

Teemu Järvinen

# VAIKUTELMAN HALLINTA SUOMALAISTEN ENERGIA-YHTIÖIDEN VASTUULLISUUSRAPORTOINNISSA

Johtamisen ja talouden tiedekunta  
Kandidaatintutkielma  
Huhtikuu 2024

# TIIVISTELMÄ

Teemu Järvinen: Vaikutelman hallinta suomalaisten energiayhtiöiden vastuullisuusraportoinnissa  
Kandidaatintutkielma  
Tampereen yliopisto  
Kauppatieteiden tutkinto-ohjelma, yrityksen laskentatoimi  
Huhtikuu 2024

---

Vaikutelman hallinta tarkoittaa yksilöiden ja organisaatioiden käyttäytymistä, jolla ne pyrkivät hallitsemaan itsestään syntyvää vaikutelmaa muiden ihmisten silmissä. Yritysten julkaisemassa raportoinnissa vaikutelman hallinta ilmenee raportointiin liittyvinä päätöksinä, joiden kautta yritykset yrittävät vaikuttaa sidosryhmiensä saamaan vaikutelmaan omasta toiminnastaan ja imagostaan. Vaikutelman hallinnan käyttämisestä on laskentatoimen kirjallisuudessa selitetty eri teorioiden kautta, ja lukuisia strategioita on tunnistettu tutkimalla yritysten raportteja. Tutkimukset ovat keskittyneet viime vuosikymmeninä yhä enemmän vastuullisuusraporttien sisältämien vaikutelman hallinnan keinojen tutkimiseen. Legitimiteettiteoria on tässä kirjallisuudessa eniten käytetty selittävä teoreettinen viitekehys.

Työn tarkasteltavaksi toimialaksi valittiin energia-ala, koska se on merkittävä päästöjen aiheuttaja Suomessa. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten suomalaiset energiayhtiöt käyttävät vaikutelman hallinnan keinoja vastuullisuusraporteissaan. Lisäksi tavoitteena on herättää huomiota tähän merkittävään laskentatoimen ilmiöön, koska suomalaista kirjallisuutta on aiheesta hyvin vähän. Tutkielmassa tarkastellaan millaisia vaikutelman hallinnan keinoja suomalaiset energiayhtiöt käyttävät raportoidessaan omista päästöistään. Ilmiötä tutkitaan suomalaisen energia-alan kontekstissa käyttäen aineistona yhtiöiden julkaisemia vastuullisuusraportteja. Tutkimusaineisto kerättiin kohdeyritysten verkkosivuilta. Laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmänä toimi teoriaohjaava sisällönanalyysi. Tutkimuksen analyysia ohjasi aiempaan kirjallisuuteen pohjautuva ymmärrys vaikutelman hallinnan strategioiden käytöstä yritysten raportoinnissa.

Tutkimuksen analyysissa havaittiin useita vaikutelman hallinnan keinoja yritysten vastuullisuusraporteissa. Tulokset tukevat aikaisempaa kirjallisuutta, jonka mukaan yritykset käyttävät vaikutelman hallintaa vastuullisuusraporteissaan suojellakseen omaa legitimiteettiään, korostaakseen omaa suoriutumistaan, sekä luodakseen positiivisen sävyn raportilleen. Tämä ohjaa sidosryhmiä sijoittamaan aiheettomasti vaikutelman hallintaa käyttäviin yrityksiin, mikä saattaa aiheuttaa pääomien väärinkohdentumista sijoitusmarkkinoilla. Tutkimuksessa havaittiin aikaisemmasta kirjallisuudesta poikkeavia tuloksia suoriutumisen attribuution ja luettavuuden monimutkaistamisen osalta.

Avainsanat: vaikutelman hallinta, vastuullisuusraportointi, energia-ala, legitimiteetti

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla

## SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO.....	4
1.1 Aihealueen esittely ja merkitys .....	4
1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset .....	6
1.3 Tutkielman rakenne.....	7
2. TEOREETTINEN VIIITEKEHYS .....	9
2.1 Vaikutelman hallinta yritysten raportoinnissa .....	9
2.1.1 Vaikutelman hallinta.....	9
2.1.2 Näkökulmia vaikutelman hallintaan .....	10
2.1.3 Vaikutelman hallinnan strategiat .....	13
2.2 Vaikutelman hallinta ja vastuullisuusraportointi .....	15
2.2.1 Vastuullisuusraportointi.....	15
2.2.2 Vastuullisuusraportoinnin selittävät teoriat .....	16
2.2.3 Vaikutelman hallinta vastuullisuusraportoinnissa .....	17
2.2.4 Aiempia tutkimuksia energia-alalta .....	19
2.3 Yhteenvedo teoriasta.....	20
3 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT .....	21
3.1 Tutkimusaineisto .....	21
3.2 Aineiston analyysimenetelmät .....	22
4 ANALYYSI.....	23
4.1 Suoriutumisen attribuutio.....	23
4.1.1 Sisäinen attribuutio .....	23
4.1.2 Ulkoinen attribuutio.....	24
4.2 Temaattinen manipulaatio .....	25
4.2.1 Positiivisten asioiden korostaminen .....	25
4.2.2 Negatiivisten asioiden vähättely .....	26
4.3 Visuaalinen ja rakenteellinen manipulaatio .....	27
4.4 Luettavuuden manipulaatio .....	29
5 POHDINTA.....	30
5.1 Johtopäätökset.....	30
5.2 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset .....	32
LÄHTEET .....	35
LIITTEET.....	38
Liite 1: Luettelo tutkimuksen empiirisestä aineistosta.....	38

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Aihealueen esittely ja merkitys

Vaikutelman hallintaa voidaan pitää ihmisen perusominaisuutena (Jones, 2010, 97). Jokaisella meistä on psykologinen tarve hallita sitä vaikutelmaa, jonka annamme itsestämme muille ihmisille. Vaikutelman hallinnan tutkiminen keskittyy siihen, miten yksilöt ja organisaatiot esittävät itsensä muille välittäkseen myönteisen mielikuvan itsestään (Hooghiemstra, 2000, 60). Laskentatoimen näkökulmasta tarkasteltuna vaikutelman hallinnalla tarkoitetaan yritysten strategista käyttäytymistä raportoinnin muodossa, jonka avulla ne pyrkivät vaikuttamaan sidosryhmiensä saamaan vaikutelmaan yrityksen toiminnasta. (Merkl-Davies & Brennan, 2007, 118) Tämän raportoinnin tavoitteena on yleensä esittää yrityksen toiminnasta mahdollisimman positiivinen kuva (Jones, 2010, 97).

Yrityksillä on monenlaisia raportointiin liittyviä keinoja, joilla ne voivat vaikuttaa sidosryhmiensä saamaan mielikuvaan itsestään. Osa näistä liittyy tapaan, jolla informaatio esitetään raportissa. Osa taas liittyy sanavalintoihin, jotka korostavat tai väheksyvät jotain tiettyä seikkaa julkaisuissa. (Merkl-Davies & Brennan, 2007) Myös se, mitä raporteissa ei sanota, voi jossain tilanteissa olla vaikutelman hallintaa (Talbot & Boiral, 2018). Raporttien laatijoilla on usein vapaat kädet näiden taktiikoiden käyttämiseen, koska raporteja ei tilintarkastuksissa arvioida tästä näkökulmasta (Jack Davison & Graig, 2013, 109).

Tutkimuskirjallisuudessa on löydetty lisääntyvässä määrin näyttöä sille, että yritykset käyttävät vastuullisuusraportointia vaikutelman hallinnan välineenä, sen sijaan, että raportointi toimisi läpinäkyvänä tietolähteenä yrityksen suorituskyvystä vastuullisuuden mittareilla (Gagné, Berthelot & Coulmont, 2022, 223). Sidosryhmien kiinnittäessä yhä enemmän huomiota yritysten vastuulliseen liiketoimintaan, on motiivit vaikutelman hallinnan käyttämiseen vastuullisuudesta kertovassa raportoinnissa kasvaneet suuremmiksi. Varsinkin tilanteissa, joissa yrityksen vastuullisuus on kyseenalaistettavissa, on yrityksillä kannustin lieventää tilanteesta aiheutuvia haittoja

käyttämällä vaikutelman hallintaa vastuullisuusraporteissaan (Boiral, 2016). Vaikutelman hallintaa hyödyntämällä, yritykset voivatkin edistää omaa mainettaan, sekä hallita yrityksen legitimizeettiin liittyviä uhkia (Hooghiemstra, 2000, 60).

Vaikutelman hallinnan tutkiminen yritysten vastuullisuusraporteissa on tärkeää niiden luotettavuuden ja olennaisuuden arvioinnin näkökulmasta. Chon, Laineen, Robertsien ja Rodriguen (2018) mukaan vastuullisuusraporttien sisältämä informaatio on geneeristä, ja ne ilmaisevat perusteetonta sitoutumista ympäristön suojeluun. Lisäksi vastuullisuusraportit koostuvat melko mitäänsanomattomista tai jopa merkityksettömistä lauseista. (Cho ym., 2018, 881) Nämä havainnot kytkeytyvät huoleen raportoidun informaation laadusta, mikä herättääkin kysymyksen vastuullisuusraporttien kyvystä tuottaa sidosryhmille lisäarvoa. Raportoinnin ollessa omaa etua tavoittelevaa ja puolueellista, sidosryhmien on myös erittäin haastavaa arvioida yrityksen suorituskykyä ja informaation myöhempiä vaikutuksia pelkästään raporttien perusteella (Cho ym., 2018, 881). Lisäksi vaikutelman hallinnan taktiikat, jotka liittyvät strategiaan informaation laiminlyönteihin ja lukujen manipulointiin, vaikuttavat sidosryhmien kykyyn arvioida yrityksen ilmastotoimia (Talbot & Boiral, 2018, 379). On tärkeää, että sidosryhmät ovat tietosia vastuullisuusraportoinnissa käytettävästä vaikutelman hallinnasta, jotta he osaavat käyttää kriittistä lukutaitoa tutustuessaan raportteihin. Vaikutelman hallinnan tekniikoiden tunnistaminen voikin auttaa sidosryhmiä kehittämään kriittisemmän näkemyksen vastuullisuusraportointiin (Boiral, 2016, 22).

Aiheen tutkiminen on tärkeää myös sijoitustoiminnan näkökulmasta. Merkl-Daviesin ja Brennanin (2007, 183) mukaan vaikutelman hallinta heikentää raportoinnin laatua, ja johtaa pääomien väärinkohdentumisiin sijoitusmarkkinoilla. Tällöin markkinoiden pääomat eivät allokoitu yritysten todellisen suorituskyvyn mukaan. On myös havaittu, että yrityksen ympäristölegitimeetti on yhteydessä yrityksen epäsystemaattiseen riskiin (Bansal & Clelland, 2004, 100). Tutkimuskirjallisuuden mukaan yritykset pystyvät parantamaan omaa legitimizeettiään vaikutelman hallinnan keinoilla, joten niiden on teoriassa mahdollista vaikuttaa epäsystemaattiseen riskiinsä, ja samalla oman osakkeensa hintaan.

Tutkimusten pohjalta on lisäksi tärkeää kehittää uusia aloitteita vastuullisuusraportoinninmenetelmien yhtenäistämiseksi sekä niiden luotettavuuden

varmentamiseksi. Hamzan ja Jarbouin (2022, 613) mukaan vaikutelman hallinnan tutkiminen vastuullisuusraportoinnissa saattaa ohjata valtioita, yhdistyksiä, sijoittajia ja muita asiasta kiinnostuneita toimijoita laatimaan aloitteita, joilla voidaan vahvistaa vastuullisuusraportoinnin seuranta, menetelmiä sekä varmennusta, ja näin kehittää raportoinnin laatua.

## 1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Aiemman tutkimuksen (Săndulescu, 2021; Talbot & Boiral, 2018) perusteella voidaan olettaa, että vaikutelman hallintaa ilmenee kohdeyritysten vastuullisuusraporteissa. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten suomalaiset energiayhtiöt käyttävät vaikutelman hallinnan keinoja raportoidessaan vastuullisuudestaan. Suomalaisessa kirjallisuudessa on tutkittu vaikutelman hallintaa laskentatoimen ilmiönä hyvin niukasti, joten tutkimuksen tavoitteena on lisäksi huomion kiinnittäminen tähän ajankohtaiseen aiheeseen.

