi esiintyi jälleen mediateksteissä, mutta sen oikeutuksesta ei käyty enää keskustelua. Teksteistä käy ilmi, että yritykset pyrkivät ennakoimaan tulevia markkinamuutoksia ja muuttamaan toimintaansa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, ennen kuin laskusuhdanne ehtii vaikuttaa tulokseen. Laskettujen mainintojen perusteella diskurssia esiintyi eniten juuri viimeisimmän taantumana aikana.

- (9) Yhdistymiseen liittyvät henkilöstövähennykset **valmistavat** kuitenkin samalla NSN:ää taloudelliseen **epävarmuuteen**, sillä järjestelyjen tavoite on kustannustehokkuus.
"Meidän kustannustaso alkaa olla selkeästi johtavaa luokkaa tässä teollisuudessa jo nyt ja etenkin näiden muutosten jälkeen", [NSN:n operatiivinen johtaja Mika] Vehviläinen sanoo. (HS 12.11.2008)
- (10) Hyvästä tuloksesta huolimatta Nokian Renkaat ilmoitti, että se harkitsee tuhannen ihmisen lomauttamista joulun ja uudenvuoden pyhien ajaksi yhtiön henkilöautorengastehtaalla Nokiolla.
Lomautuksia **harkitaan**, koska kysyntänäkymät ovat nyt **epävarmat** Venäjällä.
--
"**Lähdetään varautumaan** siihen, että mahdollisesti vuodenvaihteessa joudutaan pitämään seisokki. Se koskisi koko henkilöstöä toimitusjohtajasta juoksupoikaan", [Nokian Renkaiden toimitusjohtaja Kim] Gran sanoo. (HS 1.11.2008)
- (11) - Talouden näkymät ovat synkentyneet vauhdilla. **Arvioimme** ensi vuoden liikevaihtomme **pienenevän** noin 15 prosenttia, minkä vuoksi joudumme leikkaamaan myös kulujamme. Rakentamisen hiljentyessä töitä ei riitä koko henkilöstölle, sanoo Skanska Oy:n toimitusjohtaja Juha Hetemäki. (KL 26.11.2008)

Sosiaalisen vastuun näkökulmaa ei tämän diskurssityypin artikkeleissa juuri näy. Valittu näkökulma oli kaikissa diskurssityypissä edustavissa artikkeleissa tiukasti yrityksen, ja ainoa esiintuotu vastuunäkökulma oli vastuu sijoittajille.

4.1.3 Henkilöstön edun huomioiva diskurssi

Kolmas selkeästi artikkeleista ilmennyt pääasiallinen puheentapa oli *henkilöstön edun huomioiva diskurssi*. Lähtökohtaisesti tämä diskurssi kuvastaa yrityksen julkilausumaa sosiaalisen vastuun ottamista tilanteessa, jossa lomautuksia, irtisanomisia tai muita kulujen vähentämiseen tähtääviä toimia joudutaan tekemään. Diskurssityyppi jakautui edelleen kolmeen aladiskurssiin. Näistä kaksi kumpuavat selkeästi lainsäädännöstä: *henkilöstövaikutusten minimointiin tähtäävä diskurssi* toistaa laissa yhteistoiminnasta yrityksissä (8 § 34 mom.) mainittua tavoitetta neuvotella vaihtoehtoista ja *henkilöstön osallistamisen diskurssi* neuvotteluissa tavoiteltavaa yksimielisyyden saavuttamisen päämäärää:

Ennen kuin työnantaja päättää tässä luvussa tarkoitetun asian, on suunnitellun, 33 §:ssä tarkoitetun muutoksen perusteista, vaikutuksista ja vaihtoehtoista **neuvoteltava yhteistoiminnan hengessä yksimielisyyden saavuttamiseksi**.

Kolmas aladiskurssi, *henkilöstön tukemisen diskurssi*, on konkreettisin henkilöstön edun huomioiva puhetapa, sillä siinä puhutaan varsinaisista toimenpiteistä, joilla henkilöstöä tuetaan irtisanomistilanteessa. Tätä diskurssia ei juuri ilmennyt 1992, mutta se on yleistynyt kahden jälkimmäisen tarkasteluajankohdan aineistossa.

Henkilöstövaikutusten minimointiin tähtäävän diskurssin tavoite on osoittaa, että vaikka yritys onkin ajautunut taloudellisesti vaikeaan tilanteeseen, yritys pyrkii löytämään selvittääkseen juuri henkilöstön kannalta parhaan ratkaisun. Monissa diskurssityyppiin kuuluvissa sitaateissa todetaan, että irtisanomiset ovat vasta viimeinen keino ja sitä ennen yt-neuvotteluissa pyritään löytämään vaihtoehtoisia, kevyempiä keinoja henkilöstövähennysten toteuttamiseen. Teollisuusyrityksissä vaihtoehtona nähdään usein joko täysi- tai osa-aikaiset lomautukset tai muut työaikajärjestelyt ja jopa uudelleenkoulutukset. Näitä pidetään yleisesti työntekijöille helpompina ratkaisuinakin kuin irtisanomisia.

- (12) Saab-Valmetin toimitusjohtaja Juhani Linnoinen sanoi, että yhtiö pyrkii **selviytymään** tilanteesta **ilman joukkoirtisanomisia** lomautusten avulla niin pitkään, että tehdas kykenee tekemään tuotantosopimuksen uudesta

autosta. Saab-Valmetin johto yhdessä omistajan, Valmetin kanssa pyrki kuumeisesti myös etsimään uutta tuotantoa Saabin seuraksi. (KL 15.12.1992)

Isommissa yrityksissä on mahdollisuus etsiä töitä myös muista yksiköistä, tarjota uudelleenkoulutusta tai tukipaketteja vapaaehtoisesti lähteille. Eläke- ja työaikajärjestelyt ovat yleisin muoto kaiken kokoisissa yrityksissä etsiä koko henkilöstön kannalta vähemmän dramaattisia vaihtoehtoja.

- (13) Toimitusjohtaja Paavo Prepulan mukaan varsinaisiin irtisanomisiin turvaudutaan **vasta viimeisenä keinona**. "Muina konsteina tutkitaan ensin uudelleen sijoittuminen Suomen Säästöpankkiin, mahdolliset eläkejärjestelyt, tukipaketit vapaaehtoisesti irtisanoutuville, osa-aikajärjestelyt ja koulutus." (HS 16.9.1992)
- (14) [Sammon] Tiedotusjohtaja Pertti Nurvalan mukaan saneeraus pyritään tekemään nimenomaan **muilla toimenpiteillä kuin irtisanomisilla**.

- **Muut vaihtoehdot** on tässä **pyritty tekemään hyvin houkutteleviksi**, Nurvala sanoi. – – Muihin toimenpiteisiin kuin irtisanomisiin kuuluvat muun muassa mahdolliset yhtiöittämiset ja ulkoistamiset, uudelleenkoulutus asiakaspalvelu- ja myyntitehtäviin, eläkeratkaisut sekä vapaaehtoisten tukipakettien tarjoaminen työtä vaille jääville. (KL 9.11.2001)

Ilmeisesti vuokratyövoiman käyttö on yleistynyt Suomessa vasta 2000-luvulla, koska siitä luopumista ei mainita vaihtoehtona irtisanomisille 1990-luvulla. Toki on mahdollista, että vuokratyövoimasta on usein luovuttu jo ennen kuin yt-neuvotteluihin ryhdytään, joten sitä ei siksi mainita vaihtoehtona irtisanomisille.

- (15) [Componentan] Toimitusjohtaja Heikki Lehtosen mukaan vähennystarve Suomessa on pienempi, koska yhtiöllä on täällä monipuolinen asiakaskunta.

– –

Väkeä Componenta vähentää luopumalla vuokratyövoimasta, lomauttamalla ja irtisanomalla. Lehtosen mukaan **irtisanomiset ovat keinoista viimeinen**. (KL 16.12.2008)

Isoimmissa yrityksissä kuten Nokiassa on keinovalikoimissa myös työllistyminen muualle samaan yritykseen. Nokian artikkeleissa siteeratut puhemiehet kertovatkin

varsin johdonmukaisesti, että henkilöstölle pyritään tarjoamaan työtä yrityksen muista yksiköistä.

- (16) [Viestintäjohtaja Arja] Suominen tähdentää, että ihmisiä yritetään sijoittaa Nokiassa muihin tehtäviin. "Meillä on jatkuvasti luonnollista kiertoa. On vielä monia yksiköitä, jotka rekrytoivat väkeä." (HS 29.6.2001)
- (17) - Meillä on vahva pyrkimys uudelleen sijoittaa esimerkiksi kaikki 235 henkeä Suomessa. Meillähän on nytkin Suomessa aika paljon paikkoja auki, sanoo viestintäpäällikkö Eija-Riitta Huovinen Nokian yhtymäviestinnästä. (KL 5.11.2008)

Henkilöstövaikutusten minimointiin tähtäävä diskurssi oli kaikkein yleisin löytämäni diskurssityyppi. Sitä ilmeni 17 prosentissa kaikista tarkasteltavista artikkeleista.

Henkilöstön osallistamisen diskurssissa johto korostaa omaa hyvää tahtoaan henkilöstöä kohtaan. Lainauksissa painottuu se, työntekijäryhmät on otettu mukaan keskustelemaan ja sopimaan omasta näkökulmastaan parhaista ratkaisuista. Vaikka yhdessä sopimisen periaate on saneltu laissa yhteistoiminnasta yrityksissä (2007), aidosti yhteistä etua hakevassa hengessä käydyt keskustelut ja ratkaisuista kertominen tarjoavat yritykselle mahdollisuuden luoda positiivista mielikuvaa itsestään muutoin maineelleen mahdollisesti haitallisessa tilanteessa.

- (18) Turun Sanomien toimitusjohtaja Keijo Ketonen sanoo, että sitoutumattomana lehtenä Turun Sanomien on oltava vahva yhtiö ja pidettävä huolta tuloskunnostaan. Tässä suhdannetaantumassa lomautukset **katsottiin** Ketosen mukaan **yhteisesti** parhaaksi ratkaisuksi. Ylemmät toimihenkilöt **valitsivat** mieluummin lomaltapaluurahojen alentamisen. (HS 29.4.1992)

Esimerkissä mainittu työntekijöille ja toimihenkilöille annettu valinnanmahdollisuus keinojen soveltamisessa luo kuvaa toimivasta keskusteluyhteydestä yrityksen ja henkilöstöryhmien välillä. Kun puhutaan neuvotteluista ja niiden positiivisista tuloksista, syntyy tunne, että johto pyrkii aidosti löytämään tasapainoa yrityksen taloudellisen ja sosiaalisen vastuun välillä.

Usein vaihtoehtoista puhuttaessa mainitaan pehmeät keinot ja joustaminen, mitkä viittaavat siihen, että myös johto haluaa profiloitua pois kovasta ja joustamattomasta johtamistavasta.

- (19) [Keski-Suomen säästöpankin] toimitusjohtaja Seppo Jääskeläinen kertoi, että henkilöstömäärän lisäksi myös konttoriverkosto otetaan uuteen tarkasteluun ja todennäköisesti myös siihen tulee muutoksia. Hänen mukaansa **kaikista järjestelyistä neuvotellaan henkilökunnan kanssa ja ratkaisut tehdään yhteistyössä.**

"Supistuksia on valmisteltu usean kuukauden ajan. Olemme ensisijaisesti **tavoitelleet pehmeitä ja vapaaehtoisia keinoja**, jotka ovatkin tuottaneet jonkin verran tuloksia ja ratkaisuja, mutta eivät riittävästi", hän sanoi. (HS 13.5.1992)

- (20) Outokummun toimitusjohtaja Juha Rantanen on tyytyväinen **neuvotteluiden lopputulokseen.**
- Tämä oli nyt ehkä käytännön esimerkki siitä, mitä tarkoitetaan **yrittäjäkohtaisella sopimisella ja joustoilla**, Rantanen sanoi Kauppalehden talousuutisille.
 - Onneksi meillä sopimukset sen mahdollistavat, ja **hyvän tahdon** avulla löytyy ratkaisuja, Rantanen jatkoi. (KL 2.12.2008)

Jälkimmäisessä esimerkissä otetaan esiin myös hyvä tahto eli johtajat pyrkivät osoittamaan olevansa hyviä, eivätkä piittaamattomia ihmisiä. Työntekijöiden hyvää tahtoa heikompana osapuolena pidetään enemminkin itsestäänselvyytenä. Huomionarvoinen elementti osallistamisen diskurssissa on se, että kun sitä on käytetty, syntyy helposti mielikuva siitä, että johto suhtautuu muihin henkilöstöryhmiin tasavertaisena keskustelukumppanina, joka on aidosti kiinnostunut kuulemaan, mikä on kullekin ryhmälle paras vaihtoehto.

Osallistamisen diskurssi ilmeni myös henkilöstön jatkuvana informoisena yrityksen taloudellisesta tilanteesta ja muuttuvista näkymistä.

- (21) [Nordic Aluminiumin toimitusjohtaja Robert] Paajanen on pyrkinyt siihen, että mitkään säästötoimet eivät tulisi henkilökunnalle yllätyksenä. "Seuraamme talouden tilannetta **yhdessä**. Pidän joka kuukausi tilannekatsauksen koko henkilöstölle. Käymme joka kuukausi luottamusmiesten kanssa läpi tulevaisuuden näkymät ja akuutit ongelmat." (HS 8.2.2009b)

Osallistamisen henkeen kuului myös henkilöstön tekemien aloitteiden ottaminen huomioon.

- (22) ”Aloite tehtaalla tarjottaviin vapaaehtoisiin eropaketteihin on tullut työntekijöiltä”, [Nokian Suomen-henkilöstöjohtaja Ville] Valtonen sanoo.

Vaikka henkilöstön osallistamiseen liittyviä sitaatteja voidaan pitää toisaalta itsestäänselvyyksien toisteluna, kertomisena asioista kuten niiden pitäisi joka tapauksessa olla, luo diskurssityyppi selkeää positiivista kuvaa yrityksen tuntemasta sosiaalisesta vastuusta henkilöstöään kohtaan. Osallistamisen diskurssia esiintyi keskimääräisen verran aineistossa, 24 osumaa. Sitä esiintyi selkeästi enemmän viimeisimmän tarkastelujakson aikana verrattuna aiempiin taantumiin.