Tavoitteiden pohjalta on muodostettu tutkielman tutkimuskysymys. Tutkimuskysymys on rakennettu siten, että siihen on mahdollista saada vastaus valitulla tutkimusaineistolla käyttäen analyysimenetelmänä laadullista sisällönanalyysia. Tutkielman tutkimuskysymys on seuraava:

*Millaisia vaikutelman hallinnan keinoja suomalaiset energia-alan yhtiöt käyttävät raportoidessaan omista päästöistään?*

Tässä tutkielmassa on rajattu vaikutelman hallinnan tutkiminen koskemaan vastuullisuusraportteja, koska aihe on erittäin ajankohtainen, ja tulevaisuudessa vastuullisuusraporttien merkittävyys vain lisääntyy. Vastuullisuusraporttien laatiminen ja julkaiseminen osana yritysten raportointia, on suhteellisen tuore ilmiö, jota ei ole tutkittu vaikutelman hallinnan näkökulmasta vielä riittävästi. Tutkimuksella pyritäänkin täyttämään aiemman tiedon aukkoja, sekä lisäämään ymmärrystä vastuullisuusraportoinnista. Lisäksi vastaavanlaista tutkimusta ei ole Suomen kontekstissa aiemmin tehty. Karlsson (2021) havaitsi Pro gradu -tutkielmassaan useita

vaikutelman hallinnan keinoja suomalaisten pörssiyritysten taloudellisten raporttien sisältämissä toimitusjohtajien katsauksissa. Onkin mielenkiintoista tutkia, ilmeneekö vastaavanlaisia tuloksia suomalaisessa kontekstissa myös vastuullisuusraporttien osalta. Vastuullisuuden merkitys laskentatoimen osa-alueena on kasvanut viimeisten vuosikymmenten aikana, ja sitä koskevan kansallisen ja kansainvälisen lisääntyneen sääntelyn myötä yhä useampi yritys tulee julkaisemaan tulevaisuudessa vastuullisuusraportteja. EU:n kestävyysraportointidirektiivin (2022/2464) eli CSRD:n seurauksena vastuullisuusraportointi tulee vaiheittain pakolliseksi kaikille suurille suomalaisille yrityksille vuodesta 2024 eteenpäin (Virtanen, 2024).

Tutkimuksen tarkasteltavaksi toimialaksi on valittu energia-ala, pääosin sen suuren merkityksen takia ympäristöön ja ilmastonmuutokseen. Vuonna 2022, energiasektori oli Suomen suurin kasvihuonekaasujen lähde synnyttäen 72 % maan kokonaispäästöistä (Tilastokeskus, 2023). Tutkielman analyysi kohdistuu vastuullisuusraporteissa siihen, miten yritykset raportoivat omista päästöistään. Keskittymällä rajattuun raportoinnin osa-alueeseen, pystytään syventymään relevantteihin seikkoihin tutkimuksen tavoitteiden kannalta. Energia-alan ollessa merkittävä päästöjen aiheuttaja, siihen kuuluvien yritysten voidaan otaksua olevan motivoituneita vaikuttamaan lukijoiden näkemyksiin omasta toiminnastaan ja imagostaan. Tutkimuksen kohdeyrityksinä on neljä suomalaista energia-alalla toimivaa yritystä; Fortum Oyj, Neste Oyj, Fingrid Oyj ja Helen Oy.

### **1.3 Tutkielman rakenne**

Tutkielma sisältää viisi päälukua. Johdannosta edetään toiseen päälukuun, jossa muodostetaan tutkielman teoreettinen viitekehys. Tämän pääluvun ensimmäisessä alaluvussa määritellään vaikutelman hallinta käsitteenä, sekä tarkastellaan sen erilaisia esiintymismuotoja, näkökulmia ja strategioita yritysten raportoinnissa. Toinen alaluku keskittyy vaikutelman hallintaan vastuullisuusraportoinnin näkökulmasta. Alaluvussa määritellään vastuullisuusraportointi, ja käydään läpi sen selittäviä teorioita. Lisäksi tarkastellaan, millä tavalla vaikutelman hallinta esiintyy vastuullisuusraporteissa, ja tehdään lyhyt katsaus aikaisempiin tutkimuksiin energia-alalla.

Kolmas pääluke esittelee empiirisen tutkimusaineiston sekä tutkielman analyysimenetelmät. Neljäs pääluke on tutkielman analyysiluku, jossa tutkimusaineistosta nostetaan esiin havaitut vaikutelman hallinnan keinot. Analyysiluku on jaoteltu alalukuihin Merkl-Daviesin ja Brennanin (2007) määrittämien vaikutelman hallinnan strategioiden mukaan, jotka perustuvat aiempaan kirjallisuuteen. Viidennessä pääluvussa vedetään johtopäätökset analyysin pohjalta, sekä arvioidaan tulosten merkitystä ja suhdetta aiempaan kirjallisuuteen. Tämän lisäksi pohditaan tutkimuksen rajoitteita ja jatkotutkimusmahdollisuuksia.



## 2. TEOREETTINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Vaikutelman hallinta yritysten raportoinnissa

#### 2.1.1 Vaikutelman hallinta

Vaikutelman hallinta (impression management) on sosiaalipsykologiasta peräisin oleva käsite, joka tarkoittaa sitä, miten yksilöt pyrkivät vaikuttamaan muiden mielikuviin ja käsityksiin itsestään (Hooghiemstra, 2000, 60). Vaikka vaikutelman hallinta on jossain määrin tiedostamatonta käyttäytymistä, suurin osa aihetta käsittelevistä tutkimuksista epäsuorasti olettaa käyttäytymisen olevan tiedostettua (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 126). Vaikutelman hallinnan teoria on alun perin luotu selittämään yksilön käyttäytymistä, mutta sitä sovellettu kirjallisuudessa laajasti myös organisaatioihin. Yritysten raportoinnin näkökulmasta tarkasteltuna vaikutelman hallinta tarkoittaa pyrkimystä hallita ja manipuloida laskentatoimen informaation antamaa vaikutelmaa sidosryhmille (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 118). Tämän takia lukijan on syytä suhtautua varauksella raporteissa esitettyyn informaatioon. Vaikutelman hallintaa voi esiintyä monissa eri muodoissa, sekä sanallisena että sanattomana. Yleensä sen käyttämisen tavoitteena on luoda positiivinen mielikuva itsestä, ja samalla saavuttaa omia etuja. (Hooghiemstra, 2000, 60) Motiivi vaikutelman hallinnan käyttämiseen voi perustua erilaisiin selittäviin teorioihin, joita käsitellään tutkielmassa jäljempänä.

Yritykset julkaisevat vuosittain laskentatoimen raportteja, kuten toimintakertomuksia ja vastuullisuusraportteja, joissa ne kertovat toiminnastaan ja suoriutumisestaan. Yrityksen sidosryhmät voivat olla kiinnostuneita tutustua näihin raportteihin saadakseen lisätietoa yritykseen tilanteesta ja tulevaisuuden näkymistä. Yritysten julkaisemat raportit sisältävät informaatiota tekstimuodossa, kaavioina sekä kuvina. Yritykset voivat käyttää kaikkia näitä tiedon välityksen muotoja vaikuttaakseen raportin lukijan saamaan mielikuvaan ja näkemykseen yrityksestä (Jones, 2010).

Tekstimuotoinen informaatio tarjoaa mahdollisuuden narratiivisuuden käyttämiseen raportoinnissa. Narratiivisuudella tarkoitetaan raporttien kerronnallisuutta. Narratiivisen

raportoinnin on tarkoitus täydentää määrällistä laskentatoimen informaatiota (Jack ym., 2013, 109). Kerronnallisuus mahdollistaa tarinan kertomisen sidosryhmille yrityksen toiminnasta, mikä tekee raporteista erittäin vaikutusvaltaisia (Jones, 2010, 98). Narratiivit eivät ole kuitenkaan yleensä ulkopuolisen tarkastuksen kohteena, mikä antaa johtajille tilaisuuden manipuloida niiden sisältämää informaatiota omia etujaan edistäviksi (Jack ym., 2013, 109). Tällöin narratiivinen raportointi voi toimia vaikutelman hallinnan välineenä. Aiempi kirjallisuus antaa tukea näkemykselle, että johtajat käyttävät narratiivista raportointia itseään palvelevalla tavalla, sen sijaan, että he raportoisivat suoriutumisestaan objektiivisesti (Clatworthy & Jones, 2003, 174).

Kaaviot ovat visuaalinen keino esittää yrityksen taloudellisia tuloksia kompaktissa muodossa. Yritykset voivat käyttää kaavioita vahvistaakseen raporttiansa viestintää (Beattie & Jones, 1992, 291). Ne kiinnittävät raporteissa lukijan huomion ja syntetisoivat dataa tehokkaasti (Jones, 2010, 102). Toisaalta niiden vaikuttavuus saattaa myös ohjata yrityksiä käyttämään niitä väärin. Yritykset voivat esimerkiksi vääristellä kaavioiden avulla niiden taustalla olevaa dataa, ja aiheuttaa mittauksen vääristymiä (Cho, Michelon & Patten, 2012b, 20).

Yritysten julkaisemat raportit sisältävät myös kuvia. Ne sisältävät suuren määrän tietoa, joka vaikuttaa voimakkaasti lukijan visuaalisiin havaintoihin, sekä näköjärjestelmän kognitiivisiin puoliin (Corazza, Truant, Scagnelli & Mio, 2020, 1916). Näin ollen kuvien käyttäminen toimii tehokkaasti vaikutelman hallinnan menetelmänä. Niiden päätehtävänä on vangita lukijan huomio, ja herättää hänessä tunteita (Kanbaty, Hellmann, Ang & He, 2023, 2). Lisäämällä raportteihinsa tarkasti valittuja kuvia, yritys pyrkii vaikuttamaan sidosryhmien saamaan tunnelmaan ja mielikuvaan yrityksestä. Kuvia käytetään raporteissa yleensä yrityksen identiteetin muokkaamiseen, sekä tarkoituksenmukaisen viestin välitykseen sidosryhmille. (Jones, 2010, 111)

### **2.1.2 Näkökulmia vaikutelman hallintaan**

Laskentatoimen kirjallisuudessa on havaittu neljä näkökulmaa vaikutelman hallinnan tarkasteluun yritysten raportoinnissa. Nämä ovat taloudellinen, psykologinen, sosiologinen ja kriittinen näkökulma. (Jack ym., 2013, 113) Näkökulmat perustuvat eri

olettamuksiin johtajien motivaatioiden taustalla, sekä kilpaileviin teorioihin, jotka selittävät vaikutelman hallinnan käyttämistä raportoinnissa. Ne myös ohjaavat käsitteellistämään vaikutelman hallinnan eri tavoin. (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 422)

Taloudellisen näkökulman pohjautuu agenttiteoriaan, joka on hallitseva selittävä viitekehys vaikutelman hallinnan tutkimisessa (Merkl-Davies & Brennan, 2007, 182). Agenttiteorian mukaan yritysten johtajien ja sijoittajien välinen informaation epäsymmetria mahdollistaa taloudellisen tiedon vääristämisen käyttäen vaikutelman hallinnan taktiikoita raportoinnissa. Taloudellinen näkökulma perustuu oletukseen, että johtajien toiminnan motiivina on oma taloudellinen hyöty korkeampien palkkioiden kautta. (Jack ym., 2013, 116) Esimerkiksi jos johtajien palkka on sidoksissa yrityksen suoriutumiseen osakemarkkinoilla, voidaan olettaa, että johtajilla on kannustin esittää yrityksen taloudellinen suoriutuminen mahdollisimman hyvässä valossa, ja näin nostaa yrityksen arvoa sijoitusmarkkinoilla. Vastaavasti johtajat saattavat pyrkiä piilottelemaan huonoa suoriutumistaan sijoittajilta. Näin ollen he käyttävät vaikutelman hallinnan keinoja hyväkseen raportoinnissaan.

Psykologisesta näkökulmasta tarkasteltuna vaikutelman hallinta on peräisin johtajien ja organisaation yleisön välisestä suhteesta, sekä sen aiheuttamasta psykologisesta vastuuvollisuudesta. Raportointi voidaan täten käsittää mekanismina vastata ulkoisten osapuolten huolenaiheisiin. (Jack ym., 2013, 116) Psykologisen näkökulman mukaan johtajat osallistuvat vaikutelman hallinnan käyttöön torjuakseen tiedon julkistamisen negatiiviset seuraukset, tavoitteenaan voittaa sosiaalisia ja aineellisia palkintoja, sekä välttää sanktioita (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 426). Näkökulman taustalla on attribuutioteoria, joka käsittelee ihmisten perusteluja käyttäytymiselle ja tapahtumien syille (Jack ym., 2013, 116). Yritysten johtajat ovat teorian mukaan taipuvaisia itsekorostusvinoumalle, joka ilmenee raportoinnissa kunnian ottamisena yrityksen onnistumisissa, ja vastuun kieltämisenä epäonnistumisissa (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 426).

Sosiologisesta näkökulmasta yritysten narratiivinen raportointi määräytyy sidosryhmien tai koko yhteiskunnan asettamien rakenteellisten rajoitteiden mukaan (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 426). Vaikutelman hallinnan selittäviä teorioita ovat tästä näkökulmasta

sidosryhmäteoria, legitimizeettiteoria ja institutionaalinen teoria. Sidosryhmäteoria käsittää vaikutelman hallinnan reaktioksi yritysten eri sidosryhmien ilmaisemiin huoliin, tai vastaukseksi julkiseen paineeseen ja epätoivottuun huomioon mediassa (Jack ym., 2013, 122). Teorian mukaan yritykset käyttävät vaikutelman hallintaa manipuloidakseen jonkin tietyn sidosryhmän käsitystä yrityksen toiminnasta tai suoriutumisesta (Merkl-Davies & Brennan, 2007, 125). Legitimizeettiteorian mukaan vaikutelman hallinnan käyttäminen raportoinnissa johtuu yrityksen ja yhteiskunnan välisestä normien ja arvojen ristiriidasta. Yritykset pyrkivät säilyttämään tai palauttamaan legitimizeettinsä näennäisesti mukauttamalla omat norminsa ja arvonsa yhteiskunnan kaltaisiksi. Teorian mukaan vaikutelman hallintaa esiintyy erityisesti tilanteissa, joissa yrityksen legitimizeetti on uhattuna, kuten yritysskandaalien ja ympäristökatastrofien seurauksena. (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 426) Institutionaalinen teoria perustuu oletukseen, että yritykset sopeutuvat institutionaalisiin odotuksiin implementoimalla sen asettamat normit omaan käyttöönsä. Yrityksen johtajat käyttävät teorian mukaan vaikutelman hallintaa vastatakseen institutionaalisiin paineisiin, tavoitteenaan vähentää sisäisten ja ulkoisten tekijöiden suorittamia tarkastuksia. (Merkl-Davies & Brennan, 2007, 125)

Kriittinen näkökulma keskittyy tutkimaan yritysten raportointia kriittisen teorian kannalta. Tällöin analyysin kohteena on johdon pyrkimykset vaikuttaa organisaation yleisön käsityksiin sen vallasta ja kontrollista (Jack ym., 2013, 113). Vaikutelman hallinta ilmenee raporteista kielellisten keinojen kautta, kuten retoristen, semanttisten ja kieliopillisten erityispiirteiden välityksellä (Jack ym., 2013, 124). Kieltä käytetään tällä tavoin välineenä artikuloida vallitsevia valtasuhteita, sekä tarjota hegemoninen selvitys yrityksen tuloksista (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 428).

Vaikutelman hallinnan teoriaa haastava näkökulma on lisäävän informaation (incremental information) ajatussuuntaus. Se perustuu näkemykseen, jonka mukaan harkinnanvaraiset raportointipäätökset tuottavat uutta hyödyllistä tietoa sidosryhmille (Merkl-Davies & Brennan, 2007, 123). Lisäävän informaation ajatussuuntauksen kannattajat siis kieltävät vaikutelman hallinnan olemassaolon yritysten raportoinnissa (Merkl-Davies & Brennan, 2011, 416). Kun vaikutelman hallinnan näkökulmasta katsottuna johtajien motiivina on omien etujensa ajaminen manipuloimalla laskentatoimen raportointia, lisäävän informaation selityksen mukaan johtajien tavoitteena on sidosryhmien tiedottaminen yrityksen toiminnasta. Johtajat pyrkivät tällä

tavoin vähentämään agenttiteorian mukaisia informaation epäsymmetrioita, päämääränään vähentää yrityksen pääoman kustannuksia, ja näin parantamaan osakekurssin kehitystä. Tämän seurauksena myös johdon palkkiot voivat lisääntyä. (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 124)

### **2.1.3 Vaikutelman hallinnan strategiat**

Hooghiemstran (2000) mukaan vaikutelman hallinnan strategiat voidaan jakaa proaktiivisiin ja reaktiivisiin strategioihin. Proaktiiviset strategiat tuovat esiin ja korostavat yrityksen positiivista toimintaa ottamalla itselleen vastuun myönteisistä tapahtumista, joiden syyt ovat monitulkintaiset tai epäselvät. Yritys saattaa myös pyrkiä korostamaan tapauksen toivottavuutta entisestään, jos vastuuta ei voida kyseenalaistaa. (Hooghiemstra, 2000, 61) Reaktiiviset strategiat sen sijaan tarjoavat perusteluja ja tekosyitä yrityksen negatiivisille toimille. Yritysten antamat perustelut ovat toimivia niin kauan kuin ne antavat uskottavan selityksen ongelmiin. Perusteluidensa kautta yritys hyväksyy vastuun, mutta kieltää toimintansa olleen väärin vähentääkseen toiminnan aiheuttamia haitallisia seurauksia. (Hooghiemstra, 2000, 61)

Merkel-Davies ja Brennan (2007) jakavat seitsemän laskentatoimen kirjallisuudesta tunnistamaansa vaikutelman hallinnan strategiaa kahteen yläluokkaan; peittelyyn (concealment) ja attribuutioon. Peittelyn strategiat ilmenevät joko negatiivisten tulosten tarkoituksenmukaisena monimutkaistamisena tai positiivisten tulosten korostamisena käyttäen erilaisia vaikutelman hallinnan tekniikoita. Attribuutio sen sijaan perustuu selityksiin ja perusteluihin, joita yritys antaa toiminnalleen. (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 126) Vaikutelman hallinnan strategiana, attribuutio pohjautuu olettamukseen, että yrityksen johtajat korostavat omaa suoriutumistaan selittämällä, että yrityksen menestys johtuu organisaation sisäisistä tekijöistä ja negatiivinen suoriutuminen ulkoisista tekijöistä (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 151). Suoriutumisen attribuution käyttämisessä on kuitenkin havaittu eroavaisuuksia eri kulttuurien välillä. Esimerkiksi yhdysvaltalaisen yritysten on todettu korostavan itseään huomattavasti vähemmän attribuution avulla verrattuna japanilaisiin yrityksiin. Sen sijaan japanilaisten ja singaporelaisten yritysten välinen attribuution käyttö on havaittu olevan melko samankaltaista. (Halim & Chew, 2008, 65)

Yritykset monimutkaistavat raporttiansa kirjallista informaatiota peitelläkseen negatiivisia tuloksiaan joko manipuloimalla raporttien luettavuutta tai käyttämällä retorista manipulaatiota (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 127). Vaikeuttamalla tekstin luettavuutta, yritykset pyrkivät piilottamaan tarkoitetun sanoman, sekä kääntämään sidosryhmien huomion muualle (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 133). Jones (2010) viittaa tähän vaikutelman hallinnan strategiaan lukijoiden hämmentämisellä. Raporteissa tämä esiintyy vaikeasti luettavan kielen lisäksi myös teknisenä kielenä, jota lukijan on vaikea ymmärtää (Jones, 2010, 100). Retorinen manipulaatio sen sijaan ilmenee retoristen keinojen kautta. Yritykset käyttävät vakuuttavaa kieltä, kuten pronomineja ja passiivista ilmaisutapaa, monimutkaistamisen välineenä. (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 139)

Merkel-Davies ja Brennan (2007) nimeävät neljä eri keinoa korostaa yrityksen positiivisia tuloksia manipuloimalla raporttien kirjallista ja numeerista informaatiota. Ensimmäinen on temaattinen manipulaatio, joka korostaa raportoinnissa positiivisia seikkoja negatiivisten sijaan. Yritykset manipuloivat raporttien sisältämien positiivisten sävyjen ja teemojen avulla lukijan saamaa vaikutelmaa. Tutkimusten mukaan yritykset raportoivat huonoista uutisista eri tavalla kuin hyvistä uutisista, tai jättävät ne jopa kokonaan raportoimatta (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 141). Yritykset käyttävät myös raporteissaan huomattavasti enemmän positiivisia sanoja kuin negatiivisia (Jones, 2010, 99). Toinen keino korostaa positiivisia uutisia on visuaalinen ja rakenteellinen manipulaatio. Tätä menetelmää voidaan soveltaa käyttämällä toistoa, vahvistamalla tietoa tarkenteen avulla, visuaalisella korostamisella, sekä järjestämällä tiedon sijaintia raportissa strategisesti. (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 141) Visuaalista manipulaatiota tapahtuu kaavioiden muodossa myös niiden puolueellisena valikointina, mittaamisen vääristelynä ja ulkonäön paranteluna (Jones, 2010, 103). Kolmas keino on valita raportin suorituskykyvertailut puolueellisesti. Johtajien tavoitteena on tässä tapauksessa valita raporttien vertailuarvoiksi ansaintaluvut, jotka esittävät yrityksen tuloksen kehityksen mahdollisimman myönteisesti. (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 145) Neljäs korostamisen keino on ansaintalukujen valikointi raporttiin sen perusteella, esittävätkö ne yrityksen kannattavana sijoituskohteena (Merkel-Davies & Brennan, 2007, 151). Johtajat siis valitsevat raporttiinsa positiivisen kuvan antamat ansaintaluvut. Vastaavasti yritys saattaa jättää jonain raportointivuotena tietyn heikentyneen ansaintaluvun raportoimatta.

## 2.2 Vaikutelman hallinta ja vastuullisuusraportointi

### 2.2.1 Vastuullisuusraportointi

Vastuullisuusraportointi tarkoittaa yrityksen sidosryhmille suunnattua raportointia keskittyen yhtiön suorituskykyyn muun kuin taloudellisen tiedon valossa (Sandberg & Holmlund, 2015, 677). Vastuullisuusraportointia kutsutaan myös ESG-raportoinniksi, koska vastuullisuusraportit sisältävät tietoa yrityksen ympäristövaikutuksista (Environment), sosiaalisesta vastuusta (Social) ja hallintotavasta (Governance). Lisäksi niissä raportoidaan eettisistä aiheista, kuten korruption ja lahjonnan torjunnasta sekä ihmisoikeuksien kunnioittamisesta. (Fredman, 2022) Yritykset julkaisevat vastuullisuusraporttinsa usein erillisraportteina (Barkemeyer, Comyns, Figge & Napolitano, 2014, 241). Ne voivat myös sisältyä yrityksen vuosikertomukseen. Talbotin & Boiralin (2018, 368) mukaan vastuullisuusraporttien tulisi olla läpinäkyviä, ja niiden pitäisi antaa lukijalle laaja ja tarkka kuva yrityksen toimista sekä vaikutuksista liittyen ympäristöön. Vaikutelman hallinnan käyttäminen vastuullisuusraporteissa on kuitenkin ristiriidassa tämän ajatuksen kanssa.