Kolmas aladiskurssi henkilöstön edun huomioivassa diskurssissa on irtisanottavien tukemisen diskurssi, joka näyttäytyy artikkeleissa taloudellisen tai henkisen tuen antamisena. Erilaiset uudelleensijoittumis- ja muiden työnhakuun liittyvien konsultti- tai valmennuspalveluiden tarjoaminen on näkynyt pääasiassa viimeisen taloudellisen taantumien aikana kirjoitetuissa artikkeleissa.

- (23) UPM tarjosi konsulttiapua Voikkaan tehtaalta vuonna 2006 irtisanotuille, ja **vastaavaa uudelleensijoittumisvalmennusta on tarjolla** myös nyt. ...[UPM:n Pohjois-Euroopan henkilöstöjohtaja Sakari] Toivonen uskoo konsulttiavun parantaneen irtisanottujen työllistymisprosenttia.
- Se on osa yrityksen vastuullisuutta. Tuki on haluttu suunnata nimenomaan uuden työn löytämiseen, koska sillä on pitkäaikaisimmat vaikutukset, Toivonen kertoo. (KL 18.11.2008a)

Tuki uudelleen koulutukseen on ollut tyypillinen tukimuoto silloin, kun irtisanottavalla alalla ei ole enää tulevaisuutta oikein muuallakaan. Sen sijaan esimerkiksi Nokian laajoissa irtisanomissa, jossa elektroniikka- ja tietotekniikkainsinöörien osaamiselle nähdään vielä työpaikkojen puuttumisesta huolimatta paljon käyttöä, tuetaan uusien yritysten perustamista.

- (24) Lopputilin saanee yli 200 henkilöä. Heille yhtiö on **luvannut taloudellista tukea uuden työn ja koulutuksen etsintään tai vaikka yrityksen perustamiseen.**

"Irtisanottavien määrää on vaikea arvioida, koska nämä prosessit ovat niin pitkiä. Karhulan tehdaskin suljetaan vasta 2010", Stora Enson Suomen maajohtaja Juha Vanhainen sanoo.

Työntekijöiden apupaketti on samanlainen kuin Summan ja Kemijärven tehtaita suljettaessa annetut apupaketit. Vanhainen arvioi, että yhtiö käyttää apuun yli miljoona euroa. (HS 27.11.2008)

Joissakin tapauksissa tukea tarjottiin vain vapaaehtoisesti lähteville, jolloin päätösvaltaa siitä, ketkä irtisanotaan, siirrettiin suoraan henkilöstölle itselleen. Erityisesti Nokia on erottunut tämänkin diskurssin käyttäjänä, sillä se on tarjonnut lähtöpaketteja vapaaehtoisesti lähteville työntekijöille useaan otteeseen.

- (25) Työnantaja tarjoaa työntekijöilleen rahallisia tukipaketteja, joiden suuruus määräytyy palvelusvuosien mukaan. Lisäksi työntekijöillä on mahdollisuus työnhakuvalmennukseen ja lisäkoulutukseen. Vapaaehtoisilla irtisanoutumispaketeilla työnantaja välttää ikävät irtisanomiset. "Haluamme kohdella osaavaa henkilöstämme hyvin. Sama paketti on tarjolla tehtaan työntekijöille, mikä on käsittääkseni aika ainutlaatuinen ratkaisu Suomessa." [Nokia Siemens Networks:n liiketoiminnan operatiivinen johtaja Mika Vehviläinen] (HS 11.2.2009)

Vanhempiakin esimerkkejä diskurssin soveltamisesta löytyy aineistosta, joskin rahallisen tuen määrä on liikkunut aivan eri luokissa vuosina 1992 ja 2009.

- (26) [Osuuspankkikeskuksen] Osastopäällikkö Heikki Vitien mukaan neuvotteluissa pyritään siihen, ettei ketään irtisanota.

Työnantaja **lupaa lähtöhaluisille taloudellista tukea.** Tukeen voi kuulua muun muassa mahdollisuus pitää työsuhteeseen liittynyttä asuntoa vielä jonkin aikaa. Työntekijä voi myös säilyttää halpakorkoiset lainansa tai saada palkkaa hieman pidempään kuin pelkältä irtisanomisajalta. (HS 11.6.1992)

Henkilöstön tukemisen diskurssia esiintyi saman verran, 24 kertaa aineistossa, kuin osallistamisen diskurssia. Huomattavaa on se, että jos yrityksen edustaja pahoitteli henkilökunnalle lomautuksista tai vähennyksistä aiheutuvia raskaita seuraamuksia,

mutta ei esittänyt mitään konkreettisia toimenpiteitä, joilla vaikutuksia voitaisiin pienentää, ei kommenttia luettu osaksi henkilöstön edun huomioivaa diskurssia.

Vain yhdessä artikkelissa on kerrottu, tällöinkin selkeästi toimittajan aloitteesta, miksi tukea lähteille henkilöille ei voida antaa. Esimerkki on yksi harvoista, joissa näkyy toimittajan kriittinen kysymys ja yritysjohtajan siihen antama vastaus.

- (27) Nokian Renkaat aloitti alkuviikosta yt-neuvottelut tehtaan toiminnan sopeuttamiseksi sekä noin 450 henkilön vähentämiseksi. – –
 - Se on **niin suuri joukko ihmisiä, että uudelleensijoittamispalveluiden käyttö olisi epärealistista**. [Nokian Renkaiden toimitusjohtaja Kim Gran] (KL 11.12.2008a)

Kaikkien kolmen henkilöstön edun huomioivaan diskurssin luetun aladiskurssin perimmäisenä tavoitteena on yhtiön ja erityisesti sen työnantajamaineen säilyttäminen, joko tiedostetusti tai tiedostamattomasti. Yleensä maineen säilyttämisen merkityksestä ei puhuta suoraan, vaan sen merkitys yritykselle välittyy implisiittisesti sitaattien kautta. Joissakin lainauksissa yritysjohto tosin myöntää halunsa auttaa henkilöstöä liittyvän suoraan yrityksen tavoitteeseen säilyttää maineensa.

- (28) - Yrityksen **maineen kannalta** on tietenkin hyvä, **jos irtisanottavien hyväksi pystytään tekemään jotakin**, mutta tässä taloudellisessa tilanteessa keinoja on aika vähän, Nokian Renkaiden toimitusjohtaja Gran toteaa. (KL 11.12.2008a)

Maineeseen liittyy olennaisesti yrityksen työnantajakuva. Kun huonot ajat ovat ohi, kilpailun hyvistä työntekijöistä uskotaan jälleen käynnistyvän. Sitaatti (29) voidaan lukea myös tulevaisuuden uskon kategoriaan.

- (29) [TJ Groupin toimitusjohtaja Mikko] Setälän ja [henkilöstöpäällikkö Hannu] Jokelan mukaan asia on hoidettu mahdollisimman inhimillisesti. Miehet kantavat huolta siitä, millainen **kuva yrityksestä työnantajana** liikkuu. - **Kunhan taas pääsemme kasvun alkuun**, meidän pitää rekrytoida lisää ihmisiä, Setälä ennustaa. (KL 15.8.2001)

- (30) "Me on yritetty viimeiseen asti **pitää kiinni hyvistä työntekijöistä**", sanoo [Scandinavian Metallin] toimitusjohtaja Jukka Lankinen. "Nyt on

semmonen kummallinen tilanne, että on samaan aikaan lomautuksia ja työvoimapulaa." (HS 19.2.1992)

Vaikka henkilöstön edun huomioiva diskurssi oli kaikkina tarkasteluajanjaksoina eniten käytetty diskurssityyppi, se esiintyi yhteensä vain 34 prosentissa kaikista artikkeleita. Koska diskurssia käyttämällä voidaan saada aikaiseksi positiivisia vaikutuksia yrityksen maineeseen, kannattaisi sitä käyttää nyt esitettyä useammin. Luonnollisesti yrityksen tahtotilan ja lausuntojen taustalla olevien tuki- ja osallistamiskeinojen täytyy olla todellisia ja täysin lausuntojen mukaisia.

4.1.4 Johdon inhimillistämisen diskurssi

Irtisanomisuutisista keskusteltaessa vastakkainasettelu yrityksen johdon ja työntekijöiden välillä helposti korostuu. Johto pyrkii tietoisesti tai tiedostamatta vähentämään tätä polarisoitumista kertomalla toimenpiteiden vaikutuksista myös yrityksen johtoon tai omiin tunteisiinsa. Kutsun tätä diskurssia *johdon inhimillistämisen diskurssiksi* ja jaan sen edelleen kahteen aladiskurssiin. Näistä *Johto osallistuu talkoisiin -diskurssi* korostaa sitä, että johto ja muu henkilöstö ovat samalla viivalla ja vähennystoimenpiteet koskevat myös johtoa. *Johtajallakin on tunteet -diskurssissa* johtajaa inhimillistetään. Tämä tapahtuu yleensä kuvaamalla sitä, millainen vaikutus toimenpiteillä on ollut johtajaan henkilökohtaisesti emotionaalisella tasolla tai siten, että johtaja pyrkii ilmaisemaan sympatiaa toimenpiteiden kohteeksi joutuvia henkilöitä kohtaan.

Johto osallistuu talkoisiin -diskurssi ilmenee useimmiten konkreettisina toimenpiteinä: artikkeleissa kerrotaan, miten johto omalta osaltaan joutuu toimenpiteiden kohteeksi.

- (31) [STS-Pankin] varatoimitusjohtaja Kenneth Degerthin mukaan pääkonttorin saneeraukseen ei ole vielä pureuduttu, mutta sekin on edessä. Säästöjen saamiseksi **johtokunnan jäsenet ja varajäsenet ovat jo sitoutuneet luopumaan kahden viikon lomasta ja puolesta lomarahasta.** (KL 16.4.1992)
- (32) Uusi toimitusjohtaja Reijo Kaukonen aloitti lupaamansa "uuden Noveran" rakentamisen vähentämällä keskushallinnon väen nykyisestä 96:sta 41:een. Vähennyksiä tehtiin tasaisesti kaikissa yksiköissä.

Irtisanomiskirjeitä jaettiin maanantaina **niin johtajille** kuin työntekijöillekin. (HS 20.5.1992)

- (33) "Pääkonttorissa suunnitelmissa on kahden viikon lomautukset kaikille työntekijöille **johto mukaan lukien.**" [Outokummun toimitusjohtaja Juha Rantanen] (HS 12.12.2008)
- (34) "Henkilöstön vähentämistavoitteet määritellään vasta neuvottelujen alkaessa", kertoo [Kaupthing-]pankin maajohtaja Lauri Rosendahl. Hänen mukaansa yt-neuvottelut **koskevat myös** Kaupthing Suomen **johtajistoa.** (HS 6.11.2008)

Johdon erilainen työnkuva näkyy siinä, että heitä koskevat toimenpiteet saattavat olla erilaiset kuin työntekijöiden ja toimihenkilöiden kohdalla. Usein palkkojen leikkaus vastaa työntekijöiden lomautuksia.

- (35) Yhtiön toimitusjohtaja Harri Roschier ilmoitti Talentumin lomauttavan 238 henkilöä keskimäärin kahdeksi viikoksi ja **leikkaavansa vastaavasti saman verran johtajien palkkoja.** (KL 30.8.2001)

Johto osallistuu talkoisiin -diskurssilla vaikuttaa olevan pääsääntöisesti hyvä vaikutus artikkelien sävyyn, sillä sen kautta saadaan vähennettyä irtisanomistilanteessa usein korostuvaa vastakkainasettelua eri henkilöstöryhmien ja etenkin johdon ja työntekijöiden välillä. Lisäksi se kuvastaa sitä, että todellisilla teoilla on enemmän merkitystä kuin sanoilla lohduttomissa irtisanomistilanteissa.

Johdollakin on tunteet -diskurssissa johto tuulettaa tuntemuksiaan vaikeaksi koetussa tilanteessa. Tässä diskurssissa korostuu se, että tehdyt päätökset ovat vaikeita ja johtajatkin ovat vain ihmisiä, joilla on inhimillisiä ominaisuuksia ja tunteita. Alaisten irtisanominen tai lomauttaminen on vaikea tehtävä, ja muuten varsin samaa kaavaa noudattavat artikkelit saavat persoonallisuutta, kun johtajat kertovat omin sanoin tehtävän vaikeudesta. Johtajien tunteet käyvät ilmi heidän käyttämistään verbeistä: heitä harmittaa, suututtaa, sattuu, koskee ja niin edelleen.

- (36) -Joskus **tuntuu siltä** ettei tällaisissa asioissa voi koskaan olla **tarpeeksi raaka** ja sitten prosessi vain pitkittyy. Nyt tehdyt lomaukset ovat voimassa toistaiseksi ja toivon että ne riittävät. [kertoo kauppaneuvos Yrjö Turkama]. (KL 2.3.1992)

- (37) Alkavan talven suuret tilauslentokaupat jäivät saamatta. "**Arvaa harmittaako**", [Air Finlandin toimitusjohtaja Mika] Helenius tokaisi. (HS 14.11.2008)

Omien tunteidensa erittelyn lisäksi johtaja voi myös ilmaista ymmärtävänsä, miltä toimenpiteiden kohteeksi joutuvista työntekijöistä tuntuu. Samaistumisen vaikutelmaa lisää se, että johtaja lukee itsensä yhdeksi ”meistä”, osoittaa pyrkimystä ottaa työntekijät huomioon. Me-muodon käyttö on erityisen yleistä tässä diskurssissa.

- (38) "Tämänkokoiset operaatiot ovat **vaikeita kaikille**. Henkilöstön ympärillä muuttuu niin paljon asioita", [NSN:n operatiivinen johtaja Mika] Vehviläinen sanoo. "On selvää, että se **aiheuttaa epävarmuutta ja huolta jokaisessa meissä** yksilönä. On se näkynyt **meillä** selvästi." (HS 12.11.2008).

Tietenkin voi pohtia sitä, kuinka laskelmoidusti puhetyyliä käytetään ja kenestä sen käyttäminen lähtee: tuovatko johtajat tunteitaan esille itse haastatteluissa, vai syntyvätkö tunteita heijastelevat sitaatit toimittajien esittämien kysymysten tuloksena, jotta artikkeleihin saadaan väriä ja tunnetta eli lukijoita kiinnostavia elementtejä.

Varsinaisten ikävien toimenpiteiden toteuttamisen lisäksi johto alistuu alaistensa palautteelle: kritiikille ja vihanpurkauksille. Toisinaan medialta on löytynyt ymmärrystä niin paljon, että johto on päässyt esittämään oman kantansa ja puolustuksensa väitteisiin.