Vastuullisuusraportointia ei ole aiemmin säädelty laissa yhtä tarkasti kuin yritysten taloudellista raportointia, joten yhtiöillä on ollut suhteellisen laaja vapaus päättää siitä, mitä kaikkea ne sisällyttävät raportteihinsa ja missä muodossa (Sandberg & Holmlund, 2015, 677). Tämä on tarjonnut yrityksille enemmän mahdollisuuksia käyttää vaikutelman hallinnan keinoja omien etujensa edistämiseen. Vastuullisuusraportoinnin yhtenäistämiseksi, selkeyttämiseksi ja läpinäkyvyyden parantamiseksi on viime vuosikymmeninä valmistettu standardeja ja viitekehyksiä, jotka ohjeistavat, miten raportointi pitäisi laatia, sekä mistä asioista raporteissa pitäisi kertoa. Vastuullisuusraportointistandardeista maailmanlaajuisesti eniten käytetty on Global Reporting Initiative eli GRI. (KPMG, 2022) Raportointistandardien noudattaminen ei ole pakollista, mutta niillä on merkitystä sidosryhmien näkemykseen yrityksestä. GRI-viitekehyksen noudattaminen on havaittu parantavan raportoinnin laatua ja uskottavuutta vastuullisen sijoitustoiminnan alalla toimivien sidosryhmien silmissä (Diouf & Olivier, 2017, 657). Vastuullisuusraportoinnin osalta myös lainsäädäntöä on tiukennettu viime

aikoina. EU:n kestävyysraportointidirektiivin hyväksymisen seurauksena yrityksiä velvoitetaan tulevaisuudessa raportoimaan vastuullisuudestaan määrämuotoisesti, sekä noudattaen yhteisiä standardeja. Vastuullisuusraportointi pyritään näin tuomaan samaan asemaan tilinpäätösinformaation kanssa. (PwC, 2023)

### **2.2.2 Vastuullisuusraportoinnin selittävät teoriat**

Legitimiteettiteoriaa on käytetty kirjallisuudessa eniten vastuullisuusraportoinnin selittävänä teoreettisena viitekehyksenä (Hooghiemstra, 2000, 56). Se perustuu ajatukseen implisiittisestä sopimuksesta organisaation ja yhteiskunnan välillä, jonka mukaan kansalaisyhteiskunnalla on valtuudet sekä myöntää että poistaa yrityksen lupa olla olemassa ja harjoittaa liiketoimintaa (Cho, Laine, Roberts & Rodrigue, 2015, 80). Vastuullisuusraportoinnissa tämä merkitsee sitä, että yritykset pyrkivät vastaamaan sidosryhmien aiheuttamaan paineeseen toimia vastuullisesti ympäristön, yhteiskunnan ja kansalaisten näkökulmasta säilyttääkseen tai palauttaakseen legitimiteettinsä. Täten vastuullisuusraportointi voidaan käsittää reaktioksi yrityksen toimintaympäristössä oleviin tekijöihin. (Hooghiemstra, 2000, 56)

Barkemeyerin ym. (2014, 254) pitkittäistutkimuksessa todetaan, että vastuullisuusraportointi ei kuvasta yritysten todellista suoriutumista vastuullisuudessa, vaan toimii yhä enemmän työkaluna sen legitimiteetin vahvistamiseen. Tutkimuksen tulokset tukevat näkemystä, että yritykset pyrkivät vaikuttamaan sidosryhmien käsitykseen itsestään, ja muodostamaan liian myönteisen imagon organisaatiostaan. Tutkimuksen havainnot myös osoittavat, että legitimiteetin suojaaminen on nouseva trendi yritysten vastuullisuusraportoinnissa. (Barkemeyer ym., 2014, 251) Legitimiteettiin ja maineeseen liittyvät uhat siis ohjaavat yrityksiä käyttämään vaikutelman hallinnan keinoja vastuullisuusraportoinnissaan. Chon ym. (2015, 91) mukaan organisaatioiden toimintaympäristö ja ristiriitaiset sidosryhmien odotukset käytännössä pakottavat yritykset turvautumaan tekopyhyyteen raportoinnissaan ja luomaan symbolisia julkisivuja. Täten kaikkea vastuuta vastuullisuusraportoinnin heikosta luotettavuudesta, sekä vaikutelman hallinnan strategioiden käyttämisestä ei voida asettaa pelkästään yritysten johtajille. Yhteiskunnalla on oma vastuunsa mahdollistaa yrityksille luotettavan raportoinnin julkaiseminen.



Vastuullisuusraportoinnin toinen selittävä teoria on signaalointiteoria. Se perustuu näkemykseen, että yrityksen johto viestii sidosryhmilleen toiminnastaan vastuullisuusraportoinnin muodossa. Teorian mukaan vastuullisuusraportteja voidaan pitää luotettavina selvityksinä yrityksen pyrkimyksestä kehittää omaa suhdettaan ympäristöön. Lisäksi markkinat arvioivat tarkasti yritysten lähettämien signaalien totuudenmukaisuuden vertaamalla yritysten raporttien ja toimien yhdenmukaisuutta. (Cho ym., 2015, 83) Tämän perusteella signaalointiteoria ei pidä vastuullisuusraportoinnin valikoivuutta ja puolueellisuutta vaikutelman hallintana, vaan harkittuina valintoina välittää tärkeää tietoa yrityksen sidosryhmille. Signaalointiteorialla onkin samankaltaisia piirteitä lisäävän informaation ajatussuuntauksen kanssa.

### **2.2.3 Vaikutelman hallinta vastuullisuusraportoinnissa**

Kirjallisuudessa on tutkittu laajasti vaikutelman hallinnan taktiikoiden käyttöä yritysten vastuullisuusraportoinnissa. Raporteissa on havaittu peittelyä erityisesti negatiivisen tapahtuman, kuten onnettomuuden tai skandaalin, jälkeen. Epäsuotuisan tapahtuman jälkeinen lisääntynyt yrityksen raportointi ei välttämättä ole peräisin pyyteettömyydestä, vaan pikemminkin legitimitetin ja yrityksen maineen palauttamisesta (Corazza ym., 2020, 1910). Myös yritystoiminnan luonne voi vaikuttaa peittelyn määrään. Jos toiminta on lähtökohtaisesti ympäristölle haitallista, saattavat yritykset kompensoida tätä vaikutelman hallinnan keinoilla. Boiral (2016) havaitsi tutkimuksessaan neljä neutralisointitekniikkaa kaivostoimintaa harjoittavien yritysten vastuullisuusraporteista, joiden avulla ne oikeuttivat imagoaan haittaavan informaation julkaisun. Nämä olivat väite positiivisesta tai neutraalista nettovaikutuksesta, merkittävien vaikutusten kiistäminen, itsensä etäännyttäminen raportoiduista vaikutuksista, sekä omien velvollisuuksien vähättely. (Boiral, 2016, 765)

Tutkimuskirjallisuudessa on havaittu, että yrityksen suorituskyky vastuullisen liiketoiminnan ja ympäristönsuojelun suhteen vaikuttaa tapaan ja laatuun, jolla yritys näistä toimista raportoi. Martínez-Ferreron, Suárez-Fernándezin ja García-Sánchezin (2019) tutkimuksessa tunnistettiin, että paremmin vastuullisuuden mittareilla suoriutuvat yritykset raportoivat vastuullisuustietonsa laadukkaammin ja korostivat samalla

enemmän omaa suoriutumistaan vaikutelman hallinnan strategiana. Heikosti suoriutuvat yritykset sen sijaan monimutkaistivat tietoisesti raportejaan tarkoituksenaan suojella legitimitteettiään. (Martínez-Ferrero ym., 2019, 477) Sama yhteys yrityksen raportoinnin ja suorituskyvyn välillä on havaittu myös temaattisen manipulaation käytössä. Hamzan ja Jarbouin (2022) tutkimus keskittyi analysoimaan vastuullisuusraporttien optimististen ja pessimististen sanojen käyttöä vaikutelman hallinnan näkökulmasta. Tutkimuksessa havaittiin merkittävä negatiivinen korrelaatio vastuullisuuden sitoutumistason ja raportoinnin sävyn hallinnan välillä (Hamza & Jarboui, 2022, 612). Vastuullisemmin toimivat yritykset käyttivät siis sävyn hallintaa vähemmän, ja osoittivat toiminnallaan parempaa läpinäkyvyyttä. Heikommin vastuulliseen toimintaan sitoutuneet yritykset sen sijaan turvautuivat optimististen sanojen liialliseen käyttöön. Myös Berettan, Demartinin, Licon ja Trucon (2021) tutkimuksessa tunnistettiin yhteys vastuullisuusraportoinnin sävyn ja yrityksen ympäristösuorituskyvyn välillä. Poiketen Hamzan ja Jarbouin (2022) tuloksista, Berettan ym. (2021) tutkimuksessa havaittiin, että hyvin suoriutuvat yritykset raportoivat positiivisemmalla sävyllä kuin huonosti suoriutuvat. Tutkimuksen empiiriset havainnot olivat siis ristiriidassa vaikutelman hallinnan lähestymistavan kanssa, jonka mukaan yritykset käyttävät positiivista sävyä puolueellisesti vastuullisuusraportoinnissaan (Beretta ym., 2021, 12). Berettan ym. (2021) tutkimuksen tulokset olivat tällöin linjassa lisäävän informaation ajatussuuntauksen kanssa.

Vastuullisuusraporttien tutkimisen pohjalta on vahvistettu näyttöä myös visuaalisen vaikutelman hallinnan käytölle. Cho, Michelin ja Patten (2012a) löysivät tutkimuksessaan todisteita sekä korostamisen että monimutkaistamisen tekniikoiden käyttämisestä vastuullisuusraporttien sisältämissä kaavioissa. Tulosten mukaan kaaviot esittivät mieluummin myönteisiä kuin epäsuotuisia trendejä. Myös tapauksissa, joissa havaittiin kaavioiden olennaisia vääristymiä, puolueellisuus visuaalisessa suunnittelussa antoi yrityksestä useimmiten suotuisan kuvan. (Cho ym., 2012a, 84) Lisäksi tulokset viittasivat siihen, että vähemmän rajoitetuissa raportointisääntely-ympäristöissä toimivat yritykset osallistuisivat todennäköisemmin vaikutelman hallintaan kaavioiden avulla (Cho ym., 2012a, 85). Tämä on merkki siitä, että vaikutelman hallinnan käyttämisen määrää on mahdollista vähentää lisäämällä raportoinnin sääntelyä yhteiskunnassa.

Kanbaty ym. (2023) mukaan vastuullisuusraporttien sisältämät kuvat on valittu tarkkaan herättämään tunteita lukijassa, sekä ainakin osittain hallitsemaan heidän vaikutelmaansa

yrityksestä. Erityisen usein kuvia käyttävät yritykset, joilla on korkea suorituskyky ja läheisyys kuluttajien kanssa, suuri altistuminen kiistanalaisille ongelmille, sekä ympäristön kannalta herkkiin toimialoihin kuuluvat yritykset (Kanbaty ym., 2023, 20). Energia-ala lukeutuu tällaiseksi toimialaksi, joten näiden tulosten mukaan siihen kuuluvien yritysten pitäisi käyttää keskimääräistä enemmän kuvia vastuullisuusraportoinnissaan vaikutelman hallinnan välineenä.

#### **2.2.4 Aiempia tutkimuksia energia-alalta**

Energia-alan vastuullisuusraportointia on jo aiemmin tutkittu vaikutelman hallinnan näkökulmasta. Talbotin ja Boiralin (2018) julkaisema tutkimus keskittyy analysoimaan GRI-standardeja noudattavien energia-alan yritysten vaikutelman hallinnan strategioita raportoidessaan kasvihuonepäästöistään. Tutkimuksessa havaittiin, että yritykset oikeuttivat ympäristötuloksiaan käyttämällä vaikutelman hallinnan keinoja, kuten vähättelemällä päästöjensä vaikutuksia, sekä antamalla tekosyitä ja tulevaisuuden lupauksia. Yritykset myös piilottelivat keskeistä informaatiota strategisten laiminlyöntien avulla ja lukujen manipuloinnilla. (Talbot & Boiral, 2018, 379) Näiden valintojen taustalla voidaan päätellä olevan yrityksen legitimitietin suojeleminen sekä raportoinnin puolueellisuus. Myös Săndulescu (2021) on havainnut vastuullisuusraportoinnin puolueellisuuden tutkiessaan öljy-yhtiön vastuullisuusraporteista kolmea vaikutelman hallinnan strategiaa yrityksen raportoidessa työturvallisuudesta; arviointia, toistoa ja suorituskykyvertailujen puolueellista käyttöä. Tutkimuksessa havaittiin taipumus positiivisten arviointien käyttöön, kun mitattiin yrityksen suorituskykyä, sekä useiden vaikutelman hallinnan taktiikoiden soveltamista negatiivisen tapahtuman jälkeen. Näiden tavoitteena oli suojelemaan organisaation legitimitettiin, ja parantaa yrityksen imagoa liittyen työturvallisuuteen. (Săndulescu, 2021, 283)

Cho ym. (2018) vertasivat tutkimuksessaan öljy- ja kaasuyhtiöiden vastuullisuusraportoinnin ja kulissien takana tapahtuvan poliittisen toiminnan eroja. Vastuullisuusraportoinnissa yrityksen sidosryhmille esitettiin vastuullisuudesta tarkoin määritetty kuva, jonka tavoitteena oli hallita sidosryhmien saamaa vaikutelmaa yrityksestä. Energiayhtiöt esittivät raporteissaan huolensa ympäristönsuojelun nykytilanteesta ja tulevaisuudesta, sekä sitoutumisensa biodiversiteetin suojelemiseksi.

(Cho ym., 2018, 880) Julkisuuden ulkopuolella yritykset kuitenkin lopettivat tällaisen käyttäytymisen, ja keskittyivät ajamaan omia etujaan poliittisella toiminnalla. Yritykset salasivat tämän raporteistaan, säilyttääkseen sosiaalisten normien edellyttämän vaikutelman ympäristövastuullisena toimijana. (Cho ym., 2018, 881) Energiayhtiöiden toiminnan ja raportoinnin eroavaisuus on tunnistettu myös muissa tutkimuksissa. Laineen, Järvisen, Hyvösen ja Kantolan (2017) tapaustutkimuksessa havaittiin, että suomalaisen energiayhtiön vastuullisuusraportointi oli vain löyhästi sidoksissa sen todelliseen toimintaan, vaikutuksiin ja organisaation päätöksentekoon. Tutkimuksessa todetaan, että tämä yhdistettynä monitulkintaisiin ympäristöinvestointilukuihin, mahdollistaa yrityksen korostaa omaa asemaansa sidosryhmien silmissä, sekä parantaa organisaation ulkoista imagoa (Laine ym., 2017, 608). Täten vaikutelman hallinta voidaan tulkita muodostuvan myös vastuullisuusraporttien informaation ja sen varsinaisten menettelytapojen poikkeavuuksista.

### **2.3 Yhteenveto teoriasta**

Teoreettisen viitekehyksen perusteella voidaan todeta, että vaikutelman hallinta on merkittävä laskentatoimen raportointiin liittyvä ilmiö. Yritysten julkaisemat vastuullisuusraportit tarjoavat yrityksille alustan tekstimuotoisen ja visuaalisen vaikutelman hallinnan käytölle. Käyttämällä vaikutelman hallinnan strategioita, yritykset pystyvät hallitsemaan sidosryhmiensä käsityksiä yrityksen toiminnan vastuullisuudesta. Vastuullisuusraportoinnin yleisimpänä selittävänä teoriana on kirjallisuudessa käytetty legitimititeettiteoriaa, jonka mukaan vaikutelman hallinnan käyttämisen motiivina on yrityksen legitimitietin palauttaminen tai suojeleminen (Hooghiemstra, 2000, 56). Toiminnan taustalla voi olla myös johtajien taloudellisen hyödyn tavoittelu esittämällä yrityksen suoriutumisen parempaan kuin se todellisuudessa on (Jack et al., 2013, 116). Tarkasteltujen tutkimusten havainnot yritysten toiminnan ja raportoinnin eroavaisuuksista puoltavat näkemystä, jonka mukaan vastuullisuusraporttien sisältämän informaation luotettavuus on kyseenalaistettavissa. Suoriutumisen attribuutio vaikutelman hallinnan strategiana sekä näkökulmat vastuullisuusraportoinnin manipulaatioon ohjasivat tutkielman analyysiä, ja auttoivat jäsentelemään ja tulkitsemaan havaittuja vaikutelman hallinnan keinoja.

## 3 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT

### 3.1 Tutkimusaineisto

Tutkimukseen valittiin kohdeyhtiöiksi suomalaisia energia-alalla toimivia yhtiöitä, jotka ovat julkaisseet vastuullisuusraporttinsa vuodelta 2022. Tältä vuodelta julkaistut raportit olivat tutkimuksen tekoaikaan tuoreimpia julkaistuja vastuullisuusraportteja. Tutkimukseen haluttiin saada sekä pörssiyhtiöitä että listaamattomia yhtiöitä, jotta saataisiin monipuolinen kuva vaikutelman hallinnan käytöstä energia-alalla tällä hetkellä. Tutkielman laajuus ja seminaarin aikataulut rajoittivat kuitenkin tutkimasta montaa vastuullisuusraporttia, joten tutkimuksen aineiston koko pyrittiin pitämään melko pienenä. Pienemmän aineiston tutkiminen mahdollisti tarkemman syventymisen vaikutelman hallinnan keinoihin, sekä antoi tilaisuuden aineiston yksityiskohtaisempaan analysoimiseen.

Tutkielman tutkimusaineistoksi valikoitui neljän suomalaisen energiayhtiön vastuullisuusraportit. Tarkasteltavat vastuullisuusraportit ovat laadullista sekundaariaineistoa. Tutkimuksen kohdeyritykset ovat Fortum Oyj, Neste Oyj, Fingrid Oyj ja Helen Oy. Jokainen näistä yrityksistä noudattaa GRI-standardeja vastuullisuusraportoinnissaan. Kohdeyhtiöistä Fortum Oyj ja Neste Oyj ovat Nasdaq Helsingissä listattuja julkisia osakeyhtiöitä. Fingrid Oyj on listaamaton julkinen osakeyhtiö, ja Helen Oy on yksityinen osakeyhtiö.

Empiirinen tutkimusaineisto kerättiin valittujen kohdeyritysten verkkosivuilta. Vastuullisuusraportit ovat julkisesti vapaassa käytössä, joten niiden hankkiminen ei vaatinut resursseja. Neste Oyj oli tutkimukseen valituista yrityksistä ainoa, joka sisällytti vastuullisuusraporttinsa osaksi vuosikertomustaan. Muut kolme yritystä julkaisivat erilliset vastuullisuusraportit. Kohdeyhtiöiden vastuullisuusraporteista Fortumin ja Nesteen raportit on laadittu englannin kielellä. Fingridin ja Helenin vastuullisuusraportit ovat sen sijaan suomenkielisiä. Kielelliset eroavaisuudet pyrittiin ottamaan huomioon analyysia tehdessä.

Tutkimuksen analyysi keskittyi vastuullisuusraporttien kohtiin, joissa yritykset kertovat aiheuttamistaan päästöistä. Vaikka suurin osa päästöistä kertovasta tiedosta sijoittuu raporttien ilmastokappaleisiin, analysoitiin informaatiota myös vastuullisuusraporttien muista osista. Tällä tavoin pyrittiin saamaan kokonaisvaltainen kuva tavasta, jolla energiayhtiöt raportoivat päästöistään.

### 3.2 Aineiston analyysimenetelmät

Laadullisen tutkimusaineiston analyysimenetelmänä käytettiin teoriaohjaavaa sisällönanalyysia. Laadullisessa sisällönanalyysissa syvennyttään siihen, mistä asioista käsiteltävä aineisto kertoo, sekä mitä aiheita ja teemoja siitä nousee esiin (Vuori, 2024). Sisällönanalyysilla pystytään analysoimaan dokumentteja, tässä tapauksessa raportteja, systemaattisesti ja objektiivisesti (Tuomi & Sarajarvi, 2018, 85). Laadullinen sisällönanalyysi onkin hallitseva analyysimenetelmä vastuullisuusraportoinnin tutkimisessa (Diouf & Olivier, 2017, 659). Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissa tutkimuksen analyysi ei perustu suoraan johonkin tiettyyn teoriaan, vaan aiempi tieto suuntaa analyysin tekoa. Analyysitavassa ajattelua ohjaa vuoroin aineisto ja teoria. Teoriaa voidaan myös käyttää aineistolähtöisten tulkintojen jäsentelemiseen. (Tuomi & Sarajarvi, 2018, 81) Tällaista analyysin päättelyn logiikkaa kutsutaan abduktiiviseksi päättelyksi (Puusa, Juuti & Aaltio, 2020, 145).

Analyysin tavoitteena oli eritellä raporteista havaittuja yhteneväisyyksiä sekä korostuvia löydöksiä vaikutelman hallinnan näkökulmasta. Tutkimuksen sisällönanalyysi toteutettiin siten, että aineistoon syvennyttiin teoreettisen viitekehyksen pohjalta, mutta aineistosta nousseet vaikutelman hallinnan keinot tehtiin aineistolähtöisesti. Teoriasta haettiin vahvistusta ja tukea tehdyille havainnoille. Teoriaa käytettiin myös tutkielman raportointivaiheessa löydettyjen keinojen ryhmittelyyn. Aineistosta on esitetty lainauksia ja katkelmia, jotka kuvaavat ja havainnollistavat päätelmiä sisällönanalyysille tyypillisellä tavalla (Puusa ym., 2020, 176).

## 4 ANALYYSI

### 4.1 Suoriutumisen attribuutio

Vastuullisuusraporteista ilmeni huomattava määrä suoriutumisen attribuutiota vaikutelman hallinnan keinona. Energiayhtiöt ottivat mielellään vastuun itselleen yrityksen positiivisesta suoriutumisesta tai kehityksestä päästöjen vähentämisen osalta. Tällöin oli kyse sisäisestä attribuutiosta. Sen sijaan negatiivinen ympäristösuoriutuminen raportoitiin usein johtuvan ulkoisista tekijöistä tai yrityksen johdosta riippumattomista asioista. Tähän viitataan ulkoisena attribuutiona.

Toisaalta yritykset asettivat myös monessa tapauksessa myönteisten asioiden syyksi organisaatioiden ulkopuolisia tekijöitä. Tällöin yritykset myönsivät, ettei päästöjen vähentyminen aiheutunut yrityksen sisäisistä tekijöistä, vaan eksogeenisistä muuttujista, joihin yritys ei pystynyt vaikuttamaan. Nämä havainnot olivat ristiriidassa vaikutelman hallinnan näkemyksen kanssa, jonka mukaan yrityksen johtajilla on vahva taipumus attribuution puolueellisuuteen (Merkel-Davies & Brennan, 2007). Lisäksi ne tekivät vastuullisuusraporttien sävyistä neutraalimpia.

”Vuonna 2022 Suomessa kulutetun sähkön päästökerroin oli keskimäärin 60 g CO<sub>2</sub>/kWh. Päästökerroin laski edellisvuodesta (91 g CO<sub>2</sub>/kWh vuonna 2021), mikä kertoo myönteisestä kehityksestä kohti Suomen ilmastotavoitteita. Kertoimen laskua selittää sähkön kulutuksen väheneminen ja rajasiirtojen muutokset, joissa näkyvät sähkön tuonti Pohjoismaista, sähkön vienti Viroon ja erityisesti venäläisen sähkön rajakaupan päättyminen. Tuotantopuolella kertoimen laskuun vaikutti ydinvoiman ja tuulivoiman lisääntyminen.” (Fingrid, 22)

#### 4.1.1 Sisäinen attribuutio

Yritysten käyttämä sisäinen attribuutio tuli raporteista esiin useammasta eri näkökulmasta. Yritykset esimerkiksi esittivät päästöjen vähentymisen syyksi yrityksen johdon liiketoimintapäätökset, jotka raporttien mukaan aiheuttivat myönteisen

kehityksen. Kuitenkin suurimmassa osassa sisäisen attribuution havainnoista positiivisten asioiden syyksi annettiin yleisesti yritys, eikä pelkästään yrityksen johto. Yrityksen sitoutumisen korostaminen päästöjen vähentämiseen sekä ilmastonmuutoksen torjuntaan ilmaistiin usein syyksi hyvään ympäristösuoriutumiskykyyn. Myös omien ilmastotavoitteiden saavuttaminen perusteltiin johtuvan organisaation sisäisistä tekijöistä.