- (39) "Olen saanut paljon palautetta, joka on **sattunut**. Emme me johtajat ole mitään hirviöitä. Olemme onnistuneet sentään säilyttämään Suomeen jäävät 7000 työpaikkaa." [Nokia Siemens Networksin toimitusjohtaja Simon Beresford-Wylie] (HS 6.12.2008)

Vaikka ylimmän johdon rooli on erilainen toimenpiteiden toteuttajana, saattaa toimitusjohtajallakin käydä toisinaan huonosti irtisanomistilanteessa. Kun johtaja päätyy itse vähennysten kohteeksi, on henkilöstöön samaistuminen aidompaa.

- (40) "Ei Silja Line tarvitse kahta toimitusjohtajaa, se on tosiasia. Löytyykö minulle näiden neuvottelujen jälkeen muuta työtä on toinen asia. Työpaikan menettäminen **koskee aina** ja omalle kohdalle osuvaa

irtisanomista on aina vaikea hyväksyä. Maanantaina osaan vastata tarkemmin", sanoo Grönvall. (HS 12.11.1992)

Johdon inhimillistämisen diskurssi oli positiivinen ilmentymä irtisanomisartikkelien kaavamaisessa ja persoonattomassa viidakossa. Diskurssi toi organisaation eri tasoilla olevat tahot lähemmäksi toisiaan ja myös nimensä mukaan toi inhimillisyyttä ja persoonallisuutta sitaatteihin. Diskurssimuoto ei ollut kovin yleinen, mutta se toi pientä eroa muutoin melko samankaltaisia juttuja julkaisseiden Helsingin Sanomien ja Kauppalehden välille. Helsingin Sanomissa tämä diskurssityyppi oli Kauppalehteä hieman yleisempi, mikä ei yllätä, sillä Helsingin Sanomat pyrkii tuomaan enemmän ihmisenäkökulmaa esiin jutuissaan.

4.1.5 Sidosryhmien etua painottava diskurssi

Osassa johdon lainauksia viitattiin tärkeänä irtisanomisiin liittyvänä tekijänä sidosryhmät. *Sidosryhmien etua painottavassa diskurssissa* sidosryhmät nähtiin oleellisena toimenpiteiden käynnistämisen kannalta. Yrityksen sidosryhmistä lainauksissa esiintyi kuitenkin vain kaksi ryhmää, omistajat ja asiakkaat. Myös yrityksen työntekijät ovat sen keskeinen sidosryhmä, mutta koska henkilöstön asema poikkeaa oleellisesti muista sidosryhmistä ja sen edun huomioivan diskurssityypin ilmeneminen aineistossa on jo esitelty aiemmin kohdassa 4.1.3, tämä sidosryhmä jätetään huomiotta tässä yhteydessä.

Omistajien edun diskurssissa yrityksen omistajat eli siihen investoineet tahot, olivatpa nämä omistaja-yrittäjiä tai pelkkiä finanssisijoittajia, tuotiin eksplisiittisesti esiin yritysjohdon sitaateissa. Tämä diskurssityyppi on suoraan sidoksissa yrityksen taloudelliseen vastuuseen, sillä omistajien tuotto-odotuksiin vastaamisen katsotaan olevan osa yrityksen taloudellista vastuuta (Niskala ym. 2009: 20).

Omistajanäkökulmaa esille tuovissa sitaateissa korostui se, että vaikka johto voi suhtautua omistajiin monin erin tavoin, näiden nähdään osakkeenomistajina kuitenkin aina edellyttävän hyvää tulosta.

- (41) -Jokainen omistaja, kuka tahansa se sitten onkin, **vaatii hyvää tulosta**. Tehdään me vain töitä. Tällaisen vastauksen on antanut ainakin Tamrockin tanskalainen toimitusjohtaja Ole Jacobsen. (KL 16.1.1992)

Lainaus (41) painottaa omistajien erillisyyttä yrityksen operatiivisesta henkilöstöstä, joihin kuuluvaksi johtokin itsensä tässä yhteydessä lukee. Tämä on mielenkiintoinen näkökulma, sillä usein johto sijoitetaan ainakin työntekijänäkökulmasta eri leiriin, ”ahneiden omistajien” käytyreiksi.

Seuraavassa lainauksessa (42) näkökulma onkin vastakkainen: johto kiittelee finanssiomistajaa siitä, että se on uskaltanut tehdä nopeita leikkauspäätöksiä, joihin epäilemättä kuuluu myös henkilöstövähennyksiä. Johto omaksuu siis täysin omistajalähtöisen näkökulman ja positioi itsensä lähemmäksi omistajia kuin työntekijöitä.

- (42) [Parocin toimitusjohtaja] Peder Biesen mukaan pääomasijoittaja-pääomistajan keskeinen anti yhtiölle on ollut **vaatimus piilevän tuloksetekokyvyn esiinkaivamisesta**. Hallinnosta on saatu suppea ja nopea, liikakapasiteettia on uskallettu leikata, päällekkäisyyksiä on karsittu. "Ei mikään pörssi-yhtiö tekisi tällä tavalla", Biese kiittelee leikkausten nopeutta ja syvyyttä. Pörssi-yhtiön pitää näyttää tulosta, jotta se voisi jakaa osinkoja, joten se ei voi äkkiä parantaa tulokuntoaan. (HS 26.3.2001)

Keskeinen ominaisuus, joka omistajiin liitettiin, oli kärsimättömyys. Omistajien nähtiin haluavan tuottoa nopeasti tai he vievät sijoituksensa muualle tai ainakin lopettavat lisärahoituksen tarjoamisen ongelmalliselle yritykselle.

- (43) [Nexplon toimitusjohtaja Pasi] Niinikoski ja [Nammon toimitusjohtaja Jan] Koivurinta korostivat, että Nammon ja Nexplon omistajat eivät voi odottaa kovinkaan kauan. Yhtiöt tuottavat jo nyt miljoonia markkoja tappiota vuodessa. (HS 3.5.2001)

Toinen toistuva attribuutti, jolla omistajia luonnehdittiin, oli kärsimättömyyden vaihtoehto, sitoutuminen. Tämä tosin edellytti kannattavuutta, sillä tappiolliseen yritykseen ei kukaan omistaja halua sitoutua pitkäksi aikaa.

- (44) "Omistaja Otrum on sitoutunut toiminnan jatkamiseen kunhan tehdas saadaan kannattavaan kuntoon", [Turun televisiotehtaan toimitusjohtaja Jouni T.] Laine sanoo. "Valmistus ja tuotekehitys täällä kyllä osataan." (HS 27.5.2001)

Myös tässä sitaatissa näkyy se, että johto sijoittaa itsensä lähemmäksi työntekijöitä kuin omistajia, ikään kuin keskustelukumppaniksi ja välittäjäksi kahden sidosryhmän väliin. Kaikkiaan omistajiin suhtauduttiin artikkeleissa hyvin eri tavoin puhujasta riippuen. Kommenttien luonteeseen vaikutti paljon se, miten lähellä omistaja istuu: ulkomaisista omistajista puhuttiin kriittisemmin kuin kotimaisista. Toisaalta johto sitoutetaan usein osakeomistuksella edustamaansa yhtiöön, joten johdosta tulee väkisinkin myös omistajia. Kaikkiaan omistajien etua painottavia kommentteja löytyi aineistosta vain vähän.

Omistajia huomattavasti paremmin aineistossa edustettu sidosryhmä oli asiakkaat. Asiakkaiden etu tuli esiin muun muassa yhteyksissä, joissa yrityksissä tehtävät toimenpiteet liittyivät asiakaskentässä tapahtuneisiin muutoksiin tai asiakaspalvelun parantamiseen. Näin asiakkaita käytettiin ikään kuin pontimena toimenpiteiden aloittamiselle.

- (45) Merita rukkaa alueorganisaatiotaan niin, että yksi konttorinjohtaja johtaa ensi syksystä lähtien 2-3 konttoria.
"Vapautuvat voimat siirretään konttorien johtamisesta puhtaasti asiakaspalvelutyön johtamiseen. Koitamme näin kääntää painopistettä hallinnosta asiakkaisiin päin", Merita Pankin toimitusjohtaja Kari Jordan sanoo. (HS 8.6.2001)

Toinen tapa korostaa asiakkaiden etua oli todeta, että tehtävillä säästötoimenpiteillä ei ole merkitystä asiakkaille. Erityisen usein asiakasnäkökulma tuli esiin mediatalojen irtisanomisuutisten perusteluissa. Johtajat vetosivat kuluttajamieltyymysten muutokseen irtisanomisten syynä tai vakuuttivat, etteivät henkilöstövähennykset näy kuluttajalle saakka.

- (46) [MTV3:n] Ohjelmajohtaja Jorma Sairanen korostaa, että **ohjelman laadusta ei tingitä**. Kustannusten keventäminen perustuu toiminnan tehostamiseen. (KL 27.3.2001)

- (47) Säästökuureista tiedottaneista medioista ainoastaan Nelonen ei ole perustellut tiukkaa linjaa huonolla markkinatilanteella. Nelosen liiketoiminnanjohtajan Hans Edinin mukaan väkeä karsitaan, koska **kuluttaja toivoo** entistä tiiviimpiä uutislähettyksiä. (HS 8.2.2009a)

Yleistä oli myös se, että tilaisuus tulla lainatuksi mediassa käytettiin sen vakuuttamiseen, että vähennykset eivät vaikuta asiakastoimituksiin tai -suhteisiin.

- (48) [Componentan] Toimitusjohtaja Heikki Lehtonen vakuuttaa, että toimista huolimatta **yhtiö varmistaa vakaat toimitukset asiakkailleen**. (HS 16.12.2008)
- (49) Lähivakuutuksen menestys on pitkälti rakentunut sille, että se tuntee erittäin hyvin asiakkaansa ja niiden riskit. [Toimitusjohtaja Erkki] Moisander vakuuttaa, että **muutoksen yhteydessä paikallisuudesta pidetään tiukasti kiinni** muun muassa vahinkojen korvaustoiminnassa. (KL 23.4.2009b)

Vaikka asiakkaat huomioiva diskurssi ottaa huomioon myös yrityksen ulkopuolisen sidosryhmän, liittyy sen käyttö pääasiassa yrityksen taloudelliseen vastuun aspektiin. Asiakkaat nähdään myynnin kohteina ja taloudellisen menestyksen lähteinä, joita kohtaan pyritään toimimaan vastuullisesti lähinnä siksi, että he tai ne pysyisivät jatkossakin asiakkaina. Vain osassa diskurssityyppejä edustavissa lainauksissa asiakkaat on otettu huomioon tavalla, joka kuvastaa yrityksen sosiaalista vastuuta.

4.2 Diskurssityyppien jakautuminen

Tarkasteltavia artikkeleita oli siis kaikkiaan 277. Näistä 121 artikkelia eli 44 prosenttia keskittyi pelkästään irtisanomisten perustietojen antamiseen tai syiden erittelyyn, eikä sisältänyt mitään johdon näkemyksiä laajemmin merkityksellistävä sitaattia, joka olisi voitu tulkita edellä esitettyjen diskurssityyppien kautta. Se, että näin suuressa osassa artikkeleita ei ollut mitään tarkempaa johdon sitaattia kuin toimenpiteiden perustelut kertoo osaltaan siitä, että irtisanomisista tai muista henkilöstövähennyksistä kertovissa artikkeleissa noudatetaan talousuutisoiminnan perinteistä kaavaa, jossa ei vaadita johtajia esiin, eikä heiltä erityisen omaäänisiä lausuntoja.

Artikkeleista 156 eli 56 prosenttia aineistosta sisälsi yhden tai useamman edellä mainitun diskurssityypin ilmentymän. Löydettyjen diskurssien esiintyminen jakautui aineistossa taulukon 3 osoittamalla tavalla.

Taulukko 3. Diskurssityyppien esiintymistiheys ja jakautuminen eri lehtien kesken

Diskurssityyppi	Esiintymiskerrat						
	Helsingin Sanomat			Kauppalehti			Yhteensä
	92	01	08-09	92	01	08-09	
Vaihtoehdottomuuden diskurssi	5	1	7	4	1	3	21
Tulevaisuuteen katsova diskurssi							
<i>Tulevaisuuden uskon diskurssi</i>	4	3	6	2	1	5	21
<i>Varautumisen diskurssi</i>	2	2	5	0	0	2	11
Henkilöstön edun huomioiva diskurssi							
<i>Vaikutusten minimoinnin diskurssi</i>	6	10	14	2	7	8	47
<i>Henkilöstön osallistamisen diskurssi</i>	2	4	8	2	0	8	24
<i>Henkilöstön tukemisen diskurssi</i>	2	7	8	1	2	4	24
Johdon inhimillistämisen diskurssi							
<i>Johto osallistuu talkoisiin -diskurssi</i>	2	3	6	2	1	1	15
<i>Johtajallakin on tunteet -diskurssi</i>	3	3	8	1	0	3	18
Sidosryhmien etua painottava diskurssi							
<i>Omistajien edun diskurssi</i>	0	5	1	1	0	0	7
<i>Asiakkaat huomioiva diskurssi</i>	4	7	10	0	1	5	26

Ylivoimaisesti eniten näkyvyyttä sai henkilöstön edun huomioiva diskurssi ja erityisesti sen aladiskurssi, jossa johtajat puhuivat vaikutusten minimoinnista. Tämä johtunee siitä, että negatiivisessa tilanteessa pyrkimys henkilöstövaikutusten vähentämiseen on yksi

ainoista mahdollisista tavoista vähentää ikävien toimenpiteiden yrityksen maineelle aiheuttamaa vaikutusta. Diskurssityyppiä edustavat sitaatit olivat pääosin hyvin samankaltaisia, joten niiden esiintymisen voi tulkita kertovan enemmän konvention omaksumisesta kuin aidosta välittävästä suhtautumisesta henkilöstön tilannetta kohtaan.

Hieman yllättäen omistajien edun huomioiva diskurssi esiintyi aineistossa vain hyvin harvakseltaan. Tämä voi johtua siitä, että omistajat ja sijoittajat on leimattu mediakeskustelussa moneen kertaan ahneiksi oman edun tavoittelijoiksi henkilöstön kustannuksella, ja johdon on oma selustansa turvatakseen pysyttävä omistajien tekemien päätösten takana, olivatpa he henkilökohtaisesti niistä mitä mieltä tahansa. Sidosryhmistä asiakkaat nousivatkin sitaateissa omistajia keskeisemmäksi kohteeksi johdon sitaateissa.