”We have concrete targets to reducing the use phase emission intensity of sold products and work with our suppliers and partners to reduce the indirect GHG emissions from our entire value chain (scope 3) and are aiming for a carbon neutral and nature positive value chain by 2040. Thanks to a continued focus on cooperation and innovation, we remained on track to reach these targets during 2022.” (Neste, 6)

Positiivisen suoriutumisen attribuutio jaettiin pienessä määrin myös omien yhteistyökumppaneiden kanssa. Hyvä suoriutuminen ei tällöin ollutkaan pelkästään yrityksen oman johdon ansiota, vaan osa kunniaa kuului myös yrityksen liikekumppaneille. Toisaalta näissäkin tapauksissa yrityksen voitiin tulkita korostavan omia yhteistyötaitojaan.

#### **4.1.2 Ulkoinen attribuutio**

Yritykset käyttivät ulkoista attribuutiota vastuullisuusraporttien kohdissa, joissa raportoitiin päästöjen kasvusta verrattuna edellisiin vuosiin. Päästöjen kasvun ilmaistiin johtuvan ulkoisista tekijöistä, joihin yritys ei voinut vaikuttaa. Hooghiemstran (2000, 61) mukaan tällaiset perustelut tarjoavat yritykselle tehokkaan suojan. Vastuullisuusraporteissa kuvattiin, että ulkoiset tekijät pakottivat yrityksen toimimaan tietyllä tavalla, joka aiheutti päästöjen negatiivisen kehityksen. Tämä ilmeni erityisesti raporttien kohdissa, joissa kerrottiin vuoden aikana sattuneista ympäristöonnettomuuksista ja -poikkeamista.

”Keväällä lopetimme venäläisen kivihiilen käytön ja siirryimme hankkimaan hiiltä maailmanmarkkinoilta. Kivihiilen laatu on poikennut merkittävästi aiemmin käytetystä esimerkiksi rikkipitoisuuden osalta. Tämä johti loppuvuodesta ongelmiin Salmisaaren voimalaitoksen savukaasujen puhdistinlaitteiden toiminnassa, minkä seurauksena päästöjen raja-arvoja ei pystytty noudattamaan.” (Helen, 37)



Fortumin vastuullisuusraportissa ulkoinen attribuutio kohdistui myös Venäjälle sijoittuvaan liiketoimintaan. Fortum ilmoittaa raportissaan, että se on poistumassa Venäjän markkinoilta, ja raportoi usein Venäjän osuuden päästöistä erikseen. Venäjällä syntyneet päästöt ovat raportin mukaan suurempia kuin muualla. Vastuullisuusraportista saa kuvan, että Fortumin Venäjälle sijoittuva liiketoiminta on ikään kuin ulkoinen tekijä, jonka päästöihin ei voida vaikuttaa.

## 4.2 Temaattinen manipulaatio

Jokaisen kohdeyrityksen vastuullisuusraportti oli sävyltään hyvin positiivinen. Yritykset korostivat päästöjen osalta myönteistä suoriutumistaan, ja vähättelivät negatiivista toimintaansa. Korostamista esiintyi raporteissa etenkin vahvistavien sanojen huomattavana määränä. Yritykset pyrkivät näin keskittämään lukijan huomion raporttien positiivisiin seikkoihin ja yrityksen onnistumisiin. Samaan aikaan yritykset pyrkivät vähättelemaan kielteisiä asioita käyttäen heikentäviä sanoja, kiistämällä merkittävät vaikutukset, sekä etäännyttämällä itsensä raportoiduista vaikutuksista.

### 4.2.1 Positiivisten asioiden korostaminen

Yritykset käyttivät vastuullisuusraporteissaan runsaasti vahvistavia sanoja korostaakseen positiivisia vaikutuksiaan ympäristöön. Erityisen paljon tämä korostui Nesteen ja Fingridin raporteista. Nesteen raportissa korostui sanan *significantly* käyttö kuvatessa yrityksen aiheuttamien päästöjen vähenemistä. Vastaavasti Fingrid käytti sanaa *merkittävästi* raportoidessaan päästöjen myönteisestä kehityksestä. Vahvistavien sanojen käytön tarkoituksena oli painottaa raportoidun asian merkitystä. Yritykset käyttivät sanallista korostamista myös arvioidessaan toimintansa tulevaisuuden vaikutuksia.

”Fingridissä tehtiin vuoden aikana sopimuksia yhteensä noin 770 megawatin tuulivoimatuotannon liittämistä sähköverkkoon. Tämän myöhemmästä toteutumisesta seuraa mittava myönteinen ilmastovaikutus, kun vältetään epäsuorasti noin 141 000 hiilidioksidiekvivalenttitonnin päästöt vuosittain.” (Fingrid, 22)

Vastuullisuusraporteista korostui myös optimismi tulevaisuuden kehitykseen ja ilmastotavoitteiden saavuttamiseen. Yritykset vakuuttivat pääsevänsä Suomen hiilineutraaliustavoitteisiin viimeistään vuonna 2035. Fortum asetti oman tavoitteensa kaikkien päästöjen osalta jo vuodelle 2030. Myös Helen ilmaisi tavoittelevansa hiilineutraalia energian tuotantoa vuoteen 2030 mennessä. Korostamalla näitä tavoitteita, yritykset muodostivat raportille optimistisen sävyn, ja kiinnittivät lukijan huomion tulevaisuuteen.

Lisäksi osasta vastuullisuusraporteista ilmeni korostamiseen liittyvä piirre, jossa yrityksen toimintaa korostettiin haastavaksi kuvatussa toimintaympäristössä. Yritykset raportoivat tällöin, että vaikka olosuhteissa toimiminen oli vaikeaa, pystyivät ne silti suoriutumaan ympäristön kannalta hyvin sekä tekemään päätöksiä, jotka edistivät vastuullisuutta.

”Haastavasta toimintaympäristöstä huolimatta jatkoimme hajautetun energiajärjestelmän rakentamista investoimalla vähäpäästöiseen ja hiilineutraaliin tuotantoon yhteensä 221 miljoonaa euroa.” (Helen, 30)

#### 4.2.2 Negatiivisten asioiden vähättely

Yritykset käyttivät vastuullisuusraporteissaan heikentäviä sanoja vähätelläkseen negatiivista suoriutumistaan. Heikentävien sanojen käyttöä havaittiin kuitenkin raporteissa paljon vähemmän kuin vahvistavien sanojen käyttöä. Tämän voidaan selittää sillä, että yritykset raportoivat muutenkin negatiivisista asioista vähemmän kuin positiivisista.

”We are well on track to reach our targets as in 2022, our production (scopes 1 & 2) emissions totalled to 2.5 MtCO<sub>2</sub>, which is 28% smaller than in 2019, which is our baseline year. The production footprint in 2022 was slightly higher than in 2021, as we performed the major turnaround at our Porvoo refinery in 2021, which had a one-off impact on our production emissions.” (Neste, 70)

Esimerkissä Neste kuvailee tuotannosta syntyvän hiilijalanjäljen olleen vain hieman korkeampi kuin edellisenä vuotena. Todellisuudessa tuotannon päästöjen kasvu oli Nesteen ilmoittamien lukujen perusteella lähes 7 % vuoteen 2021 verrattuna. Tämän kokoista kasvua ei voida pitää vain vähäisenä, joten Neste kiistatta vähättelee negatiivisia

vaikutuksiaan ilmastoon. Jos otetaan huomioon pelkästään Nesteen aiheuttamat suorat päästöt eli scope 1-päästöt, on muutos noin 13,5 % edelliseen vuoteen verrattuna. Tätä Neste ei kuitenkaan raportoi tekstimuodossa millään tavalla. Päästöjen arvot on sisällytetty vain ilmasto- ja ympäristösuorituskyvyn kehityksen tiivistämään taulukkoon, joka esitetään vastuullisuusraportin loppupuolilla. Myös muiden yritysten raporteista ilmeni puolueellista valikointia siinä, mitä päästöarvoja päätettiin kirjoittaa tekstimuodossa.

Negatiivisten uutisten yhteydessä, osa yrityksistä kiisti toimintansa aiheuttavan merkittäviä vaikutuksia ympäristöön. Fortum esimerkiksi raportoi vuodelta 2022 kaksi suurta ympäristöonnettomuutta, mutta ilmoitti, että näiden aiheuttamat ympäristövaikutukset eivät olleet merkittäviä. Samoin Neste kiisti aiheuttavansa negatiivista haittaa puiden kasvuun jalostamoiden päästöillään.

”Currently, tree needle nutrient levels are at the same level as in natural forests, and tree growth has not been significantly influenced by refinery emissions.”  
(Neste, 79)

Lisäksi Fingrid pyrki etäännyttämään itsensä raportoimistaan vaikutuksista. Etäännyttäminen tapahtui sijoittamalla aiheutetut päästöt laajempaan kontekstiin. Boiralin (2016, 15) mukaan yrityksellä ei ole tällöin välttämättä tavoitteena velvollisuuksien välttely, vaan pyrkimys suhteellistamaan vaikutustensa suuruutta. Ilmaisemalla osuutensa koko Suomen kasvihuonepäästöistä, Fingrid pyrki siis vähättelemään negatiivisia vaikutuksiaan ympäristöön ja ilmastonmuutoksen.

”Suomen kasvihuonekaasupäästöistä päästöjemme (scope 1 ja 2) osuus oli noin 0,2 prosenttia.” (Fingrid, 22)

### **4.3 Visuaalinen ja rakenteellinen manipulaatio**

Vastuullisuusraportit sisälsivät kuvia luonnosta, yritysten infrastruktuurista, sekä ihmisistä. Analyysissa ei kuitenkaan havaittu merkittävää vaikutelman hallintaa kuvien muodossa, jotka oli liitetty päästöistä kertovan informaation yhteyteen. Yritykset käyttivät toisaalta vastuullisuusraporteissaan melko paljon visuaalista korostamista painottaakseen haluamaansa myönteistä informaatiota. Yritykset tehostivat positiivista

asiaa kirjoittamalla tekstin suuremmalla fontilla, käyttämällä huomiota herättävää väriä, sekä sijoittamalla korostetun tekstikappaleen irralleen muusta tekstistä, usein sivun oikeaan reunaan. Korostetut tekstit olivat yleensä lyhyitä lauseita, joissa nostettiin esiin yrityksen hyvä suoriutuminen tai saavutus. Fingrid esimerkiksi ilmaisi tällaisessa korostetussa tekstissä, että sen toiminnalla merkittävä positiivinen nettovaikutus ilmastoon. Osassa näistä tekstikappaleissa korostui myös retoriikan käyttö.

”Neste shows an example of what leading the transformation towards a carbon neutral value chain could mean in practice.” (Neste, 69)

Fortumin vastuullisuusraportista havaittiin päästöjen puolueellinen suorituskykyvertailu visuaalisessa muodossa. Fortum esittää taulukon, jossa se vertailee omia sähkön tuotannon ominaispäästöjään suurten eurooppalaisten energiayhtiöiden päästöihin. Taulukossa on esitetty 23 energiayhtiötä, ja Fortumin ominaispäästöt ovat taulukon mukaan näistä yrityksistä kolmanneksi pienimmät. Taulukon arvot eivät ole kuitenkaan täysin vertailukelpoisia, koska Fortumin päästöt on laskettu vuodelta 2022, kun muiden yritysten päästöt ovat vuodelta 2021. Lisäksi Fortum ilmoittaa pienellä tekstillä, että osan yritysten luvuista taulukossa saattaa sisältää myös lämmöntuotannon, mikä vähentää entisestään vertailukelpoisuutta. Vertailukelpoisuuden puute viittaa siihen, että Fortum on valinnut taulukon puolueellisesti raporttiinsa. Merkl-Daviesin ja Brennanin (2007, 145) mukaan yritykset valitsevat suorituskykyvertailunsa puolueellisesti esittääkseen tämänhetkisen suoriutumisen parhaassa mahdollisessa valossa. Vertailu tapahtuu Fortumin tapauksessa poikittaisesti, käyttäen vertailukohtina kilpailevia yrityksiä.