Luonnollisesti aineistosta nousi esiin muitakin mahdollisia diskurssityyppejä edellä mainittujen, analyysiin nostettujen puhetyyppien lisäksi. Mahdollisia diskursseja oli esimerkiksi virheen myöntämisen diskurssi. Muutamissa tapauksissa johto lähti avoimesti erittelemään tekemiään virheitä. Tämä diskurssityyppi jäi kuitenkin esiintymistiheydeltään vähäiseksi ja tavallaan lukeutui toimenpiteiden syitä erittelevään diskurssityyppiin, minkä takia se jäi lopulta pois analyysistä.

4.3 Tulokset suhteessa yhteiskuntavastuun osa-alueisiin ja ideologioihin

Tässä alaluvussa palasin työn alussa esittämäni päätutkimusongelmaan ja selvitin, miten talouslehdissä olevat yrityksen irtisanomisia kuvaavat yritysjohton sitaatit ilmentävät yritysten kantamaa yhteiskuntavastuuta. Tarkastelin vastuun ilmenemistä ja hegemonia-asetelman syntymistä kahdesta eri näkökulmasta: ensimmäinen lähtökohtani oli perinteinen jaottelu taloudelliseen ja sosiaaliseen yhteiskuntavastuuseen, minkä jälkeen tutkin sitaattien ilmentämiä ideologioita ja niiden hegemonian muodostumista suhteessa Takalan (2000) kehittämiin yhteiskuntavastuun ideologiamalleihin.

4.3.1 Taloudellisen ja sosiaalisen yhteiskuntavastuun suhde

Lähtökohtanani analyysia aloittaessani oli, että jokainen irtisanomis- tai lomauttamisilmoitus kuvastaa taloudellisen vastuun ottamista. Vuodesta 2001 lähtien tarkasteltavissa artikkeleissa on kuitenkin noussut keskustelunaiheeksi se, käytetäänkö henkilöstön irtisanomisia vain tekosyynä nostaa tuottavuutta, myös tilanteissa, joissa se ei olisi markkinatilanne huomioon ottaen vielä välttämätöntä. Esimerkiksi Akavaan kuuluva Insinööriliitto paheksui julkisesti työnantajien menettelyä ja väitti yritysten käyttävän taantumaa häikäilemättömästi hyväkseen irtisanoen työntekijöitä ilman varsinaista tarvetta syksyllä 2001 (Kostamo 2001). Samasta aiheesta keskusteltiin syksyllä 2008. Tällöin esimerkiksi Tekniikka & Talous -lehdessä (Peltonen 2008) esitettiin, että kun yt-neuvotteluista kirjoitetaan jatkuvasti lehtien palstoilla, voidaan henkilöstöä vähentää helpommin ”varmuuden vuoksi”, lyhyen aikavälin voittojen turvaamiseksi. Yrityksen maine ei kärsi niin paljon kuin normaalitilanteessa, kun ”kaikki muutkin” vähentävät väkeä.

Helsingin Sanomissa esitetään esimerkki tällaisesta tapauksesta, jossa lääkevalmistaja Orionia epäillään irtisanomisista ilman lain edellyttämiä perusteita.

- (50) Työpaikkoja vähentämällä Orion yrittää varmistaa kilpailukykynsä tulevaisuudessa. Sen tärkeimpiä tuotteita suojaavien peruspatenttien voimassaolo päättyy ensi vuosikymmenen alkupuolella. – –
Huippukannattavan yhtiön yt-neuvottelut olisivat tähän mennessä räikein esimerkki siitä, miten nyky-Suomessa massairtisanomisia tehdään ilman minkäänlaisia taloudellisia tai tuotannollisia perusteita. (HS 20.11.2008)

Lähiluin aineistoni uudelleen tästä näkökulmasta ja tarkastelin, löytyykö kaikista aineistooni kuuluvasta 277 artikkelista *aito* taloudellista vastuuta tukeva ideologinen asetelma vai pitäisikö esimerkiksi varautumisen diskurssiin kuuluvat artikkelit jättää tämän ryhmittelyn ulkopuolelle. Koska yritysten motiiveja on mahdoton tulkita yksittäisten artikkelien perusteella, päädyin lopulta esittämään, että kaikissa aineistoon kuuluvissa artikkeleissa esiintyy taloudellisen vastuun näkökulma.

Tämän jälkeen ryhdyin selvittämään, miten sosiaalinen vastuu välittyi yritysjohtajien sitaateista. Aiemmin esittämäni diskurssityypittely osoittautui hyödylliseksi, sillä saatoin todeta uuden lähiluvun jälkeen, että lähes kaikissa artikkeleissa, joissa tätä vastuutyyppiä esiintyi, se ilmeni alaluvussa 4.1 erittelemäni henkilöstön edun huomioivan diskurssin kautta. Henkilöstön lisäksi sidosryhmistä myös vastuu asiakkaista välittyy asiakkaat huomioivan diskurssin kautta. Osa tähän diskurssityyppiin luettavista artikkeleista välittää niin selkeän sosiaalisen vastuun aspektin, että olen laskenut ne mukaan sosiaalisen vastuun ilmentymiksi.

Yhteiskuntavastuun kolmannen alueen, yritysvastuun, jätin huomioimatta, koska se ei ole relevantti näkökulma aineistossa käsitellyistä irtisanomisista keskusteltaessa.

Taulukko 4. Yhteiskuntavastuutyyppien esiintyminen aineistossa

	Helsingin Sanomat		Kauppalehti		Lukumäärä	
	Lukumäärä	%	Lukumäärä	%	Lukumäärä yhteensä	% yhteensä
Taloudellista vastuuta kuvaavien artikkeleiden määrä	186	100 %	91	100 %	277	100 %
Sosiaalista vastuuta kuvaavien artikkelien määrä	60	32 %	35	38 %	95	34 %

Taloudellisen vastuun näkökulma oli kiistatta hegemoninen, sillä se välittyi siis kaikista aineiston artikkeleista. Irtisanomisten taustallahan voidaan katsoa olevan lähtökohtaisesti juuri ajatus taloudellisen vastuun kantamisesta. Sen sijaan yritysten tuntemaa sosiaalista vastuuta ilmensi 95 artikkelia eli 34 prosenttia kaikista aineiston artikkeleista. Vaikka Kauppalehteä pidetään yritysmaailman äänenkannattajana, esiintyi sosiaalisen vastuun näkökulma sen artikkeleissa hieman tiheämmin kuin Helsingin Sanomissa: Kauppalehdessä sosiaalista vastuuta ilmensi 38 prosenttia tarkasteltuja artikkeleita, kun Helsingin Sanomissa vastaava luku oli 32 prosenttia. Näin sain

vastauksen alussa esittämäni tutkimuskysymykseen johdon merkityksellistämisen eroista eri talousmedioiden välillä.

Mielenkiintoista on myös se, että sana *vastuu* mainitaan 277 artikkelin aineistossa ainoastaan kolme kertaa johdon kommentoissa, kaikki viimeisimmän tarkasteluajanjakson aikana.

- (51) Nokian tuotekehitysjohtaja Antti Vasara vakuutti, että lakkautuspäätös on lopullinen ja että se tietää runsaasti irtisanomisia. Työntekijöille tarjotaan toki erilaisia vaihtoehtoja, kuten siirtymistä toiseen yksikköön tai lakisääteistä parempaa irtisanoutumiskorvausta.
"Emme ole tehneet päätöstä huolimattomasti. **Ymmärrämme vastuamme**. Kaikki muut konstit on mietitty. Ei tämä ole yksi juttu muiden joukossa", hän totesi. (HS 12.2.2009)
- (52) UPM tarjosi konsulttiapua Voikkaan tehtaalta vuonna 2006 irtisanotuille, ja vastaavaa uudelleensijoittumisvalmennusta on tarjolla myös nyt. Valmennuksen lisäksi konsultit olivat Voikkaalla aktiivisesti yhteydessä alueen yrityksiin.
- Yrityksiin soittaminen on ollut tärkeää, sillä työvoimatoimiston kautta ei välttämättä löydy niin sanottuja piilotyöpaikkoja, kertoo UPM:n Pohjois-Euroopan henkilöstöjohtaja Sakari Toivonen. Työntekijäportaalle tarjottiin pääasiassa ryhmävalmennusta, mutta mitä vaativammasta tehtävästä on kyse, sitä yksilöllisempää neuvontaa oli tarjolla. Toivonen uskoo konsulttiavun parantaneen irtisanottujen työllistymisprosenttia.
 - Se on osa yrityksen **vastuullisuutta**. Tuki on haluttu suunnata nimenomaan uuden työn löytämiseen, koska sillä on pitkäaikaisimmat vaikutukset, Toivonen kertoo. (KL18.11.2008)

Tästä voisi päätellä, että yrityksillä olisi mahdollisuus tuoda itse vastuullisuusnäkökulma osaksi keskustelua huomattavasti viime vuosikymmeniä aktiivisemmin. Kuten De Man (2005: 40–41) totesi, yritysten tulisi löytää keinoja kertoa yhteiskuntavastuustaan maineensa parantamiseksi. Teeman sitominen osaksi kaikkea relevanttia mediassa tapahtuvaa viestintää, johdon haastattelut mukaan lukien, voisi olla yksi tällainen tapa.

4.3.2 Yhteiskuntavastuun ideologiamallit aineistossa

Seuraavaksi vertailin aineistoani Takalan (2000) esittämään kolmeen ideologiamalliin eli omistajalähtöiseen, sidosryhmälähtöiseen sekä laajan sosiaalisen vastuun ideologiaan. Kävin läpi aineistoni vielä uudestaan ja luokittelin artikkelit sen mukaan, mikä ideologia tuli voimakkaimmin esiin kustakin artikkelista ja erityisesti niissä esiintyneistä johdon sitaateista. Lähtökohtani oli, että artikkelit edustivat omistajalähtöistä ideologiaa, ellei niistä voinut erottaa selkeitä viitteitä sidosryhmälähtöiseen tai laajan sosiaalisen vastuun ideologiaan. Kukin artikkeli voi edustaa vain yhtä ideologiaa. Vaikka ilmentymät ovat lähellä toisiaan, en laskenut taloudellisen vastuun olevan suoraan yhtäläinen omistajalähtöisen ideologian enkä sidosryhmälähtöisen ideologian sosiaalisen vastuun kanssa. Vaihtoehtojen puntarointia aiheuttivat erityisesti niin henkilöstön etua painottava kuin sidosryhmät huomioiva diskurssi, koska molemmissa näistä otettiin usein huomioon kerrallaan vain yksi sidosryhmä. Sidosryhmälähtöisen ideologian toteutuminen olisi vaatinut usein kokonaisvaltaisempaa eri kohderyhmien huomioimista kuin mikä artikkeleista nyt välittyi.

Taulukko 5. Yhteiskuntavastuun ideologiamallien esiintyminen aineistossa

	Helsingin Sanomat		Kauppalehti		Lukumäärä	
	Lukumäärä	%	Lukumäärä	%	Lukumäärä yhteensä	% yhteensä
Omistajalähtöinen ideologia	129	69 %	57	63 %	186	67 %
Sidosryhmälähtöinen ideologia	57	31 %	33	36 %	90	32 %
Laajan sosiaalisen vastuun ideologia	0	0 %	1	1 %	1	0,4 %

Kuten yllä olevasta taulukosta on nähtävissä, omistajalähtöisyys oli ideologia, joka välittyi useimmista artikkeleista ja saavutti siis hegemonian. Vain kolmannes artikkeleista (32 prosenttia) edusti sidosryhmälähtöistä ajattelutapaa. Sen sijaan oli hyvin harvinaista, että yrityksen edustaja ilmaisi yrityksen tuntevan henkilöstöä laajemmalle ulottuvaa sosiaalista vastuuta ympäröivästä yhteisöstään. Itse asiassa vain yhdestä artikkelista tällainen näkökulma löytyi.

- (53) Kuljetus- ja huolintaliike Varovalla on kunnioitettava tapa tehdä lamatalkoita. Sen sijaan että yhtiö lomauttaisi tai irtisanoisi työntekijöitään se tarjoaa heille mahdollisuuden auttaa vanhuksia Kustaankartanon vanhainkodissa Helsingissä.
- Kun emme halunneet lomauttaa tai irtisanoa, mietimme johtoryhmässä, mitä sellaista ihmiset voisivat tehdä, josta olisi hyötyä. Eihän Kustaankartanolla ja kuljetusalalla ole mitään tekemistä keskenään, mutta tähän päädyttiin, Varovan toimitusjohtaja ja omistaja Pekka Laitinen kertoo. (KL 23.4.2009)

Artikkelissa kuvattu yrityksen tapa pitää huolta ympäröivästä yhteiskunnasta vaihtoehtona sille, että sen työntekijät lomautettaisiin, kuvastaa hyvin Takalan (2000: 13–15, 18) kuvaamaa laajan sosiaalisen vastuun ideologiaa. Varova on ottanut toiminnassaan huomioon ympäröivän maailman, vaikka tämä heikentää lyhyellä tähtämellä sen tulosta. Yrityksen lopullinen päämäärä ei ole ainakaan tässä yhteydessä pelkkä voiton tuottaminen, vaan yhteiskunnan hyvinvoinnin ja elämänlaadun ylläpitäminen.

Lopuksi vastaan alussa asettamaani tutkimuskysymykseen siitä, millaisia merkityksellistämisen eroja eri taantumien aikoina esitetyissä sitaateissa oli havaittavissa. Erojen löytämiseksi viittaan taulukossa 3 erittelemiini diskurssityyppeihin.

Merkittävin ero eri taantumien välillä esiintyi henkilöstön edun huomioimisessa. Diskurssityypin aladiskursseista vaikutusten minimoinnin diskurssin ja henkilöstön tukemisen diskurssin esiintymät lisääntyivät taantumasta toiseen, etenkin vuoden 1992 jälkeen. Esimerkiksi kun vaikutusten minimoinnista puhuttiin sitaateissa vuonna 1992

yhteensä molemmissa julkaisuissa 8 kertaa, olivat maininnat lisääntyneet 17 kertaan vuonna 2001 ja 22 kertaan tarkastelujaksona 2008–2009. Tulkitsen tämän kertovan osaltaan siitä, että johtajat tuntevat ja ilmaisevat sosiaalista vastuuta tai ainakin heidän edellytetään siitä puhuvan koko ajan useammin.