Vastuullisuusraporteista ilmeni myös rakenteellista manipulaatiota toiston muodossa. Toistamalla tiettyjä avainsanoja tekstissä, yritys pystyy tuottamaan tekstiin painotusta sekä mieleenpainuvuutta. Lisäksi lukijoiden on havaittu pitävän toistettua informaatiota totuudenmukaisempana. (Săndulescu, 2021, 269)

”The most significant environmental impacts of our supply chain are related mainly to fuels, particularly to coal, natural gas and biomasses. Among the significant environmental aspects associated with coal mining and natural gas production are the use of natural resources, greenhouse gas and other emissions to air, water and soil, and impacts on biodiversity. In both industries, the occupational health and safety of personnel is a significant social aspect.” (Fortum, 87)

Esimerkissä toistuvat sanat *significant*, *impact* ja *aspect* useammin kuin kerran yhdessä kappaleessa. Toisto ilmeni vastuullisuusraporteista myös siten, että yritykset toistivat tiettyjä seikkoja, kuten saavuttamia tavoitteita ja meriittejä, monissa eri kohdissa vastuullisuusraporttia. Informaation toistamisen voidaan tällöin tulkita toimivan vaikutelman hallinnan keinona.

#### 4.4 Luettavuuden manipulaatio

Vastuullisuusraporteista havaittiin myös pieni määrä luettavuuden manipulaatiota. Tämän tavoitteena oli tarkoituksellisesti monimutkaistaa informaatiota, jotta lukijan olisi vaikeampi ymmärtää tekstin sisältöä. Yrityksen tavoitteena voi olla myös hämmentää lukijoita, ja tällä tavoin pidättää heitä tutkimasta negatiivista seikkaa tarkemmin (Merkl-Davies & Brennan, 2007, 133).

”Edellisvuosia huomattavasti suurempia materiaalihankintojen päästöjä selittää erityisesti energiamurroksessa tarvittavaa pohjois-eteläsuuntaista sähkönsiirtoa vahvistavan, mittavan Metsälinja-voimajohtohankkeen valmistuminen. Muita epäsuoria päästöjä aiheutui liikematkuksesta. Fingrid kehittää scope 3-laskentansa kattavuutta.” (Fingrid, 25)

Esimerkissä Fingrid on vaikeuttanut negatiivisesta kehityksestä kertovan tekstin ymmärrettävyyttä monimutkaistamalla ensimmäisen virkkeen rakennetta, sekä lisäämällä joukkoon adverbejä. Myös lupaus kehittää scope 3-päästöjen laskentaa jättää lukijan hämmentyneeksi Fingridin tämänhetkisestä toiminnasta, koska Fingrid ei missään kohtaa raporttia tarkemmin asiaa selitä.

## 5 POHDINTA

### 5.1 Johtopäätökset

Tutkimuksessa tehtyjen havaintojen perusteella suomalaiset energiayhtiöt käyttävät vastuullisuusraporteissaan useita vaikutelman hallinnan keinoja raportoidessaan omista päästöistään. Havainnot ovat linjassa aiemman kirjallisuuden kanssa, ja vastaavanlaisia tuloksia energia-alalta ovat saaneet esimerkiksi Talbot ja Boiral (2018). Analyysissa tunnistettiin monia samoja vaikutelman hallinnan keinoja, joita Merkl-Davies ja Brennan (2007) ovat määrittäneet aiemmasta kirjallisuudesta. Vastuullisuusraporteista havaittiin myös väite positiivisesta nettovaikutuksesta, merkittävien vaikutusten kiistäminen ja itsensä etäännyttäminen raportoiduista vaikutuksista, jotka ovat Boiralin (2016) tunnistamia neutralisointitekniikoita.

Tutkimuksessa havaitut korostamiseen ja vähättelyyn liittyvät vaikutelman hallinnan keinot liittyivät suurelta osin sanojen käyttöön, jotka vahvistivat tai heikensivät lauseiden merkitystä. Korostamisen ja vähättelyn avulla yritykset vaikuttivat vastuullisuusraporttinsa sävyyn, tehden niistä erittäin positiivisia. Tämä tukee aiempaa kirjallisuutta, jonka mukaan temaattisella manipulaatiolla yritykset pyrkivät esittämään mahdollisimman positiivisen kuvan raporttien lukijoille omasta toiminnastaan (Merkl-Davies & Brennan, 2007). Toinen keskeinen analyysissa ilmennyt piirre liittyen korostamiseen ja vähättelyyn, oli tekstimuotoisen raportoinnin valikoivuus. Havaintojen mukaan vastuullisuusraportin positiiviset asiat kirjoitettiin tekstimuodossa, kun taas negatiiviset asiat jätettiin usein tekstissä raportoimatta. Tästä voidaan vetää johtopäätös, että energiayhtiöiden raportoidessa omista päästöistään, korostuu tehdyissä tekstimuotoisissa valinnoissa ainakin jossain määrin raportoinnin puolueellisuus. Vastuullisuusraporttien antama liian positiivinen mielikuva sekä raportoinnin puolueellisuus vääristävät yrityksiä todellista ympäristösuorituskykyä, mikä ohjaa sidosryhmiä sijoittamaan ja investoimaan aiheettomasti yrityksiin. Tämä saattaa aiheuttaa Merkl-Daviesin ja Brennanin (2007) ehdottamaa pääomien väärinkohdentumista sijoitusmarkkinoilla, mikä puolestaan voi johtaa taloudellisen tehokkuuden heikentymiseen, resurssien tuhlaamiseen sekä markkinoiden vääristymiseen.

Vastuullisuusraporteissa ilmeni ulkoisen attribuution käyttöä ja negatiivisten uutisten vähättelyä erityisen paljon yritysten raportoidessa vuoden aikana tapahtuneista ympäristöön liittyvistä onnettomuuksista ja poikkeamista. Vaikutelman hallinnan keinojen käyttäminen näissä tilanteissa tukee legitimizeettiteoriaa, jonka mukaan yritykset torjuvat legitimizeettinsä liittyviä uhkia turvautumalla puolustavien taktiikoiden käyttämiseen raportoinnissaan (Jack ym., 2013, 123). Aiemmassa kirjallisuudessa esimerkiksi Săndulescu (2021) on havainnut vaikutelman hallinnan keinojen lisääntymistä negatiivisen tapahtuman jälkeen. Vaikka energiayhtiöiden raportoimat onnettomuudet ja poikkeavuudet eivät tutkimuksessa aiheuttaneet suuria ympäristökatastrofeja, on aihe energia-alalla herkkä, ja siihen kohdistuu sidosryhmien suunnalta suuri intressi. Voidaankin päätellä, että energiayhtiöt osallistuvat näissä tilanteissa vaikutelman hallinnan käyttämiseen suojellakseen legitimizeettiään.

Suoriutumisen attribuution osalta merkittävä löydös oli se, että yritykset asettivat positiivisten asioiden syyksi myös ulkoisia tekijöitä. Yritykset eivät siis ottaneet kaikissa tapauksissa kunniaa itselleen, vaan raportoivat asioista myös puolueettomasti. Niin ikään Karlsson (2021) havaitsi positiivisten tapahtumien yhdistämistä ulkoisiin tekijöihin tutkiessaan suomalaisten pörssiyritysten vaikutelman hallintaa. Havainnot attribuution puolueettomuudesta ovatkin mielenkiintoisia, sillä ne poikkeavat aiemmasta kirjallisuudesta (Jones, 2010; Merkl-Davies & Brennan, 2007). Halimin ja Chewin (2008) mukaan suoriutumisen attribuution käyttäminen voi vaihdella eri kulttuurien välillä. Suoria johtopäätöksiä attribuution puolueellisuuden määrästä suomalaisessa kulttuurissa ei voida tämän tutkimuksen perusteella vetää, mutta asiaa voitaisiin tutkia tarkemmin tulevaisuudessa.

Aiemmasta kirjallisuudesta eräs toinen poikkeava havainto oli vaativan toimintaympäristön käyttö korostamisen keinona. Yrityksen toimintaympäristöä on usein kirjallisuudessa määritelty toimivan joko tekosyynä tai perusteluna, yrityksen negatiiviselle toiminnalle ja suoriutumiselle (Clatworthy & Jones, 2003). Vastuullisuusraporteista nousseiden havaintojen pohjalta voidaan kuitenkin tehdä johtopäätös, että energiayhtiöt käyttävät sitä myös oman toimintansa vastuullisuuden korostamiseen. Eroavaisuus aiemmasta kirjallisuudesta havaittiin myös sisäiseen attribuutioon liittyen. Aiempien tutkimusten mukaan yrityksen johtajat ottavat yleensä

kunnian hyvistä uutisista itselleen (Jones, 2010, 101). Tutkimuksen havaintojen mukaan sisäinen attribuutio ei usein kohdistunut pelkästään yrityksen johtoon, vaan laajemmin koko yritykseen. Vastaavanlaisen havainnon teki myös Karlsson (2021) omassa tutkimuksessaan. Tämä saattaa olla eräs suomalaisen raportoinnin erityispiirre.

Visuaalista vaikutelman hallintaa ei havaittu vastuullisuusraporteissa niin paljon kuin esimerkiksi Kanbatyn ym. (2023) tutkimuksen perusteella etukäteen olisi voinut odottaa. Tutkimuksessa ei kuitenkaan suoritettu perusteellista visuaalista analyysia, mikä osittain saattoi aiheuttaa löydöksen niukkuuden tästä näkökulmasta. Myös toistoon ja luettavuuden manipulaatioon liittyviä havaintoja ilmeni vastuullisuusraporteista yllättävän vähän. Yksi selitys tälle saattaa olla tutkimuksen pieni aineisto. Jos analyysiin olisi sisällytetty useampia vastuullisuusraportteja, olisi näistä vaikutelman hallinnan keinoista mahdollisesti noussut enemmän havaintoja. Toisaalta myös Karlsson (2021) havaitsi tutkimuksessaan luettavuuden manipulaatiota vain pienen määrän. Kyse saattaa olla suomen ja englannin kielen välisistä lingvivistisistä eroavaisuuksista.

Tutkimus lisää yhteiskunnallista ymmärrystä siitä, miten suomalaiset energiayhtiöt raportoivat aiheuttamistaan päästöistä. Lisäksi se kehittää tietämystä vaikutelman hallinnasta osana laskentatoimen raportointia, havaitsemalla uusia tapoja vaikutelman hallinnan keinojen käytöstä. Tietoisuuden kasvattaminen vaikutelman hallinnan käyttämisestä vastuullisuusraportoinnissa saattaa vähentää sidosryhmien altistumista yritysten manipulaatiolle. Lisäksi tutkimus edistää hyvin vähäistä suomalaista kirjallisuutta vaikutelman hallinnasta yritysten raportoinnissa. Suomalainen kirjallisuus vaikutelman hallinnasta on vasta alkumetreillään, ja lisää tutkimuksia tarvitaan, jotta ilmiötä voitaisiin ymmärtää paremmin.

## **5.2 Tutkimuksen rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset**

Tällä tutkimuksella on omat rajoitteensa. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa tutkijan subjektiivisuus analyysia tehdessä. Tehdyt havainnot ja johtopäätökset ovat tutkijan itse tekemiä tulkintoja vaikutelman hallinnan keinoista, eikä niitä voida pitää objektiivisesti tosina. Tutkimuksen subjektiivisuus on kuitenkin yksi laadullisen tutkimuksen



ominaispiirre, ja se on tärkeä osa analyysia (Juhila, 2021). Arvioidessa tutkimuksen luotettavuutta täytyy ottaa myös huomioon, että vastuullisuusraportteja analysoitiin pelkästään vaikutelman hallinnan näkökulmasta. Aineistosta tehdyt havainnot saattavat toisesta näkökulmasta tarkasteltuna merkitä muuta kuin vaikutelman hallintaa. Tutkimuksen havainnot voidaan esimerkiksi lisäävän informaation ajatussuuntauksen näkökulmasta tulkita olevan tarpeellista tietoa yrityksen sidosryhmille, jolloin tarkoituksena ei ole hallita raportin antamaan vaikutelmaa.