Sen sijaan vaihtoehdottomuuden diskurssia esiintyi suhteessa enemmän vuonna 1992 kuin sen jälkeisinä tarkasteluajanjaksoina: vuonna 1992 diskurssi esiintyi 9 kertaa, 2001 vain 2 kertaa ja 2008–2009 yhteensä 10 kertaa, jolloin kuitenkin tarkasteltavia artikkeleita oli reilusti enemmän kuin vuonna 1992. Tämän voi tulkita kuvaavan vuoden 1992 tilanteen epätoivoisuutta: jälkimmäisissä taantumissa taloudellista tilannetta ei nähdä aivan yhtä epätoivoisena yksittäisten yritysten kannalta.

Varautumisen diskurssin ilmentyvät jäivät melko vähäisiksi, yhteensä diskurssityyppi esiintyi aineistossa vain 11 kertaa. Diskurssin ilmentymien lukumäärässä näkyi pientä kasvua viimeisen taantumien kohdalla, mutta kokonaisuudessaan määrä oli yllättävän vähäinen ottaen huomioon sen, kuinka paljon huonoihin aikoihin varautumisesta irtisanomisia hyödyntäen puhuttiin muuten mediassa samana ajanjaksona.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Vaikka yritysten yhteiskuntavastuuraportointi on melko tuore, vasta viimeisten vuosikymmenten aikana paikkansa virallisesti vakiinnuttanut ilmiö, on ajatus yhteiskuntavastuun käsitteen takana vuosisatoja vanha. Yrityksillä on ollut kautta aikojen omistajia ja johtajia, joiden henkilökohtaiseen ideologiaan on kuulunut sosiaalisen vastuun käsite – pitää hyvää huolta työntekijöistään ja näiden perheistä, ympäristöstä ja ympäröivästä yhteisöstä. Esimerkiksi monien suomalaisten paperitehtaiden takana vaikuttivat 1800-luvulta lähtien patruunat, varakkaiden perheiden pääät, joiden rahoilla pyöritettiin paitsi perheyritystä, myös rakennettiin paikkakunnan kirkot, koulut ja sairaanhoitojärjestelmä (Talvio & Välimaa 2004: 19–20). Kun lukee irtisanomisia käsitteleviä media-artikkeleita 1990- ja 2000-luvulla, jää kaipaamaan tällaista patruunahenkistä sosiaalisen vastuun kantamista.

Määrittelin työni alussa tavoitteekseni selvittää, miten talouslehdissä julkaistut yritysten irtisanomisia kuvaavat yritysjohton sitaatit ilmentävät yritysten yhteiskuntavastuuta. Tarkastelemani artikkelit osoittivat, että niissä toistuva peruskaava kuvaa yhteiskuntavastuun taloudellista puolta eli pyrkimystä kääntää yritystoiminta kannattavaksi tai entistä tuottavammaksi. Vaikka yhteiskuntavastuun vaatimus on tutkimusten mukaan yleistynyt, syntyy mediatekstejä lukiessa kuva, ettei sen sosiaalinen puoli ole kasvanut samaa tahtia vaateen kanssa. Tätä käsitystä tukevat myös työni tulokset: vain kolmannes, 34 prosenttia artikkeleista, sisälsi viitteitä sosiaalisen vastuun kantamisesta. Sen sijaan taloudellisen vastuun kantamisen näkökulma esiintyi kaikissa artikkeleissa, koska irtisanomiset ja lomautukset ovat lähtökohtaisesti ilmentymiä taloudellisesta vastuusta taloudellisen ahdingon uhatessa yritystä.

Sen määrittely, onko kolmasosa liian vähän vai itse asiassa yllättävän paljon, voi tietenkin olla kiistanalaista. Siitä huolimatta, että suuria määriä työntekijöitä irtisanovilla yrityksillä on esimerkiksi uudelleentyöllistämishjelmiä, leimaa näitä toimenpiteitä median käsittelyssä tunne päälle liimaamisesta, opportunistisesta halusta säilyttää yrityksen maine, ei niinkään yritysten aidosta kiinnostuksesta työntekijöiden

kohtaloa kohtaan. Osaltaan tämän tunteen rakentumiseen vaikuttanee yritysten puhemieskulttuuri: etenkin suurissa yrityksissä niiden edustajat toistelevat valmiiksi suunniteltuja, hyvin samankaltaisina yrityksestä toiseen toistuvia lauseita, joista puuttuu inhimillinen lämpö ja sitä kautta ihmisistä aidosti välittämisen kulttuuri.

Esittelin työni aluksi tutkimusongelmani tarkastelua tukemaan kolme tutkimuskysymystä. Kysymykseen siitä, millaisia eroja eri taantumien aikoina esitetyissä sitaateissa oli havaittavissa, on todettava, että irtisanomisista käsittelevistä artikkeleista piirtyi ennen kaikkea kuva tarkastelun kohteena olleiden kolmen ajanjakson keskenään erilaisesta luonteesta. 1990-luvun alun lama oli lukujenkin valossa kolmesta taantumasta vakavin, ja tämä näkyy myös irtisanomisuutisten lohduttomuutena. Irtisanomisten kohteeksi joutuivat yritysmaailmassa työskentelevien lisäksi valtion, kuntien ja erilaisten järjestöjen ja liittojen työntekijät. Yritykset ajautuivat usein konkurssiin, eikä korvaavia työpaikkoja kerta kaikkiaan ollut tarjolla.

2000-luvun alun IT-kuplan puhjettua irtisanomisuutiset käsittelivät eniten teknologia- ja rahoitusalan ammattilaisia. Siinä missä edellisen matalasuhdanteen uutiset koskettivat pääsääntöisesti Suomea, globalisaatio oli tällä välin saavuttanut koti-Suomen. Valtavista irtisanomisista IT-kuplan aikoihin ilmoittivat eniten ulkomaalaiset yritykset. Leimallista oli, että muutamat suomalaiset teknologiayritykset kuten Sonera ja Satama Interactive ajautuivat uhkarohkeiden, jopa vastuuttomiksi tulkittavien kansainvälistymisstrategioidensa takia merkittäviin ongelmiin, joita puitiin jatkuvasti lehtien palstoilla. Jos dotcom-yrityksillä olikin harvinaisen hyvät henkilöstöedut nousun vuosina, ei sosiaalisesta vastuusta ollut juuri tietoa, kun rajua pudotusta ja irtisanomiset alkoivat. Oikeastaan koko it-kupla syntyi siitä, että taloudellista vastuuta ei kannettu riittävästi, kun kuviteltiin uuden talouden mallien kumonneen sen vaatimukset.

Kirjoitushetkellä markkinatilanteeseen edelleen vaikuttava finanssikriisi on myös luonteeltaan kansainvälinen. Siinä missä syyt edellisten taantumien aikana yritysten ongelmiin kumpusivat pääosin kotimaassa tehdyistä virheistä, oli eurokriisin vaikutus

2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopulla saanut aikaan sen, että ongelmat nousivat kansainvälisten markkinoiden kysynnän hiipumisesta.

Huolimatta selkeistä eroista kolmen eri taantuman välillä irtisanomisista puhumisen tapa ei ollut kahden vuosikymmenen aikana juuri muuttunut. Päälimmäisenä kaavamaisen samankaltaisina toistuvista irtisanomisista koskevista artikkeleista jäi vaikutelma, että yritykset eivät ole ymmärtäneet yhteiskuntavastuun merkitystä maineelleen, eivätkä sitä, että ne voisivat kertoa paljon laajemmin sosiaaliseen vastuuseen kuuluvista asioista. Toki sosiaalisen vastuun ilmentymissä näkyi jonkin verran muutoksia, sillä esimerkiksi 1990-luvulla ei puhuttu juurikaan tukipaketeista tai uudelleensijoittumispalveluista (outplacement), jotka olivat yleistyneet 2000-luvulle tultaessa. Laajat vapaaehtoiset irtisanomispaketit olivat Nokian 2000-luvun keksintö. Ylipäänsä Nokia erottui massasta, sillä se ei koskaan tilaisuuden tullen jättänyt kertomatta siitä, kuinka se tukee ja yrittää uudelleen työllistää irtisanomiaan henkilöitä. Myös pienten ja innovatiivisten yritysten ratkaisut saivat toisinaan palstatilaa.

Artikkelit eivät kuitenkaan välttämättä välitä koko kuvaa, sillä myös lama oli syvempi 1990-luvun alussa, joten yrityksillä ei ehkä ollut taloudellisia mahdollisuuksiakaan tuen antamiseen, vaikka halua olisikin ollut. Säästömenetelmistä kovinta, irtisanomisia, välteltiin kaikkina tarkasteltuina vuosikertoina. Vuonna 1992 ei kuitenkaan puhuttu määräraikaisten työntekijöiden ja vuokratyövoiman supistamisesta ensimmäisenä keinona. Tapa oli jo varsin yleinen 2000-luvulla. Toisaalta edellisen laman opit näkyivät 2000-luvulla, jolloin yrityksiä kehoitettiin pitämään kiinni työvoimastaan, vaikka kysyntä taantuukin. Artikkeleista välittyi myös pitkään jatkunut keskustelu työnantaja- ja työntekijäpuolen välillä siitä, milloin irtisanominen on oikeutettua, kuinka ennakoivasti se voidaan ajoittaa ja onko voitollisen yrityksen ylipäänsä yhteiskuntavastuun hengessä sopivaa irtisanoa.

Tutkimuskysymykseeni siitä, miten johtotehtävissä olevat henkilöt merkityksellistivät yrityksensä tekemiä irtisanomispäätöksiä, etsin vastauksia pohtimalla aineistosta löytyneiden diskurssien kautta, millaisia ideologiamalleja artikkeleissa olleet sitaattit

edustivat. Saamani tulokset heijastelivat taloudellisen ja sosiaalisen vastuun ilmentymiä: omistajalähtöistä ideologiaa edusti 67 prosenttia ja sidosryhmälähtöistä ideologiaa 32 prosenttia artikkeleista. Valitettavasti laajan sosiaalisen vastuun ideologiaa ei juuri ollut nähtävissä: koko aineistosta vain yhdessä artikkelissa (0,4 prosenttia) ilmeni näin laaja ympäröivästä yhteiskunnasta ja kaikista sidosryhmistä vastuun tunteminen.

Johto keskittyi siis toimenpiteiden syiden ja seurausten erittelyyn. Erittäin harvoin, mutta muutaman kerran kuitenkin, pohdittiin kommentteissa sitä, kuka irtisanotaan monista arvokasta työtä tekevistä tai missä tehtiin virhe, jotta tilanteeseen oli jouduttu. Johto siis pohti omaa vastuutaan tilanteesta vain äärimmäisen harvoin. Ylipäänsä jäi vaikutelma, että johtajat pelkäävät tulla esiin näin vaikeassa tilanteessa ja mieluiten välttelevät omaäänistä asioiden erittelyä negatiivisen julkisuuden pelossa. Voisi kuitenkin olla parempi yrityksen maineen kannalta, jos johtajat puhuisivat avoimesti ja laittaen oman persoonansa peliin silloinkin, kun tilanne on yrityksen kannalta tukala. Vaikka monet yt-neuvotteluihin liittyvät toimenpiteet ovat laissa säädeltyjä, se miten tilanteesta puhutaan julkisesti ja millainen mielikuva tilanteen hoitamisesta välittyy, on yrityksen tulevan työnantajamielikuvan kannalta elintärkeää.

Kolmas tutkimuskysymys käsitteli eroja eri talouslehdissä esitetyissä sitaateissa. Vaikka Kauppalehden taustalla vaikuttava ideologia on lähellä omistajalähtöistä ideologiaa, esiintyi siinä julkaistuissa artikkeleissa vähemmän, 63 prosentissa artikkeleita, omistajalähtöistä ideologiaa kuin Helsingin Sanomissa, jonka kohdalla vastaava luku oli 69 prosenttia. Myös ainoa laajaa sosiaalista vastuuta kuvaava artikkeli ilmestyi Kauppalehdessä. Tarkasteltujen talouslehtien jutuissa ei näkynyt juurikaan eroja, eivätkä niiden ideologinen tausta tai kohderyhmät luoneet merkittävää eroa artikkeleiden välille.

Artikkeleita pitkään tarkasteltuani on pakko pohtia median vastuuta yhteiskunnan epäkohtien paljastajana. Suurin osa artikkeleista oli tyyliltään raportoivia. Jäi vaikutelma, ettei artikkeleissa vähennyksiä kommentoivia yritysjohtajia juurikaan ollut pistetty ahtaalle kyselemällä tarkentavia kysymyksiä vastuunäkökulmasta. Toki

kriittisiäkin juttuja mahtui mukaan, mutta harvemmin samassa yhteydessä yrityksen edustajan sitaattien kanssa. Kritiikkiä esittivät aineistoon kuuluvissa artikkeleissa useimmiten luottamusmiehet. Toimittajat kyseenalaistivat tehtyjä toimenpiteitä toisen tyyppisissä kirjoituksissa kuten kolumneissa ja pääkirjoituksissa. Toki kun tiedetään, kuinka tiukalle toimitusten resurssit on puristettu viime vuosien aikana, on ymmärrettävää, ettei toimittajilla ole yksinkertaisesti aikaa soitella yrityksiin ja vaatia tarkempia selvityksiä annetuille perusteille. Rutiiniluonteiset tiedot tulee saada raportoitua eteenpäin mahdollisimman nopeasti. Kokonaisuudessaan johdon kommentteja löytyi tarkasteluajankohtana julkaistuista artikkeleista, jolloin kuitenkin on käyty läpi lähihistoriamme suurimmat irtisanomisaallot, yllättävän vähän ja ne olivat laadultaan melko mitäänsanomattomia.

Vielä tutkimuksen päätyttyäkin pidän kriittistä diskurssianalyysia sopivana menetelmänä mediassa käsiteltyjen käytäntöjen tutkimukseen kontekstissaan. Menetelmää pidetäänkin hedelmällisimpänä metodina silloin, kun tutkimuskohteena on jokin sellainen ilmiö, joka tunnetaan laajasti, mutta jonka erittely on juuri aiheen tuttuuden takia hankalaa (Valtonen 1998b: 138). Irtisanomisiin ja yhteiskuntavastuuseen liittyvät kysymykset lienevät juuri sellaisia: moni suomalainen on lukenut näistä asioista tai kohdannut niitä omakohtaisesti tai lähipiirissään, mutta niistä keskusteleminen on usein kapea-alaista tai yhtä näkökulmaa korostavaa. Diskurssianalyysin avulla voidaan pureutua itsestäänselvyyksiin ja puntaroida kielenkäytön totuttujen tapojen mukanaan tuomia seurauksia. Metodilla voidaan pureutua mediassa toistuvasti käytettyihin puhetapoihin, osoittaa käytänteitä, niiden seurausten reflektointia ja täten kyseenalaistaa vallitsevaa tilaa. (Valtonen 1998b: 138).

Aineistosta on todettava, että sellaisten artikkeleiden löytäminen, joissa johto olisi aidosti keskustellut tehdyistä päätöksistä, oli hyvin hankala löytää. Tilanteita ei ollut useinkaan taustoitettu. Jos olisin ottanut mukaan aineistooni myös maakuntalehtiä, olisi näkökulma laajentunut ja olisin saanut mahdollisesti mukaan aidompia ja yksityiskohtaisempia kommentteja. Muutoin olisin voinut aineistoani näin muokatakin,

mutta koska tarkastelussa olivat yritykset kaikkialla Suomessa, olisi maakuntalehtiä pitänyt ottaa mukaan valtaisa määrä.

Jälkikäteen pohdin myös sitä, että ehkä olisi ollut järkevämpää tutkia yritysten pörssi- ja lehdistötiedotteita kuin medianäkyvyyttä irtisanomisiin liittyvistä asioista. Alun perin ajattelin, että johdon haastatteluissa antamat kommentit olisivat aidompia kuin tiedotteista poimitut, mutta koska näitä kommentteja oli niin vähän, olisivat tiedotteet sittenkin saattaneet antaa media-artikkeleita vääristymättömämmän kuvan johdon näkemyksistä. Yksi mahdollisuus olisi ollut vertailla, millaisia eroja tiedotteiden ja niitä seuranneiden lehtijuttujen välillä on syntynyt. Mahdollista olisi ollut myös ottaa sidosryhmien kommentit yritysjohtoa laajemmin huomioon: luottamusmiesten, asiakkaiden ja esimerkiksi analyytikkojen sitaatteja tutkittaessa kokonaiskuva olisi saattanut näyttää hyvin erilaiselta.

Jatkotutkimuksena olisi kiinnostavaa paneutua siihen, miten yhteiskuntavastuu näkyy valtioenemmistöisissä yrityksissä tai valtion laitoksissa suhteessa yksityisomisteisiin yrityksiin. Lähtökohtaisesti voisi ajatella, että yrityksissä, joiden takana on valtio, olisi erityisen vahvat vaateet yhteiskuntavastuun periaatteiden noudattamiselle. Kuitenkin tätä työtä kirjoittaessa syksyllä 2012 ja keväällä 2013 on saanut lukea Talvivaaran ympäristöongelmista ja Finnairin toimitusjohtajan asuntokaupoista, joten ei näytä siltä, että vastuullisuusasiat ovat hallussa valtioenemmistöisissä yhtiöissä yhtään sen paremmin kuin täysin markkinaehtoisesti toimivissa yrityksissä.

LÄHTEET

- Ahokas, Jussi & Olli Kannas (2009). Finanssikriisin taustalla yksityisen velan määrän räjähdysmäinen kasvu. *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 2: 186–201.
- Arvopaperipörssin säännöt (2010). [online]. [Lainattu 6.12.2012]. Saatavilla: http://www.nasdaqomx.com/digitalAssets/75/75700_arvopaperiporssin__saanot_01072010.pdf
- Caffentzis, George (1998). The End of Work or the Renaissance of Slavery? Globalization from Below Conference. Duke University 6.2.1998.
- Carroll, Archie B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Journal of Business Ethics*. 7–8: 39–48.
- Carroll, Archie B. & Kareem M. Shabana (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews* 12:1, 85–105.
- Castro, Gregorio Martín de, José Emilio Navas López & Pedro López Sáez (2006). Business and social reputation: Exploring the concept and main dimensions of corporate reputation. *Journal of Business Ethics*. 63, 361–370.
- Dijk, Teun A. van (1998). *Ideology a multidisciplinary approach*. London: Sage Publications.
- The Economist (2008). Diagnosing depression. What is the difference between a recession and a depression? [online]. [Lainattu 17.5.2012]. Saatavilla: http://www.economist.com/node/12852043?story_id=12852043
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha (2000). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Fairclough, Norman (1997). *Miten media puhuu*. Suomentaneet Blom, Virpi & Hazard, Kaarina. Tampere: Vastapaino.
- Foucault, Michel (1972). *The archaeology of knowledge and the discourse on language*. New York: Pantheon Books.
- Friedman, Milton (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times* 13.9.1970, 122–126.
- Heikkinen, Vesa (1999). *Ideologinen merkitys kriittisen tekstintutkimuksen teoriassa ja käytännössä*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

- Helsingin Sanomat (2001). Irtisanomisilmoituksia tulee tihenevään tahtiin. 13.5.2001. [online]. [Lainattu 16.3.2013] Saatavilla: <http://www2.hs.fi/uutiset/juttu.asp?id=20010513TA7&a=2>
- Helsingin Sanomat (2006). Helsingin Sanomat kymmenen vuotta verkossa. 19.5.2006. [online]. [Lainattu 23.2.2013] Saatavilla: <http://www.hs.fi/kotimaa/artikkeli/Helsingin+Sanomat+kymmenen+vuotta+verkossa/1135219947728>
- Helsingin Sanomat (2010). Helsingin Sanomien periaatelinja. 1.4.2010. [online]. [Lainattu 23.2.2013]. Saatavilla: <http://www.hs.fi/paakirjoitus/artikkeli/Helsingin+Sanomien+periaatelinja/1135255805007>
- Hetemäki, Lauri & Riitta Hänninen (2009). Arvio Suomen puunjalostuksen tuotannosta ja puunkäytöstä vuosina 2015 ja 2020. [online]. [Lainattu 23.5.2012]. Saatavilla: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2009/mwp122.pdf>
- Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes & Paula Sajavaara (2009). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Huovila, Tapani (2003). *Tiedolla korkoa. Suomalaista talousjournalismia 1900-luvulla*. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Hurmeranta, Markku (2012). *Talousmedia murroksessa. Muutosdynamiikan tarkastelua mediatalouden ja median käytön näkökulmista*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ilmakunnas, Seija, Jaakko Kiander, Pekka Parkkinen ja Antti Romppanen (2000). *Globalisaatio ja työn loppu? Talous ja työllisyys vuoteen 2030*. Helsinki: Valtion taloudellinen tutkimuskeskus.
- Jokinen, Arja, Kirsi Juhila & Eero Suoninen (1993). *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Journalistin ohjeet* (2011) [online]. [Lainattu 5.5.2012]. Saatavilla: <http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/>
- Juholin, Elisa (2004). *Cosmopolis. Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen*. Helsinki: Inforviestintä Oy.
- Jussila, Markku (2010). *Yhteiskuntavastuu. Nyt*. Helsinki: Infor Oy.
- Karvonen, Pirjo (1996). Missä on taloustehtävän ihminen? Teoksessa: Kalliokoski, Jyrki (toim.). *Teksti ja ideologia. Kieli ja valta julkisessa kielenkäytössä*. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos. 151–167.
- Katajamäki, Heli (2004). *Taloussanomalehtien pääkirjoitusten viestinnän lähtökohtien ja tekstien merkityksien kohtaamisia*. Julkaisematon linsensiaatintyö. Vaasa: Vaasan yliopisto.

- Kauppalehti (2013a). Printti- ja verkkomedioiden mainonnan toimivuuden mittaaminen [online]. [Lainattu 23.2.2013]. Saatavilla: <http://media.kauppalehti.fi/fi/tutkimus>
- Kauppalehti (2013b). Yritystiedot. [online]. [Lainattu 23.2.2013]. Saatavilla: http://www.kauppalehti.fi/yritystiedot/perus.jsp?id=3&folder=toimituksellinen_linja
- Kervinen, Elina (2009). Näin taantuma etenee – nyt elämme pahenevan työttömyyden vaihetta. Helsingin Sanomat 23.7.2009.
- Kiander, Jaakko (2001). *Laman opetukset. Suomen 1990-luvun kriisin syyt ja seuraukset*. VATT-julkaisuja 27:5. Helsinki: Valtion taloudellinen tutkimuskeskus
- Kiander, Jaakko & Pentti Vartia (1998). *Suuri Lama. Suomen 1990-luvun kriisi ja talouspoliittinen keskustelu*. Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos. Helsinki: Taloustieto Oy. Helsinki.
- Korhonen, Johanna (1998). Kyllä herra pääjohtaja – ja muita talousjournalismin ilmentymiä. Teoksessa: Kantola, Anu ja Tuomo Mörä (toim.). *Journalismia! Journalismia?* Helsinki: WSOY. 99–113.
- Koski, Heli, Petri Rouvinen & Pekka Ylä-Anttila (2002). *Tieto & Talous. Mitä ”uudesta taloudesta” jäi?* Suomen itsenäisyyden juhlarahaston julkaisusarja Sitra 253. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kostamo, Pekka (2001). Yt-neuvottelut 10 000 insinöörillä. Kauppalehti 28.11.2001, 15.
- Kujala, Johanna & Sari Kuvaja (2002). Välittävä johtaminen – Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirittäjinä. Helsinki: Talentum.
- Kunelius, Risto, Elina Noppari & Esa Reunanen (2010). *Media vallan verkoissa*. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampere: Tampereen tutkimusyksikkö.
- Könönen, Janne (2005). Media yli-innostuu ja unohtaa kriittisyyden – kolme tapausta mediatoimialan uutisoinnista. Teoksessa: Ojala, Jari ja Tero Uskali (toim.). *Mediajättien aika. Uusia heikkoja signaaleja etsimässä*. Helsinki: Inforviestintä Oy. 219–246.
- Leskinen, JR (2012). Ahosniemestä vastaava päätoimittaja. Kauppalehti 6.11.2012, 7.
- Laki yhteistoiminnasta yrityksissä 30.3.2007/334. [online]. [Lainattu 24.2.2013]. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2007/20070334>
- Levikintarkastus Oy (2012). Painettujen lehtien yhteenlasketussa levikissä vähäistä laskua. Lehdistö tiedote 11.5.2012. [online]. [Lainattu 23.2.2013]. Saatavilla: <http://www.levikintarkastus.fi/uutisia/Levikkitiedote%20toukokuu%202012.pdf>

- Lönngrén, Riitta (2008). *Taluskriisi saavutti myös syrjäisen Suomen*. [online]. [lainattu 15.5.2012]. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/uutisvuosi_2008/2008/12/taluskriisi_saavutti_myos_syrjaisen_suomen_451571.html
- Malmelin, Nando & Markku Wilenius (2008). *Välittäjät. Vastuullisen viestinnän tulevaisuus*. Helsinki: Gaudeamus.
- Man, Femke de (2005). Corporate social responsibility and its impact on corporate reputation. *Brand Strategy* 2007, 9: 40–41.
- Marttila, Jouko (2001). *Osta, Pidä, Myy. Järki ja tunteet osakemarkkinoilla*. Helsinki: Arvopaperi.
- Mikkonen, Antti (1998). *Rahavallan rakkikoirat. Tositarinoita talousjournalismista*. Helsinki: WSOY.
- Niskala, Mikael, Toni Pajunen & Kaisa Tarna-Mani (2009). *Yhteiskuntavastuun raportointi*. Jyväskylä: Gummerus Kirja-paino Oy.
- Pekkarinen, Jukka & Pekka Sinko (2011). *Finanssikriisin reaalitytöidelliset vaikutukset Suomessa: alustava kokonaisarvio*. Valtioneuvoston kanslian raporttisarja 7/11. [online]. [lainattu 19.5.2012]. Saatavilla: <http://vnk.fi/julkaisukansio/2011/r07-finanssikriisin-reaalitytöidelliset-vaikutukset-suomessa/pdf/fi.pdf>
- Peltonen, Kari (2008). Yt-neuvotteluista tuli ehtymätön uutistulva. *Tekniikka & Talous* 21.11.2008.
- Pietikäinen, Sari (2000). Kriittinen diskurssintutkimus. Teoksessa: Sajavaara, Kari & Arja Piirainen-Marsh (toim.). *Kieli, diskurssi ja yhteisö*. Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä 2. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino. 191–218.
- Pietikäinen, Sari & Anne Mäntynen (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Pitkänen, Perttu (2012). ”Olemme pahoillamme” [online]. [lainattu 14.6.2012]. Saatavilla: <http://www.taloussanomat.fi/informaatioteknologia/2012/06/14/olemmepahoillamme/201231542/12>
- Rantanen, Miska (2012). HS:n politiikan ja talouden toimitukset yhdistyvät. *Helsingin Sanomat* 23.10.2012. [online]. [lainattu 23.11.2012]. Saatavilla: <http://www.hs.fi/paivanlehti/#kotimaa/HSn+politiikan+ja+talouden+toimitukset+yhdistyv%C3%A4t/a1350875124916>
- Remes, Matti (2001). Kiire vei terän talousjournalismilta. [online]. [lainattu 14.11.2012] Saatavilla: <http://www.journalistiliitto.fi/journalisti/lehti/2011/04/artikkelit/kiire-vei-teran-talousjournalism/>