Tutkimuksen validiteettia rajoittava tekijä on aineiston jakautuminen englannin ja suomen kieleen. Vaikka tutkimuksessa ei havaittu, että kielellä olisi ollut merkittäviä vaikutuksia vaikutelman hallinnan käyttämiseen vastuullisuusraporteissa, saattaa se silti vaikuttaa tutkimuksen tulosten laatuun. Lisäksi tutkimuksesta saatuja tuloksia yleistettävyyttä arvioidessa täytyy huomioda tutkimuksen kontekstisidonnaisuus. Tutkimus kohdistuu pelkästään energia-alaan. Tutkimuksesta saatuja tuloksia ei voida siis yleistää koskemaan muiden toimialojen vastuullisuusraportointia. Tutkimustulosten yleistettävyyteen vaikuttaa myös aineiston rajallinen koko. Neljän vastuullisuusraportin perusteella ei voida täydellä varmuudella todeta, että tulokset voidaan yleistää koskemaan koko suomalaista energia-alaa. Toisaalta laadullisella tutkimuksella ei pyritäkään täysin yleistettävään tietoon, vaan syvällisen ymmärryksen lisäämiseen (Puusa ym., 2020, 179). Tulokset antavat kuvan vaikutelman hallinnasta vain vuodelta 2022. Tältä vuodelta osassa vastuullisuusraporteissa näkyi Ukrainan sodan vaikutukset yritysten raportoinnissa. Fortumin vastuullisuusraportissa tuloksiin saattoi myös vaikuttaa Uniperin myynti Saksan valtiolle vuoden 2022 aikana, mikä omalta osaltaan vaikutti raportin laatimiseen.

Tutkimus keskittyy vaikutelman hallinnan tutkimiseen analysoimalla yritysten julkaisemia vastuullisuusraportteja. Vastuullisuusraportit ovat kuitenkin vain pieni osa vastuullisuudesta kertovasta yritysten raportoinnista. Sosiaalisen median merkitys on kasvanut huomattavasti viime vuosina, ja vaikutelman hallintaa voisi jatkossa tutkia enemmän käyttäen aineistona yritysten tekemiä julkaisuja eri sosiaalisen median palveluihin. Yksi mahdollisuus olisi myös tutkia yritysten nettisivuilla raportoitua vastuullisuusinformaatiota vaikutelman hallinnan näkökulmasta. Tästä löytyy hyvin niukasti aiempaa kirjallisuutta. Tulevaisuudessa voisi olla myös mielenkiintoista tutkia, vaikuttaako uusi kestävyysraportointidirektiivi vaikutelman hallinnan keinojen

käyttämiseen vastuullisuusraporteissa. Tätä voisi tutkia vertaamalla eri yritysten raportteja direktiiviin standardien käyttöönottoa ennen ja niiden implementoimisen jälkeen.

Eräs näkökulma, jota on tutkittu aiemmassa kirjallisuudessa liian vähän, on sidosryhmien näkökulma vaikutelman hallintaan. Tätä näkökulmaa voitaisiin tutkia haastattelemalla sidosryhmien edustajia, esimerkiksi sijoittajia. Selvittämällä heidän mielipiteensä vaikutelman hallinnan käyttämiseen vastuullisuusraporteissa, olisi mahdollista ymmärtää paremmin vaikutelman hallinnan vaikutuksista sijoituspäätöksiin, sekä eri vaikutelman hallinnan keinojen toimivuutta.

Tutkimuksessa saatiin myös pienessä määrin näyttöä suomalaisen kulttuurin vaikutuksista suoriutumisen attribuution käyttämiseen. Kulttuurin vaikutuksia voitaisiin jatkossa tutkia kvantitatiivisella tutkimuksella esimerkiksi vertaamalla attribuution käytön määrää eri Pohjoismaiden välillä, ja analysoida ovatko tulokset samankaltaisia vai eriäviä. Toinen vaihtoehto olisi verrata suomalaisia vastuullisuusraportteja johonkin erilaiseen kulttuuriin, kuten Yhdysvaltoihin tai Aasiaan. Näillä tutkimuksilla voitaisiin oivaltaa uusia piirteitä suomalaisten yritysten tavasta raportoida vastuullisuudestaan.

## LÄHTEET

### Kirjallisuus

- Bansal, P., & Clelland, I. (2004). Talking Trash: Legitimacy, Impression Management, and Unsystematic Risk in the Context of the Natural Environment. *Academy of Management Journal*, 47(1), 93–103.
- Barkemeyer, R., Comyns, B., Figge, F., & Napolitano, G. (2014). CEO statements in sustainability reports: Substantive information or background noise? *Accounting Forum*, 38(4), 241–257.
- Beattie, V., & Jones, M. J. (1992). The Use and Abuse of Graphs in Annual Reports: Theoretical Framework and Empirical Study. *Accounting and Business Research*, 22(88), 291.
- Beretta, V., Demartini, M. C., Lico, L., & Trucco, S. (2021). A Tone Analysis of the Non-Financial Disclosure in the Automotive Industry. *Sustainability*, 13(4), 2132.
- Boiral, O. (2016). Accounting for the Unaccountable: Biodiversity Reporting and Impression Management. *Journal of Business Ethics*, 135(4), 751–768.
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2015). Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting. *Accounting, Organizations and Society*, 40, 78–94.
- Cho, C. H., Laine, M., Roberts, R. W., & Rodrigue, M. (2018). The Frontstage and Backstage of Corporate Sustainability Reporting: Evidence from the Arctic National Wildlife Refuge Bill. *Journal of Business Ethics: JBE*, 152(3), 865–886.
- Cho, C. H., Michelon, G., & Patten, D. M. (2012a). Enhancement and obfuscation through the use of graphs in sustainability reports. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 3(1), 74–88.
- Cho, C. H., Michelon, G., & Patten, D. M. (2012b). Impression Management in Sustainability Reports: An Empirical Investigation of the Use of Graphs. *Accounting and the Public Interest*, 12, 16–37.
- Clatworthy, M., & Jones, M. J. (2003). Financial reporting of good news and bad news: Evidence from accounting narratives. *Accounting and Business Research*, 33(3), 171–185.
- Corazza, L., Truant, E., Scagnelli, S. D., & Mio, C. (2020). Sustainability reporting after the Costa Concordia disaster: A multi-theory study on legitimacy, impression management and image restoration. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 33(8), 1909–1941.
- Diouf, D., & Olivier, B. (2017). The quality of sustainability reports and impression management. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(3), 643–667.
- Gagné, V., Berthelot, S., & Coulmont, M. (2022). Stakeholder engagement practices and impression management. *Journal of Global Responsibility*, 13(2), 217–241.
- Halim, H., & Chew, I. K. H. (2008). Performance Attributions: A Cross Cultural Study Comparing Singapore, Japan and US Companies. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 3, 55–72.
- Hamza, S., & Jarboui, A. (2022). CSR or social impression management? Tone management in CSR reports. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 20(3/4), 599–617.

- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate communication and impression management—New perspectives why companies engage in corporate social reporting. *Journal of Business Ethics: JBE*, 27(1/2), 55–68.
- Jack, L., Davison, J., & Craig, R. (2013). *The Routledge Companion to Accounting Communication*. Taylor & Francis Group.
- Jones, M. J. (2010). *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*. John Wiley & Sons, Incorporated.
- Kanbaty, M., Hellmann, A., Ang, L., & He, L. (2023). A review and analysis of impression management with photographs in sustainability reporting. *Meditari Accountancy Research, ahead-of-print*(ahead-of-print).
- Karlsson (2021). *Vaikutelman hallinta suomalaisten pörssiyritysten raportoinnissa – Taloudellinen raportointi toimitusjohtajien katsauksissa*. Tampereen yliopisto. Johtamisen ja talouden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma.
- Laine, M., Järvinen, J. T., Hyvönen, T., & Kantola, H. (2017). Ambiguity of financial environmental information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(3), 593–619.
- Martínez-Ferrero, J., Suárez-Fernández, O., & García-Sánchez, I. (2019). Obfuscation versus enhancement as corporate social responsibility disclosure strategies. *Corporate Social Responsibility & Environmental Management*, 26(2), 468–480.
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2007). Discretionary Disclosure Strategies in Corporate Narratives: Incremental Information or Impression Management? *Journal of Accounting Literature*, 26, 116–194.
- Merkel-Davies, D. M., & Brennan, N. M. (2011). A conceptual framework of impression management: New insights from psychology, sociology and critical perspectives. *Accounting and Business Research*, 41(5), 415–437.
- Puusa, A., Juuti, P., & Aaltio, I. (2020). *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. Helsinki: Gaudeamus.
- Sandberg, M., & Holmlund, M. (2015). Impression management tactics in sustainability reporting. *Social Responsibility Journal*, 11(4), 677–689.
- Săndulescu, M.-S. (2021). Sustainability reporting and impression management: A case study in the oil and gas industry. *Accounting and Management Information Systems*, 20(2), 264–289.
- Talbot, D., & Boiral, O. (2018). GHG Reporting and Impression Management: An Assessment of Sustainability Reports from the Energy Sector. *Journal of Business Ethics: JBE*, 147(2), 367–383.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (Uudistettu laitos). Helsinki: Tammi.

## Muut lähteet

- Fredman, J. (2022). ESG-raportointi eli vastuullisuusraportointi pähkinänkuoressa. Viitattu 15.4.2024. <https://tilisanomat.fi/talousohjaus/esg-raportointi-eli-vastuullisuusraportointi-pahkinankuoressa>
- Juhila, K. (2021). Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 26.3.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/>

- KPMG (2022). Big shifts, small steps: Survey of Sustainability Reporting 2022. Viitattu 17.4.2024. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2023/04/big-shifts-small-steps.pdf>
- PwC (2023). Kestävyyssraportoinnin standardointi etenee. Viitattu 20.3.2024. <https://uutishuone.pwc.fi/kestavyysraportoinnin-standardointi-etenee>
- Tilastokeskus (2023). Vuonna 2022 kasvihuonekaasupäästöt laskivat 4 % edellisvuodesta. Viitattu 29.2.2024. <https://www.stat.fi/julkaisu/cl8a46vp7vq8n0bvyqi4724gw>
- Virtanen, P. (2023). Vastuullisuusraportointi muuttuu pakolliseksi – mitä uudesta CSRD-säädöksestä tulisi tietää? Viitattu 1.2.2024. <https://greenstep.fi/ajankohtaista/vastuullisuusraportointi-muuttuu-pakolliseksi--mita-uudesta-csrd-saadoksesta-tulisi-tietaa>
- Vuori, J. (2021). Laadullinen sisällönanalyysi. *Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 1.2.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonanalyysi/>

## LIITTEET

### Liite 1: Luettelo tutkimuksen empiirisestä aineistosta

Fingrid Oyj (2022). *Yritysvastuu ja kestävä kehitys*. Saatavilla: [https://www.fingrid.fi/globalassets/dokumentit/fi/vuosikertomus/2022/fingrid\\_oyj\\_yritysvastuu\\_ja\\_kestava\\_kehitys\\_2022.pdf](https://www.fingrid.fi/globalassets/dokumentit/fi/vuosikertomus/2022/fingrid_oyj_yritysvastuu_ja_kestava_kehitys_2022.pdf)

Fortum Oyj (2022). *Sustainability 2022*. Saatavilla: <https://www.fortum.fi/files/fortum-sustainability-2022-engl/download>

Helen Oy (2022). *Vastuullisuusraportti 2022*. Saatavilla: [https://www.helen.fi/globalassets/tietoa-meist%C3%A4/raportit-ja-julkaisut/helen\\_vastuullisuusraportti2022\\_fi.pdf](https://www.helen.fi/globalassets/tietoa-meist%C3%A4/raportit-ja-julkaisut/helen_vastuullisuusraportti2022_fi.pdf)

Neste Oyj (2022). *Annual report 2022*. Saatavilla: [https://ir-service.appspot.com/view/ahBzfmlyLXNlcnZpY2UtaHJkchsLEg5GaWxlQXR0YWNoZWVudBiAgLCR1qj6CAw?language\\_no=1](https://ir-service.appspot.com/view/ahBzfmlyLXNlcnZpY2UtaHJkchsLEg5GaWxlQXR0YWNoZWVudBiAgLCR1qj6CAw?language_no=1)