- Rifkin, Jeremy (1995). *The end of work. The decline of the global labor force and the dawn of the post-market era*. New York: G. P. Putnam's Sons.
- Rifkin, Jeremy (2011). *The Third Industrial Revolution. How Lateral Power is Transforming Energy, the Economy, and the World*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sanoma News (2013). Helsingin Sanomat kasvoi tabloidiin – lehti uudistunut nyt kaikissa kanavissa. Lehdistötiedote 8.1.2013. [online] [lainattu 23.2.2013] Saatavilla: <http://www.sanoma.fi/tieto-sanomasta/sanoma-news/uutiset/helsingin-sanomat-kasvoi-tabloidiin-lehti-uudistunut-nyt-kai-kissa-kanavissa>
- Simola, Anna & Esa Reunanen (2010). *Kaikki toistaiseksi hyvin. Kansainvälinen finanssikriisi talousjournalismissa*. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen julkaisu sarja A 114/2010. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Simola, Anna (2010). Paniikkinappuloita ei tarvita. Talousjournalismi heräsi myöhään finanssikriisin riskeihin. Teoksessa: Kyrölä, Katariina (toim.) *Journalismikritiikin vuosikirja 2010. Media & viestintä* 33:1, 70–78.
- Sounela, Raimo (2001). *Työllisyys talouspoliittisessa retoriikassa. Työllisyystavoite Suomen valtion budjettiperusteluissa ja Kansantaloudellisen aikakauskirjan talouspoliittisessa kirjoittelussa vuosina 1991–1997*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Suomen virallinen tilasto SVT (2013). *Kansantalouden tilinpito Liitetaulukko 1. Bruttokansantuote (BKT) markkinahintaan 1975-2011**. Helsinki: Tilastokeskus. [online] [lainattu 14.2.2013]. Saatavilla: http://www.stat.fi/til/vtp/2011/vtp_2011_2013-01-31_tau_001_fi.html
- Takala, Tuomo & Paul Pallab (2000). Individual, Collective and Social Responsibility of the Firm. *Business Ethics an European Review* 9:2, 109–118.
- Takala, Tuomo & Miia Jaatinen (2000). *Yrityksen vastuut. Nykyajan yrityskansalaisuus. Yrityksen vastuut ja viestintä*. Helsinki: Taloudellinen tiedotustoimisto.
- Taloustieto Oy (2013). Suomen talouskehityksen pääpiirteet 1950–. [online] [lainattu 14.2.2013]. Saatavilla: <http://www.taloustieto.fi/lukiotext/9text609.html>.
- Talvio, Cai & Mikko Välimaa (2004). *Yhteiskuntavastuu ja johtaminen*. Helsinki: Helsingin kauppakamari, Kauppakamarisarja.
- Tilastokeskus (2012). *Työmarkkinat. Työttömyys*. [online]. [lainattu 19.5.2012]. Saatavilla: http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_tyoelama.html
- Työsopimuslaki 26.1.2001/55. [online]. [Lainattu 24.2.2013]. Saatavilla: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20010055>

- Työvoima 2020. Osaamisen ja täystyöllisyyden Suomi* (2003). Työpoliittinen tutkimus Nro 245. Helsinki: Työministeriö. [online]. [lainattu 7.11.2012]. Saatavilla: http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06_tutkimus/tpt245.pdf
- Törrönen, Jukka (2005). Puhetapoja analysoimassa. Rajankäyntiä kriittisen diskurssianalyysin ja semioottisen sosiologian välillä. Teoksessa: Räsänen, Pekka, Anu-Hanna Anttila & Harri Melin (toim.). *Tutkimus menetelmien pyörteissä*. Jyväskylä: PS-kustannus. 139–161.
- Uotila, Tiina (2010). *Irtisanomisuutisten anatomia*. Julkaisematon tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Uskali, Tero (2002). Kriittisyys – nykyjournalismin selkäranka. Teoksessa: Perko, Touko, Raimo Salokangas & Heikki Luostarinen (toim.). *Median varjossa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Mediainstituutti.
- Valkonen, Mika (2001). *Kollektiiviperusteinen irtisanomissuoja. Työn vähentymistä ja muun työn tarjoamisvelvollisuutta koskeva tutkimus*. Acta Universitatis Lapponiensis No 38. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Valtiovarainministeriö (2009). *Suomen vakausohjelman tarkistus 2009*. Valtiovarainministeriön julkaisuja 6a/2010. [online]. [lainattu 19.5.2012]. Saatavilla:http://www.vm.fi/vm/fi/04_julkaisut_ja_asiakirjat/01_julkaisut/02_taloudelliset_katsaukset/20100204Suomen/name.jsp>.
- Valtonen, Sanna (1998a). Hyvä, paha media. Teoksessa: Kantola, Anu, Inka Moring & Esa Väliverronen (toim.). *Media-analyysi: tekstistä tulkintaan*. Tampere: Tammerpaino Oy. 93–121.
- Valtonen, Sanna (1998b). *Työ teksteissä, tekstit talouskriisissä. Tausta-ajatuksia mediatekstien kriittiseen analyysiin*. Julkaisematon viestinnän lisensiaatintutkielma. Helsingin yliopisto.
- Väliverronen, Esa (2009). Journalismin muutoksia jäljittämässä. Teoksessa: Esa Väliverronen (toim.). *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

LIITE

Tutkimusaineisto

1992

Helsingin Sanomat

- HS 26.1.1992 Raute etsii uutta kurssia
 HS 7.2.1992 Finlux siirrettiin Nokialle
 HS 18.2.1992 Yhtyneiden metsäosasto supistuu yli neljänneksen
 HS 19.2.1992 "Yritetään pitää kiinni viimeiseen asti"
 HS 27.2.1992 Ahlström lopettaa Katajajarjun tehtaan
 HS 26.4.1992 P.T.A. Group supistaa kotimaista tuotantoaan
 HS 29.4.1992 Turun Sanomien henkilöstö pakkolomalle
 HS 13.5.1992 Keski-Suomen säästöpankki karsii henkilöstöään
 HS 14.5.1992 Huovil-konserni konkurssiin Savonlinnassa
 HS 20.5.1992 Uusi Novera karsii puolet keskushallinnosta
 HS 26.5.1992 Suomen Säästöpankki vähentää kolmanneksen henkilöstöstään
 HS 27.5.1992 Kemira valmistelee suuria saneerauksia
 HS 30.5.1992 KOP irtisanoo 800 ihmistä tänä vuonna
 HS 11.6.1992 Osuuspankit jatkavat henkilöstön vähentämistä
 HS 13.6.1992 P.T.A. Group sanoo irti 80 työntekijää
 HS 17.6.1992 Liki 400 Kemiran työpaikkaa vähenee Oulusta ja Kokkolasta
 HS 26.6.1992 Rahoituskriisi kaatoi Lomamatkat
 HS 21.7.1992 Noveran konkurssi kaatoi tytäryhtiö Automaailman
 HS 24.7.1992 Suomen Sähköotalo Oy jatkaa konkurssin tehneen Hantecin toimintaa
 HS 26.7.1992 Scandinavian Metall Oy konkurssiin Kylmäkoskella
 HS 12.8.1992 Are Oy sanoo irti kolmasosan väestään
 HS 14.8.1992 Talentum-lehtiyhtiö irtisanoo 30 työntekijää
 HS 2.9.1992a Partekin ja Lohjan järjestelyt merkitsevät lopputiliä 1700:lle
 HS 2.9.1992b Lohjan ja Partekin liittoutuminen hävittää 1700 työpaikkaa
 HS 16.9.1992 TAP aikoo karsia joka kolmannen 750:stä työpaikasta
 HS 15.10.1992 Arabia ja lasiteollisuus vähentävät muotoilijoita
 HS 23.10.1992 Sp-Palvelu aloittaa neuvottelut irtisanomisista
 HS 29.10.1992 Saab-Valmet irtisanoo työntekijöitä
 HS 12.11.1992 Wasa Linen toiminta menossa Siljan lipun alle
 HS 25.11.1992 STS-Pankki siirretään KOP:lle
 HS 1.12.1992 Borgåbladet ilmoitti irtisanomisista
 HS 13.12.1992 Autokaupungin ahdinko
 HS 17.12.1992 Kolmetoista STS:n konttoria jatkaa pääkaupunkiseudulla

Kauppalehti

- KL 3.1.1992 Asko lopettaa Lahden erikoistuotetehtaansa
 KL 8.1.1992 Yhtiö jää ainoaksi valmistajaksi: Lännen Engineering ostaa Vammaksen kaivurituotannon
 KL 16.1.1992 Tampellan jakohuhut koettelevat henkilöstöä: Tamrockin työpaikkojen arvontaan kaksi viikkoa
 KL 7.2.1992 Skopin osakesalkusta säästöpankkiryhmän 500 miljoonan tappio
 KL 27.2.1992 Katajajarjun paperitehdas lopettaa toimintansa
 KL 2.3.1992 Turkama lomauttaa
 KL 10.3.1992 Vaikeutettu yt-neuvottelu meneillään: KOP saneeraa rajusti pääkonttorinsa
 KL 22.5.1992 100 toimihenkilöä irtisanotaan: Helsingin Keskustukku ja TukoSpar yhteen
 KL 16.4.1992 Yritysrahoitus supistuu, yksityissektori tiivistyy: STS-Pankki lopettaa 15 konttoria ja vähentää väkeä
 KL 17.6.1992 Kemira saneeraa rajusti tuotantoaan Oulussa ja Kokkolassa
 KL 3.8.1992 Panostaja-konserni sopeuttaa miehitystään
 KL 12.8.1992 Honeywell irtisanoo Varkaudessa
 KL 14.8.1992 Talentum irtisanoo 30 henkeä loppuvuodesta
 KL 24.8.1992 KAS sulkee viisi konttoria
 KL 8.9.1992 Abloy Securityllä yhä siivottavaa
 KL 9.9.1992 Lasi- ja posliinitehtailla toinen supistuskierros
 KL 17.9.1992 Tampereelta vähenee 150 työpaikkaa: Suomen Trikoo keskittää nyt trikootuotannon
 KL 23.10.1992 Helkama-Auto rationalisoi toimintaansa
 KL 30.10.1992 Partekin osavuosi 261 miljoonaa tappiolle: "Sopeuttamista jatketaan
 KL 1.12.1992 Outokumpu Copper supistaa edelleen
 KL 15.12.1992 Alihankkijoiden toimitukset Saksaan jatkuvat: Saab-Valmet yrittää selvittää lomautuksilla
 KL 18.12.1992 Finnairin Potila ennustaa rajuja muutoksia: Euroopan lentoyhtiöt valmistautuvat fuusiovyöryyn

2001

Helsingin Sanomat

- HS 23.1.2001 MTV vähentää neljäososan väestään
 HS 13.2.2001 JOT neuvottelee lomautuksista
 HS 16.2.2001 Internetkonsultti Sataman tappiokierre oikein lievästi
 HS 27.2.2001 JOT irtisanoo kahdeksan ja lomauttaa kymmeniä
 HS 28.2.2001 Sonera SmartTrust irtisanoo rajusti
 HS 10.3.2001 TJ Group vähentää viidenneksen väestään
 HS 16.3.2001 Perlos irtisanoo Nurmijärvellä yli sata työntekijää
 HS 26.3.2001 Pääomasijoittajan Paroc leikkasi itseään myyntikuntoon

- HS 27.3.2001 MTV irtisanoo 39 henkeä
- HS 28.3.2001 Nokia vähentää väkeään verkkojen tuotekehityksestä
- HS 10.4.2001 Kelpo Kuljetus neuvottelee yli 20 kuljettajan irtisanomisesta
- HS 11.4.2001 Aseyhtiöissä aloitettiin yt-neuvottelut
- HS 27.4.2001 F-Secure irtisanoo yli viidenneksen työntekijöistään
- HS 28.4.2001 Nokian Jalkineet lomauttaa kesällä
- HS 3.5.2001 It-ala irtisanoo väkeä, henkilöstöedut jäävät
- HS 3.5.2001 Ammusten tekijät esittävät keskittämistä
- HS 16.5.2001 Jippiin Saksan-yhtiössä kävi kato
- HS 22.5.2001 Turun TV-tehdas aloittaa uudelleen yt-neuvottelut
- HS 23.5.2001 Relander: Sonerassa reivataan kurssia
- HS 27.5.2001 Luja usko kotimaiseen televisiotuotantoon
- HS 8.6.2001 Merita vähentää keskijohtoa
- HS 15.6.2001 Aseyhtiö Patria saattaa irtisanoa yli sata työntekijää
- HS 29.6.2001 Nokia vähentää tuhat henkeä verkkopuolen toiminnoistaan
- HS 5.7.2001 Uusmediayhtiö Razorfish meni konkurssiin
- HS 13.7.2001 Aspocomp irtisanoo Espoossa 130 henkeä
- HS 26.7.2001 Perlos lomauttaa 160 työntekijää
- HS 27.6.2001 Elcoteq aloittaa yt-neuvottelut
- HS 4.8.2001 Elcoteq vähentää 1500 työpaikkaa
- HS 9.8.2001 Partek vähentää taas 300 työntekijää
- HS 10.8.2001 Tecnomen aloittaa koko henkilöstön yt-neuvottelut
- HS 16.8.2001 Jippii Group vähentää kolmanneksen väestään
- HS 19.8.2001 Jippii pitää kiinni ydinosaajista
- HS 23.8.2001 Raision johdossa taas muutoksia
- HS 24.8.2001 Velkainen Sonera saneeraa rajusti
- HS 28.8.2001 Jippii lopettaa Saksassa
- HS 29.8.2001 M-real vähentää lähes 800 työpaikkaa Saksassa
- HS 30.8.2001a Talentum lomauttaa työntekijänsä ja johtajat alentavat palkkojaan
- HS 30.8.2001b Evli pitää kiinni ammattilaisistaan
- HS 31.8.2001 Työaika lyhenee Benefonilla
- HS 1.9.2001 Sampo vähentää väkeä
- HS 6.9.2001 Finnairin tekniset lakkoon
- HS 8.9.2001 SanomaWSOY:n uusmediayhtiö vähentää väkeä
- HS 22.9.2001 Finnair aloittaa säästötoimet
- HS 25.9.2001a Finnair vähentää lentojaan New Yorkiin ja Lontooseen
- HS 25.9.2001b Matkatoimistot lomauttavat työntekijöitään viikoiksi
- HS 26.9.2001 Outokumpu sulkemassa Nivalan kaivoksensa
- HS 5.10.2001 Elisa vähentää väkeä ja yhtiöittää toimintoja
- HS 9.10.2001 Sonera vähentää Zedistä vielä 30 henkeä
- HS 10.10.2001 Kaikki suuret matkanjärjestäjät lomauttavat
- HS 11.10.2001 Sonera puolitti irtisanomisensa
- HS 11.10.2001a Evli irtisanoi 31 työntekijää
- HS 11.10.2001b Sonera puolitti irtisanomisensa
- HS 16.10.2001 Satama Interactive aloittaa lomautuksista yt-neuvottelut
- HS 17.10.2001 Finnair ja Ilmailualan Unioni riitaisina yt-neuvotteluihin

HS 30.10.2001 Sonera leikkaa kolmanneksen Zedin ja SmartTrustin henkilöstöstä
 HS 1.11.2001a Teleyhtiö Elisa vähentää jopa 900 työntekijää vuoden aikana
 HS 1.11.2001b Elisa aikoo nostaa puhelumaksuja
 HS 7.11.2001a Huhtamäki trimmaa kiihtyvällä vauhdilla
 HS 7.11.2001b Finnair aikoo lomauttaa väkeään
 HS 9.11.2011 Sampo vähentää 750 henkeä ensi vuonna
 HS 6.12.2001a Kohdematkat yhdistyy MatkaKalevaan
 HS 6.12.2001b UPM-Kymmene lopettaa paperikoneen Voikkaalla
 HS 12.12.2001 Turo irtisanoi 65 työntekijää

Kauppalehti

KL 19.1.2001 Mantereen kenkätehdas vähentää väkeä
 KL 30.1.2001 Sampo karsii henkilöstöä ja konttoreita tehokuurilla
 KL 20.2.2001 JOT Automation aloitti yt-neuvottelut
 KL 21.2.2001 Nanso aloitti yt-neuvottelut
 KL 27.2.2001 JOT Automation irtisanoi ja lomauttaa
 KL 27.3.2001 MTV irtisanoi 39 työntekijää
 KL 6.4.2001 Fortum vähentää väkeä Vantaalla
 KL 17.5.2001 360 com irtisanoi koko Ruotsin toimiston
 KL 18.5.2001 Sonera Zed harkitsee neljän tyttären sulkemista
 KL 21.5.2001 Carrus lopettaa korituotannon Vantaalla
 KL 25.5.2001 Savon Voima aloitti yt-neuvottelut
 KL 30.5.2001 Valio vähentää väkeä Seinäjoella
 KL 28.6.2001 Edita karsii päällekkäisyyksiä
 KL 29.6.2001 Analyytikot: Nokia voi jatkaa irtisanomisiaan
 KL 25.7.2001 ABB joutuu säästökuurille
 KL 26.7.2001 Perlos lomauttaa 160 henkeä
 KL 15.8.2001 Kasvun huuma vaihtui saneeraukseen
 KL 30.8.2001a Johtajiston palkkaleikkaukset harvinaisia Suomessa
 KL 30.8.2001b Eterra käynnisti yt-neuvottelut
 KL 24.9.2001 Matkatoimistoissa tulossa henkilöstön lomautuksia
 KL 5.10.2001 Novo Group aloittaa yt-neuvottelut
 KL 30.10.2001 Metsä Tissuen väki vähenee
 KL 1.11.2001 Mäkitorppa otti nenilleen Saksassa
 KL 6.11.2001 Nokia irtisanoi Salossa vain 133 henkeä
 KL 9.11.2001 Sampo vähentää satoja työntekijöitä
 KL 19.11.2001 Sandvik Tamrockilla yt-neuvottelut Tampereella

2008–2009

Helsingin Sanomat

HS 25.10.2008 Powerwave aloittaa yt-neuvottelut Kempeleessä
 HS 29.10.2008a Metso varautuu jo pahimpaan

- HS 29.10.2008b UPM taistelee seisokeilla laantuvaa metsätuotteiden kysyntää vastaan
- HS 1.11.2008 Nokian Renkaat saattaa lomauttaa vuodenvaihteessa tuhat työntekijää
- HS 6.11.2008 Kaupthing-pankissa alkoivat neuvottelut väen vähennyksistä
- HS 12.11.2008 Nokian verkkoyhtiö lopettaa tehtaansa Espoossa
- HS 14.11.2008 UPM pani tarrateollisuutensa laihdutuskuurille
- HS 14.11.2008 Air Finland supistaa rajusti toimintaansa talvikaudella
- HS 14.11.2008 UPM pani tarrateollisuutensa laihdutuskuurille
- HS 20.11.2008 Orion aloittaa yli tuhannen henkilön yt-neuvottelut
- HS 26.11.2008 Skanska potkii rakennuksiltaan Suomessa 600 henkeä
- HS 27.11.2008 Stora Enso lopettaa korjuut ja pysäyttää koneita
- HS 29.11.2008 Metson rakenne säilyy, Porin väki vähenee
- HS 2.12.2008a Lahden Peikko lomauttaa yli sata työntekijää
- HS 2.12.2008b Investointilama iskee nyt rajusti terästä valmistavaan teollisuuteen
- HS 3.12.2008 Finnair hakee säästöjä ja lomauttaa kahdeksi viikoksi koko matkustamohenkilökunnan
- HS 5.12.2008 Markkinoiden kutistuminen pakottaa Nokian vähentämään selvästi kuluja
- HS 6.12.2008 Nokia Siemensin toimitusjohtaja: Ei enää lisää työpaikkojen vähennyksiä
- HS 10.12.2008 Cargotec sulkee Salossa, Nokian Renkailta jopa 450 henkeä kilometritehtaalle
- HS 12.12.2008 Outokummun tilaukset romahtivat marraskuussa
- HS 12.12.2008 Vaikeudet rasittavat kaikkia rengasvalmistajia
- HS 16.12.2008 Componenta lomauttaa ja irtisanoo 900 työntekijää
- HS 20.12.2008 Nokia pyrkii eroon yli 15 vuotta talossa olleista
- HS 8.1.2009 Yritykset ilmoittivat taas sadoista irtisanomisista
- HS 13.1.2009a Viestintäkonserni TS-Yhtymässä yt-neuvottelut
- HS 13.1.2009b Yritykset ilmoittivat yli 1000 hengen lomautuksista
- HS 15.1.2009 Metsä-Botnia lopettaa selluntuotannon Kaskisissa
- HS 15.1.2009 TeliaSonera aikoo vähentää 400 työntekijää laajakaistatöistä Suomessa
- HS 16.1.2009a Elcoteq vähentää 5000 työpaikkaa
- HS 16.1.2009b Pakkolomat uhkaavat myös risteilijätelakkaa
- HS 16.1.2009c Nokian verkkoyhtiö: Espoon-tehdas lopetetaan ylikapasiteetin vuoksi
- HS 20.12.2008 Nokia pyrkii eroon yli 15 vuotta talossa olleista
- HS 13.1.2009 Viestintäkonserni TS-Yhtymässä yt-neuvottelut
- HS 20.1.2009 Stora Enso uhkaa lomauttaa tuhansia työntekijöitään
- HS 21.1.2009 Nokian Renkaat irtisanoo yli 230
- HS 30.1.2009 Rautaruukki vähentää 460 työpaikkaa ja lomauttaa 3200
- HS 31.1.2009 Sadat vastustivat Nokia Siemensin Espoon-tehtaan sulkemista
- HS 4.2.2009a Nelosen uutiset jäivät pois ulosmarssin vuoksi
- HS 4.2.2009b Outokumpu lomauttaa lähes koko Tornion tehtaan väen
- HS 5.2.2009 Metsolta huipputulos
- HS 6.2.2009a Hei, me säästetään - jälleen kerran
- HS 6.2.2009b Paperityöläiset vaativat innovaatioita
- HS 8.2.2009a Median yt-ilmoitukset johtivat ulosmarssien viikkoon
- HS 8.2.2009b Lomalla pakosta
- HS 11.2.2009 Nokian verkkoyhtiö sulkee Espoon-tehtaan kesällä
- HS 12.2.2009 "Nokian uskottavuus hyvänä työnantajana loppui"

- HS 20.2.2009 Tikkurilan toimihenkilöt lakkoon maanantaihin asti
HS 25.2.2009a Finnairin maapalvelut karsii väkeä
HS 25.2.2009b Huonekalutekijä Incap irtisanoo jokaisen
HS 26.2.2009 Sarasvuon firma karsii jopa kolmanneksen väestään
HS 3.3.2009 Vantaalaisyrityksessä on käynnissä jo talven toiset yt-neuvottelut
HS 5.3.2009 TS-Yhtymä on päätyvässä isoihin irtisanomisiin
HS 10.3.2009 Raskaita renkaita on nyt riittämiin
HS 18.3.2009 Nokian säästöohjelma vie 700 työpaikkaa lisää Suomesta
HS 25.3.2009a Outokumpu lomauttaa 1800 Torniossa
HS 25.3.2009b Veho antaa potkut 200:lle ja alentaa palkkoja
HS 26.3.2009 Nordea aikoo vähentää 150
HS 1.4.2009 Kodinkoneketju Markantalon myymälöitä uhkaa sulkeminen
HS 7.4.2009 Sappi aloittaa yt-neuvottelut Kirkniemen tehtaalla
HS 8.4.2009 Tieto vähentää 300 työpaikkaa Suomesta ja varautuu lomautuksiin
HS 16.4.2009 Itella karsimassa lähes 400 työpaikkaa lähinnä hallinnosta ja tukitoiminnoista
HS 17.4.2009 Nokian eropaketteihin on tartuttu hanakasti
HS 18.4.2009a Uponor aikoo lomauttaa koko henkilöstönsä Suomessa
HS 29.4.2009b Tammessa alkavat yt-neuvottelut heti vapun jälkeen
HS 29.4.2009c Nokia karsii päällekkäisyyksiä palveluista
HS 29.4.2009 Painonvartijat vähentää väkeä
HS 3.5.2009 Gummerus aloittaa yt-neuvottelut
HS 7.5.2009 MTV3: Yritykset ehdottavat työntekijöille palkanalennuksia
HS 8.5.2009 Sanoma News jatkaa säästötoimia
HS 20.5.2009 Nokia vähentää lisää työpaikkoja Suomesta
HS 23.5.2009 Outokumpu lomauttaa 1800 Torniossa
HS 28.5.2009 Finnair neuvottelee uusista säästöistä
HS 29.5.2009a Tieto lomauttaa 1500 työntekijää ja irtisanoo 220
HS 29.5.2009b Metsäliitto aloittaa yt-neuvottelut sahoillaan
HS 6.6.2009 Finnair aloittaa jälleen uudet, lähihistorian rankimmat säästöt
HS 18.6.2009 Tammi vähentää tietokirjojen julkaisemista
HS 19.6.2009 Tammi vähentääkin 30 työntekijää
HS 24.6.2009 Isku irtisanoo 70 työntekijää
HS 3.8.2009 Toimitusjohtaja lepäsi raskaan kevään jälkeen
HS 5.8.2009 Suurleipomo Vaasan & Vaasan vähentää väkeä
HS 7.8.2009a Kovat kulukuurit jatkuvat suomalaisyhtiöissä syksyllä
HS 7.8.2009b Sanoma jatkaa henkilöstövähennyksiä
HS 11.8.2009 Satamaoperaattori Steveco aloittaa yt-neuvottelut Kotkassa
HS 14.8.2009 Marimekko aloittaa yt-neuvottelut
HS 15.8.2009 HS 15.8.2009 Pumpuntekijä Sulzer irtisanoo yli sata henkeä
HS 18.8.2009 Bauhaus aloittaa yt-neuvottelut varmuuden vuoksi
HS 27.8.2009 Sanomalehti Kaleva aloittaa yt-neuvottelut
HS 28.8.2009 Kemppi ja Oilon vähentävät väkeä Lahdessa
HS 1.9.2009 UPM vähentää 80 työpaikkaa Raumalla
HS 2.9.2009 Konecranes vähentää 39 työntekijää

Kauppalehti

- KL 25.9.2008 Imatran tehtaille mittava tukipaketti Stora Ensolta
 KL 29.10.2008 UPM on valmiina koviinkin tyrskyihin
 KL 31.10.2008 Stora Enso supistaa sahaustaan 1,2 miljoonalla kuutiolla
 KL 3.11.2008 Sormat haluaa lyhyemmät työajat
 KL 5.11.2008 Vaasan & Vaasan aloittaa yt-neuvottelut
 KL 5.11.2008 Nokia aloittaa yt-neuvottelut
 KL 6.11.2008 Metsä-Botnia harkitsee Kaskisten tehtaan sulkemista
 KL 11.11.2008 Ostajien rahapula iski nyt Outokumpuun
 KL 12.11.2008 Nokia Siemens vähentää aiottua vähemmän
 KL 13.11.2008 UPM karsii tarraliiketoimintaa
 KL 18.11.2008a Piilotyöpaikat esiin puhelinsoitoilla
 KL 18.11.2008b YIT aloittaa isot yt-neuvottelut
 KL 26.11.2008 Skanska ja NCC vähentävät Suomesta lähes tuhat työpaikkaa
 KL 2.12.2008 Hyvä tahto pelasti lomautuksilta
 KL 10.12.2008 Nokian Renkailla äkkijarrutus alamäessä
 KL 11.12.2008a Yrityksiä ei kiinnosta irtisanottujen tulevaisuus
 KL 11.12.2008b Palace Ravintolat aloittaa yt-neuvottelut
 KL 16.12.2008 Componentan saneeraus iskee lievemmin Suomeen
 KL 22.12.2008 Nokia laajentaa etuaan irtisanotuille
 KL 14.1.2009 Miksi yt-neuvotteluihin, Keijo Ketonen?
 KL 20.1.2009a Sanoma News haluaa vanhat pihalle
 KL 20.1.2009b Metso veti hätäjarrusta
 KL 21.1.2009 Sormat käynnisti jo toisen yt-kierroksen
 KL 4.2.2009 Sanoman Nelonen karsii uutistoimintaansa
 KL 25.2.2009a Finnairin Northportissa yt-neuvottelut
 KL 25.2.2009b Nokialta eropaketti tuhannelle nopeimmalle
 KL 27.2.2009 Tieto aloittaa 350 hengen yt-neuvottelut
 KL 20.3.2009 PKC lopettaa tuotannon Kempeleessä
 KL 23.4.2009 Varova on erilainen yritys
 KL 25.3.2009a Trainers´ House irtisanoo 56
 KL 25.3.2009b Veho alentaa palkkoja ja irtisanoo
 KL 1.4.2009 Markantalon taru loppumassa
 KL 23.4.2009a Kiilto perui lomautukset
 KL 23.4.2009b Lähivakuutus virtaviivaistaa kenttensä
 KL 5.5.2009a Stonesoftille kovat säästötavoitteet
 KL 5.5.2009b Miksi Eten-ketju hakee saneerausta?
 KL 13.5.2009 Miten käy Turon Kuopiossa?
 KL 28.5.2009 Finnair neuvottelee uusista säästöistä
 KL 16.7.2009 Nokia vähentää pelisuunnitteluaan
 KL 10.8.2009 "Tunsin, että minua pidetään petturivävyinä"
 KL 14.8.2009 Marimekkokin taipui yt-neuvotteluihin
 KL 18.8.2009 Tallink Silja vähentää Suomessa
 KL 8.9.2009 Vacon aloitti yt-neuvottelut Suomessa